



แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่วิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน
Business model for curry paste products Ban Khlong Samrong
Community Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province
towards Sustainable Economy

จิรพร มหาอินทร์
ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ
ผุสสติ วัฒนเมธา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อโครงการวิจัย	แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลอง สำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน
ผู้รับผิดชอบ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผุสดี วัฒนเมธา

บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน นั้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงและเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง ให้เป็นที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และได้ดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอนคือ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี Business Model Canvas เพื่อนำไปกำหนดแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง 2) วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group discussion) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ 3) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และสรุปผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัยเรื่องแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน คือ ทำให้การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง โดยนำองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงต่อไป และสามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยนี้ไปฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้ พบว่า วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการตลาด จึงควรมีการต่อยอดในการทำโครงการวิจัยด้านการตลาดในครั้งต่อไป

คำสำคัญ: แบบจำลองธุรกิจ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจชุมชน

Research Title	Business model for curry paste products Ban Khlong Samrong Community Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province towards Sustainable Economy
Researchrs	Asst. Prof. Jiraporn Mahain Asst. Prof. Phussadee Wattanametha Asst. Prof. Kwanrutai Wongkamhaenharn

Abstract

Research on the business model of curry paste products Ban Khlong Samrong Community Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province towards a sustainable community economy, the researcher aims to study and analyze a business model for curry paste products and to develop curry paste products. to be desired and choice for consumers by qualitative research and participative action research. (Participatory Action Research: PAR) and the research was conducted in 3 steps, namely 1) to study the concepts and theories of Business Model Canvas in order to formulate a business model for Nam Prik Kaeng products; 2) Analyze the data from an in-depth interview. Focus group discussion from the stakeholders and 3) Content Analysis with the Nam Prik Kaeng product business model. Ban Khlong Samrong Community Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province and summarized the research results by descriptive analysis.

Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province towards a sustainable community economy is to enable the development of a business model of the Ban Khlong Samrong Community Enterprise Group. By applying modern management knowledge to manage community enterprises The results of this research can be used to communicate and create mutual understanding among community enterprise members. as a guideline for further development of curry paste products And the knowledge from this research can be used to train the community enterprise group to have knowledge on business management.

Suggestions from this research found that Ban Khlong Samrong Community Enterprise, Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province still lacks knowledge in marketing. Therefore, there should be an extension in the next market research project.

Keyword: Business Model Canvas Curry paste products Community enterprise Community economy

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการสนับสนุนของแหล่งทุนวิจัยและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้บริหาร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง และหน่วยงานต่าง ๆ ในชุมชน คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คุณแม่พนอ ไสนิยม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง คุณวันเพ็ญ พงษ์สวัสดิ์ และคุณพยุร รุ่งมณี ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานและการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

ขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ เอื้ออำนวยความสะดวกและติดต่อประสานงานต่าง ๆ จนทำให้โครงการวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย

คณะผู้วิจัย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	5
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวกับงานวิจัย	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองธุรกิจ	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย	22
3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	22
3.3 เครื่องมือในการวิจัย	23
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	
4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร	25
4.2 ข้อเสนอแนะแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร	35
บทที่ 5 สรุปและวิเคราะห์ผลการศึกษา	
5.1 สรุปผลการวิจัย	36
5.2 ข้อเสนอแนะ	37
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	39
กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง	40
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง	51
กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง	58
ประวัติผู้ศึกษา	65

สารบัญตาราง

ภาพที่		หน้า
2-1	แผนการผลิต	13
2-2	ผลการผลิต	14
2-3	ตารางสรุปผลการผลิตของวิสาหกิจชุมชนประจำปี 2562-2564	14
2-4	ตารางสรุปรายรับ-รายจ่าย ปี 2562-2564	14



สารบัญภาพ

ตารางที่		หน้า
1-1	แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาในการวิจัย	4
2-1	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจและผลิตภัณฑ์น้ำพริก	7
2-2	สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ	8-9
2-3	ช่องทางติดต่อกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจในรูปแบบออนไลน์	10
2-4	แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)	15
4-1	กลุ่มลูกค้าขายส่ง และ Customer segment (กลุ่มลูกค้า)	25
4-2	ผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ	26
4-3	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง	27
4-4	ผลิตภัณฑ์น้ำแกงส้ม	27
4-5	วัตถุดิบในการผลิต	27
4-6	การผลิตน้ำพริก	28
4-7	การรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	28
4-8	Channels (ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)	29
4-9	ช่องทางการติดต่อ Online	29
4-10	Customer relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)	30
4-11	Cost structure (โครงสร้างต้นทุน)	31
4-12	สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ	32
4-13	เครื่องโม่พริก	32
4-14	วัตถุดิบในการผลิต	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในระยะยาว เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้มีเสถียรภาพอย่างยั่งยืน ตามแนวทางที่กำหนดในยุทธศาสตร์ชาตินั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องอาศัยความรู้และความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงการพัฒนากำลังคนที่เหมาะสม เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการนำพาประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง การพัฒนาที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-driven Economy) รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย ตลอดจนรองรับผลกระทบจากพลวัตของกระบวนการโลกาภิวัตน์ การย้ายข้ออำนาจทางเศรษฐกิจ และภูมิรัฐศาสตร์ใหม่ ตลอดจนผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่คาดว่าจะมีความรุนแรงมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (Disruption) จากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สำนักงานสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, สิงหาคม 2562) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เป็นการดำเนินการที่สำคัญในการพัฒนาและยกระดับประเทศให้เป็นประเทศรายได้สูง ที่มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เป็นการวางรากฐานที่มั่นคงให้กับเศรษฐกิจไทยในอนาคต การส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้สามารถมีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขันพึ่งพาตนเองได้ จะก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาคตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม เพื่อให้ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ผ่านการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้กลายเป็นชุมชนนวัตกรรมและมีนวัตกรรมในชุมชน การใช้นวัตกรรมสังคมเข้าไปช่วยแก้ปัญหาในชุมชน ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางสังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกร วิสาหกิจเริ่มต้น และวิสาหกิจชุมชน การแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างแม่นยำในทุกมิติ ด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ รวมไปถึงการกระจายความเจริญสู่เมืองต่าง ๆ ทุกภูมิภาค ให้เป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศบนความสามารถของคนในพื้นที่ (แพลตฟอร์มที่ 4

การวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ สำนักงานสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, สิงหาคม 2562) โดยมีเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Objectives and Key Results: OKR) กระจายความเจริญและสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจสังคมท้องถิ่น ด้วยความรู้และนวัตกรรม เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

น้ำพริกแกงถือได้ว่าเป็นหัวใจหลักของอาหารไทยหลายชนิด โดยเฉพาะอาหารประเภทแกงต่าง ๆ เช่น แกงเผ็ด แกงเขียวหวาน แกงกะหรี่ แกงส้มหรืออู๋ ซึ่งอาหารไทยที่ใช้ น้ำพริกแกงเป็นส่วนประกอบจะมีความโดดเด่นทั้งในด้านกลิ่นความหอมและความเผ็ดร้อนที่มาจากพริก เครื่องเทศ และสมุนไพรหลากหลายชนิด ในอดีตผู้ปรุงอาหารมักจะเป็นผู้เตรียมน้ำพริกแกงเอง แต่ปัจจุบันนี้มีการผลิตน้ำพริกแกงจำหน่ายในรูปของน้ำพริกแกงปรุงสำเร็จพร้อมใช้งาน และมีการแบ่งจำหน่ายในปริมาณน้อย ทำให้สะดวกและมีราคาถูกกว่าการเตรียมน้ำพริกแกงใช้เอง แต่มักพบข่าวอยู่บ่อยครั้งว่า น้ำพริกแกงที่วางจำหน่ายตามท้องตลาด ไม่ปลอดภัยสำหรับการบริโภค เพราะผู้ผลิตบางรายอาจขาดความเอาใจใส่เรื่องความสะอาด มีขบวนการผลิต และการเก็บรักษาที่ไม่ถูกหลักสุขอนามัย รวมถึงอาจจะมีการเติมสารกันบูดในปริมาณมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้นานๆ ซึ่งจะนำอันตรายมาสู่ผู้บริโภคได้ ดังนั้นผู้ผลิตน้ำพริกแกงเพื่อจำหน่าย จึงควรมีความตั้งใจในการผลิตน้ำพริกแกงที่ปลอดภัยเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ในส่วนของผู้บริโภคควรให้ความสนใจในการเลือกซื้อน้ำพริกแกงที่สะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐาน เพื่อให้ได้รับประโยชน์ของน้ำพริกแกงอย่างเต็มที่ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2564)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง ตั้งอยู่ในตำบลบ้านคลองสำโรง อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายน้ำพริกแกงส้ม น้ำพริกแกงคั่ว น้ำพริกแกงเขียวหวาน น้ำพริกเผา สมาชิกกลุ่มชุมชนเป็นแม่บ้าน ประกอบอาชีพทำนาข้าว ทำสวนผลไม้ และทำสวนพืชผัก รวมกลุ่มจัดตั้งขึ้นเป็น “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง” มีสมาชิกประมาณ 20 คน โดยใช้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตน้ำพริกแกงจนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในเขตอำเภอบ้านแพ้วและพื้นที่ใกล้เคียง และจากการที่ทีมนักวิจัยลงพื้นที่พบปะ พูดคุย สอบถามเบื้องต้นกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ คุณแม่พนก ไสนิยม และสมาชิกที่เป็นตัวแทนกลุ่ม พบว่า ประเด็นปัญหาของกลุ่มชุมชน คือ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงให้เป็นที่ต้องการและเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้นักวิจัยเข้าไปช่วยเสริมเรื่ององค์ความรู้และเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเพื่อเป็นทางเลือกและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในตลาด อีกทั้งยังสามารถช่วยเหลือการจ้างงานภายในชุมชน และทำให้เศรษฐกิจในชุมชนมีความเข้มแข็ง

ดังนั้น จากประเด็นปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร กลุ่มนักวิจัยเล็งเห็นความสำคัญของประเด็นปัญหานี้ จึงได้เสนองานวิจัย เรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง ให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ให้เป็นที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

1.2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ให้เป็นที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

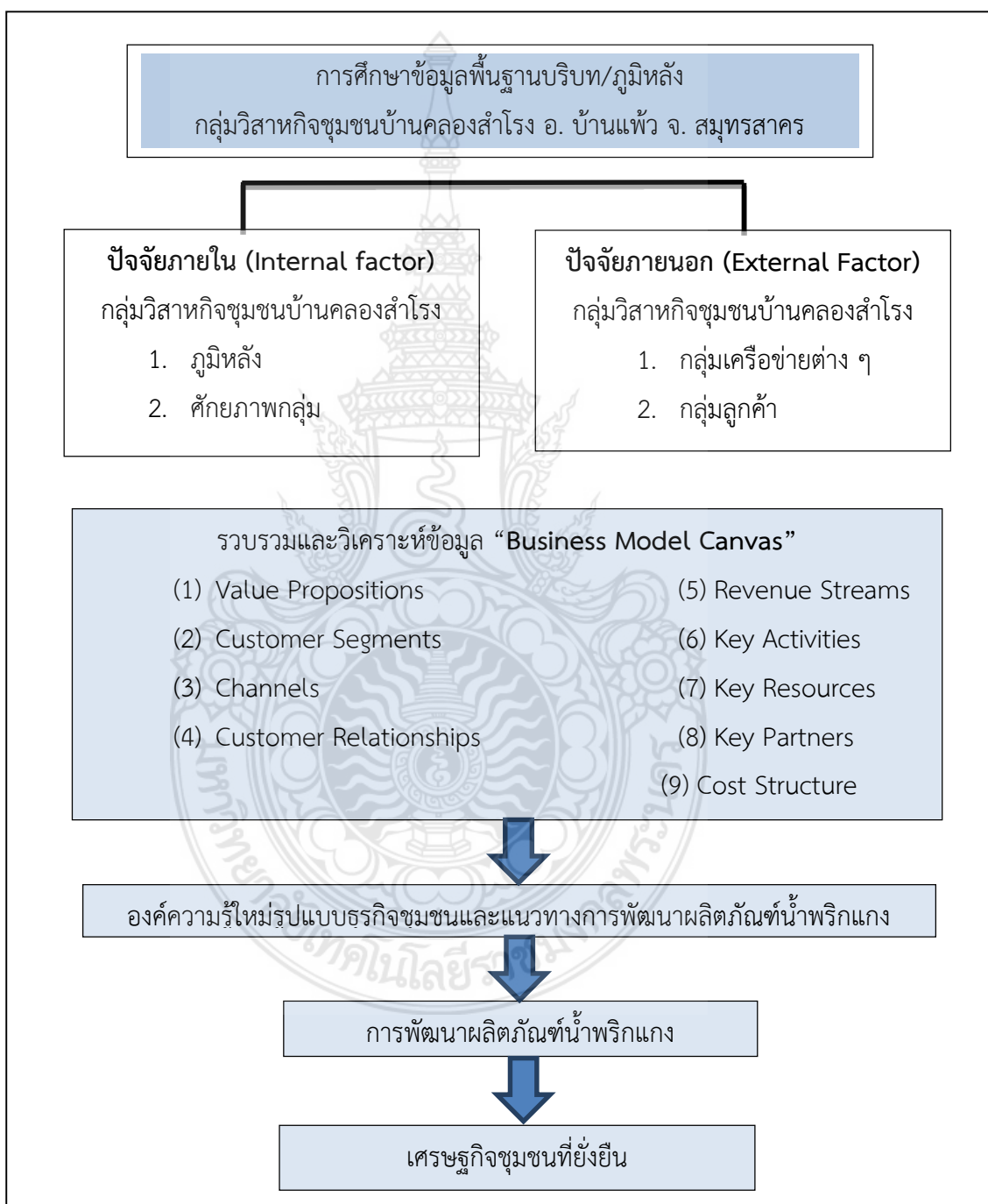
ในการวิจัยเรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจที่ยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตของสถานที่ในการทำวิจัย (place) วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

1.3.2 ขอบเขตของเวลา (Time) 1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดการศึกษาในการวิจัย เรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สามารถอธิบายโดยสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1-1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาในการวิจัย

1.5 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยสมาชิกกลุ่มมีประมาณ 20 คน และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับประธานกลุ่ม กรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มในการดำเนินกิจการผลิตน้ำพริกแกง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวกับงานวิจัย

แบบจำลองธุรกิจ (Business model) หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพ (Visualizing) ได้อย่างครบถ้วนทุกมุม นอกจากนี้ยังช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของแผนงาน และเลือกรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจ

น้ำพริกแกง (curry paste) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเครื่องเทศและสมุนไพรต่าง ๆ เช่น พริกสด พริกแห้ง หัวหอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ ผิวมะกรูด บดผสมให้เข้ากัน อาจมีส่วนประกอบอื่น เช่น กะปิ น้ำตาล น้ำปลา เกลือ อาจจะผสมกับกะทิหรือน้ำมันบริโภคตามส่วนประกอบของน้ำพริกแกงแต่ละชนิด และอาจมีการนำไปให้ความร้อน หรือไม่ให้ก็ได้ โดยสามารถนำน้ำพริกแกงไปประกอบอาหารได้ทันที

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน (sustainable community economy) หมายถึง วิธีการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก ของกินของใช้สินค้าและบริการ และวิธีการจัดการมูลค่าส่วนเกินที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) ที่ต้องพิจารณาใช้ปัจจัยทางการผลิตที่เอื้อหรือเป็นจุดแข็งของภาคชุมชนอย่างมีคุณค่า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย เรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์ผู้พริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองธุรกิจ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

ความคิดริเริ่ม

1. ประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนร่วมใจ เป็นกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตน้ำพริก ที่มีการก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2549 ด้วยความสามารถ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาตนเองของสมาชิกตลอดเวลา ทำให้กลุ่มแม่บ้านได้รับความสนใจจากประชาชน และการรับการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ จากที่เคยเป็นสมาชิกของรัฐวิสาหกิจชุมชนทำขนมหมู่ที่ 2 ตำบลสวนส้ม นางพะนอ ไสนิยม (ป่าเปี้ยก) เป็นผู้ซึ่งริเริ่มตั้งกลุ่มขึ้นในหมู่บ้านของตนเอง โดยมีแนวคิดที่จะให้มีอาชีพเสริมและเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกผู้สูงอายุ ที่จะต้องดูแลลูกหลานอยู่ที่บ้านมารวมวิสาหกิจชุมชนกันทำงานในละแวกบ้านของตนเองได้ โดยนางพะนอ ไสนิยม ได้ชักชวนเพื่อนบ้านและผู้สูงอายุในละแวกใกล้เคียง โดยสามารถรวมทุนจากการรุมหุ้นจากสมาชิก และได้รับเงินสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลสวนส้มเพิ่มเติม โดยสมาชิกกลุ่มแม่บ้านลงความเห็นร่วมกันที่จะทำน้ำพริกเนื่องจากสมาชิกหลายท่านมีความสามารถในการทำน้ำพริก มีมาตรฐานรสชาติดี ประกอบกับสามารถใช้วัตถุดิบทั้งจากชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงได้ และได้พัฒนาต่อเนื่องมาตลอดปัจจุบันนี้ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกทุกชนิดสามารถสร้างรายได้ สร้างชื่อเสียงให้กับสมาชิกและชุมชนเป็นอย่างดี และด้วยคุณภาพของสินค้าทำให้มีการพัฒนาต่อยอดให้มีผลิตภัณฑ์ออกมาหลากหลาย และสมาชิกรุ่นใหม่ให้ความสนใจต่อยอดสืบต่อไปอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2-1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนร่วมใจและผลิตภัณฑ์น้ำพริก

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรที่มีความสนใจเช่นเดียวกันทำกิจกรรมทางการเกษตร สร้างจิตใต้สำนึกให้สมาชิกและคนในชุมชนช่วยเหลือกัน เกินความสามัคคีในชุมชน
2. เพื่อให้สมาชิกใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. เพื่อให้สมาชิกใช้ทรัพยากร (วัตถุดิบทางการเกษตร) ที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด และร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น
4. เพื่อส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ทั้งต่อครอบครัวและชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน
5. เพื่อรับความรู้ทางวิชาการด้านการเกษตร และอื่น ๆ จากส่วนราชการและเอกชน นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
6. เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาทักษะตนเองและสามารถถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกร และผู้ที่สนใจทั่วไปได้

3. วิสัยทัศน์

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนร่วมใจ เป็นสถาบันเกษตรกรของชุมชน มุ่งมั่นพัฒนาอาชีพ เสริมรายได้นอกภาคการเกษตร เพื่อความสุขของชีวิตและครอบครัวอย่างยั่งยืน

4. พันธกิจ

1. พัฒนางานด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร
2. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้
3. เป็นองค์กรส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินชีวิตของชุมชน ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

5. กิจกรรม

1. จัดประชุมสรุปรายงานประจำเดือน/การพบปะพูดคุยเพื่อพัฒนาสินค้า และ
ผลิตภัณฑ์
2. พัฒนาศักยภาพบุคลากร โดยการไปศึกษาดูงาน อบรม และเข้าร่วมการสัมมนา
3. เน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน
4. ร่วมกิจกรรมที่เป็นสาธารณะประโยชน์ในชุมชน เช่น งานพัฒนาหมู่บ้าน งานบุญ
เป็นต้น

6. บทเรียนและประสบการณ์จากการทำงาน

1. สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ แต่สามารถที่จะมีรายได้จากการทำกิจกรรมของวิสาหกิจ
ชุมชน
2. การรวมกลุ่มแม่บ้านในชุมชน สามารถสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี
3. สามารถแบ่งงานกันตามความถนัดระหว่างสมาชิก
4. แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ได้

7. ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม

โครงสร้างดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ

สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ



นางพนอ ไสนียม

ประธาน



นางวันเพ็ญ พงษ์สวัสดิ์

รองประธาน



นางพยุร รุ่งมณี

รองประธาน



ภาพที่ 2-2 สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ

8. ตลาดจำหน่ายสินค้า

1. ตลาดนัดที่ ตำบลอัมพาง ตำบลคลองตัด และตำบลหลักสอง
2. สมาชิกนำไปขายเองตามตลาดนัด
3. ร้านอาหารภายในจังหวัดสมุทรสาคร
4. หน้าที่ว่าการอำเภอบ้านแพ้ว
5. ติดต่อทางออนไลน์

9. สถานที่ตั้ง/ผู้ประสานงาน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ 97/1 หมู่ 5 ตำบลสวนส้มร่วมใจ อำเภอบ้านแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร โทร 034-858-331 , 086-787-2667



ภาพที่ 2-3 ช่องทางติดต่อกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจในรูปแบบออนไลน์

10. คณะกรรมการแต่ละฝ่าย

คณะกรรมการฝ่ายจัดซื้อ

- | | | |
|------------|---------|-----------|
| 1. นางพูน | ไสนิยม | ประธาน |
| 2. นางพยุร | รุ่งมณี | รองประธาน |

หน้าที่ จัดหาวัตถุดิบจากเกษตรกร และสมาชิกชุมชน ให้ได้คุณภาพทั้งจากสมาชิกและภายนอกกลุ่ม พร้อมทั้งจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

คณะกรรมการฝ่ายผลิต

- | | | |
|----------------|--------------|---------|
| 1. นางพูน | ไสนิยม | ประธาน |
| 2. นางวันเพ็ญ | พงษ์สวัสดิ์ | กรรมการ |
| 3. นางพยุร | รุ่งมณี | กรรมการ |
| 4. นางสาววรรณา | กฤษาศล | กรรมการ |
| 5. นางสมจิต | พวงเจริญ | กรรมการ |
| 6. นางสมพร | ชื่นกลิ่นธูป | กรรมการ |

หน้าที่ ควบคุมกำกับดูแลการผลิต/การผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน ตั้งแต่กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพ ก่อนจัดเก็บสินค้าเตรียมส่งต่อไป

คณะกรรมการฝ่ายการตลาด (จัดจำหน่าย)

- | | | |
|-----------------|--------------|---------|
| 1. นางสาววรรณภา | กฤษณาศล | ประธาน |
| 2. นางสาวสมพร | ชื่นกลิ่นธูป | กรรมการ |
| 3. นางวันเพ็ญ | พงษ์สวัสดิ์ | กรรมการ |

หน้าที่ จัดหาแหล่งตลาดวางจำหน่ายสินค้าการติดต่อประสานงานกับภาครัฐและเอกชน

คณะกรรมการฝ่ายตรวจสอบคุณภาพวัสดุ

- | | | |
|------------|---------|-----------|
| 1. นางพนอ | ไสนิยม | ประธาน |
| 2. นางพยูร | รุ่งมณี | รองประธาน |

หน้าที่ ควบคุมกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ ต้องตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ หากไม่ได้ตามกำหนด ต้องทำการเปลี่ยนทันที เช่น ถั่วลิสงที่ส่งจะต้องมีการตรวจสอบความชื้นขั้นต้นทางการสัมผัส และสังเกตดู

ที่ปรึกษากลุ่มแม่บ้าน

- | | | |
|--|------------|--|
| 1. ผู้ใหญ่เกษตร | จูเจริญ | ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 5 ตำบลสวนส้ม |
| 2. นายสมศักดิ์ | จิวสมบูรณ์ | สมาชิก อบต. หมู่ที่ 5 ตำบลสวนส้ม |
| 3. นายรัก | โพธิ์แสง | รองนายกอบต. หมู่ที่ 5 ตำบลสวนส้ม |
| 4. นายอัมพร | ไสนิยม | ที่ปรึกษา |
| 5. นางสาวสมัย | มากสกุล | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
รักษาราชการแทน เกษตรตำบลบ้านแพ้ว |
| 6. นายชินทร์ | ไตรศักดิ์ | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ |
| 7. นางสาวสิริพร | สีแดง | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ |
| 8. นางสาวสายฝน | เชื้อเพชร | เจ้าพนักงานธุรการ |
| 9. เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนผู้รับผิดชอบตำบลสวนส้ม | | |
| 10. สาธารณะสุขประจำตำบลสวนส้ม | | |

หน้าที่ ให้คำปรึกษาแนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาอุปสรรค สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ และงบประมาณ

11. หลังการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้าน

ด้านเศรษฐกิจ

1) ส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงพร้อมกับสร้างงานสร้างรายได้เสริมแก่ครอบครัวและชุมชน โดยการรวมวิสาหกิจชุมชน นำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างผลผลิตทางการเกษตร

2) มีการสร้างงานและรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวและชุมชน โดยการส่งเสริมให้สมาชิกเครือข่ายปลูกพืชสมุนไพรส่งกลุ่มแม่บ้าน เช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด พริก เป็นต้นตามความถนัด

3) กลุ่มแม่บ้านมีการพัฒนาและคิดค้นผลผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มความรู้

ด้านสังคม คุณภาพชีวิต/สิ่งแวดล้อม

1) ส่งเสริมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการทดแทนทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน จัดสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ให้ทุกด้าน เช่น การขุดลอกคูคลอง กิจกรรมเข้าพรรษา การรณรงค์ด้านต่าง ๆ เป็นต้น

2) สร้างกลุ่มเครือข่ายทั้งในและนอกชุมชน

หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนส่งเสริมให้ความร่วมมือการประสานงานในการให้การดำเนินงานและการจัดการที่มีศักยภาพ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีการขยายงานเชื่อมโยงกันหลายหน่วยงานและองค์กร เพื่อประสานงานบรรลุผลสำเร็จ เป็นต้น

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมีดังนี้

1. ผู้นำท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน
2. องค์กรบริหารส่วนตำบลสวนส้ม
3. สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแพ้ว
4. สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร
5. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านแพ้ว
6. สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ/ตำบล
7. สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสมุทรสาคร
8. สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์

3) มีการออมและเงินทุนหมุนเวียน เพื่อพัฒนาอาชีพของสมาชิกในชุมชนและพึ่งพาตัวเอง โดยการหันของสมาชิกกลุ่ม

4) มีการถ่ายทอดและสร้างศักยภาพความเป็นผู้นำแก่สมาชิก โดยการนำวิทยากรมาถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกและจัดส่งสมาชิกเข้ารับการอบรมในหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมาถ่ายทอดความรู้ พร้อมเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับสถานศึกษา และชุมชน และเป็นแหล่งศึกษาดูงาน

5) ให้การสนับสนุนส่งเสริมด้านการศึกษาและความรู้การผลิตอาหาร เพื่อโภชนาการ และการบริโภคให้ถูกสุขลักษณะ

6) มีกานทดแทนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน โดยให้สมาชิกและเครือข่ายมีการขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรเพื่อรองรับการผลิต มีการร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางน้ำ

7) การปรับปรุงที่อยู่อาศัยและสุขอนามัยให้ถูกสุขลักษณะ สมาชิกทุกคนได้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยให้สวยงามร่มรื่น และถูกสุขลักษณะอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา โดยสืบเนื่องจากเหตุผลสนับสนุน ดังนี้

1. สภาพบ้านเรือนเป็นสวนร่มรื่น
2. ในตำบลมีแหล่งท่องเที่ยว
3. ได้รับความรู้จากเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตรในเรื่องการจัดการบ้านเรือน
4. สมาชิกเห็นความสำคัญของการปรับปรุงที่อยู่อาศัย และการดูแลสุขภาพอนามัย

แผนพัฒนากลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจที่ได้รับมาตรฐานอาหารและยา (อย.)

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1) น้ำพริกเผา | อย-74-2-07347-2-0001 |
| 2) น้ำพริกแกงคั่ว | อย-74-2-07347-2-0002 |
| 3) น้ำพริกแกงส้ม | อย-74-2-07347-2-0003 |
| 4) น้ำพริกแกงเขียวหวาน | อย-74-2-07347-2-0004 |

ตารางที่ 2-1 แผนการผลิต

ผลิตภัณฑ์	แผนการผลิตรวม/ปี/กิโลกรัม		
	2562	2563	2564
1. น้ำพริกเผา	1,200	1,200	1,200
2. น้ำพริกแกงคั่ว	1,800	1,800	1,800
3. น้ำพริกแกงส้ม	1,200	1,200	1,200
4. น้ำพริกแกงเขียวหวาน	1,200	1,200	1,200
รวม 4 ผลิตภัณฑ์	5,400	5,400	5,400

ตารางที่ 2-2 ผลการผลิต

ผลิตภัณฑ์	แผนการผลิตรวม/ปี/กิโลกรัม		
	2562	2563	2564
1. น้ำพริกเผา	1,050	1,096	1,294
2. น้ำพริกแกงคั่ว	1,600	1,669	1,667
3. น้ำพริกแกงส้ม	1,280	1,335	1,334
4. น้ำพริกแกงเขียวหวาน	990	1,032	1,031
รวม 4 ผลิตภัณฑ์	5,400	5,132	5,126

ตารางที่ 2-3 ตารางสรุปผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนประจำปี 2562-2564

แยกเป็นกำลังการผลิต (กิโลกรัม) และราคา (บาท)

ผลิตภัณฑ์	ราคา กก. ละ (บาท)	ยอดการจำหน่าย (กิโลกรัม/บาท)					
		2562		2563		2564	
		กก.	บาท	กก.	บาท	กก.	บาท
1. น้ำพริกเผา	100	1,050	105,000	1,096	105,000	1,294	105,000
2. น้ำพริกแกงคั่ว	100	1,600	160,000	1,669	166,700	1,667	166,700
3. น้ำพริกแกงส้ม	100	1,280	128,000	1,335	133,400	1,334	133,400
4. น้ำพริกแกงเขียวหวาน	100	990	99,000	1,032	103,200	1,031	103,100
รวม 4 ผลิตภัณฑ์		5,400	492,000	5,132	513,200	5,126	512,600

ตารางที่ 2-4 ตารางสรุปรายรับ-รายจ่าย ปี 2562-2564

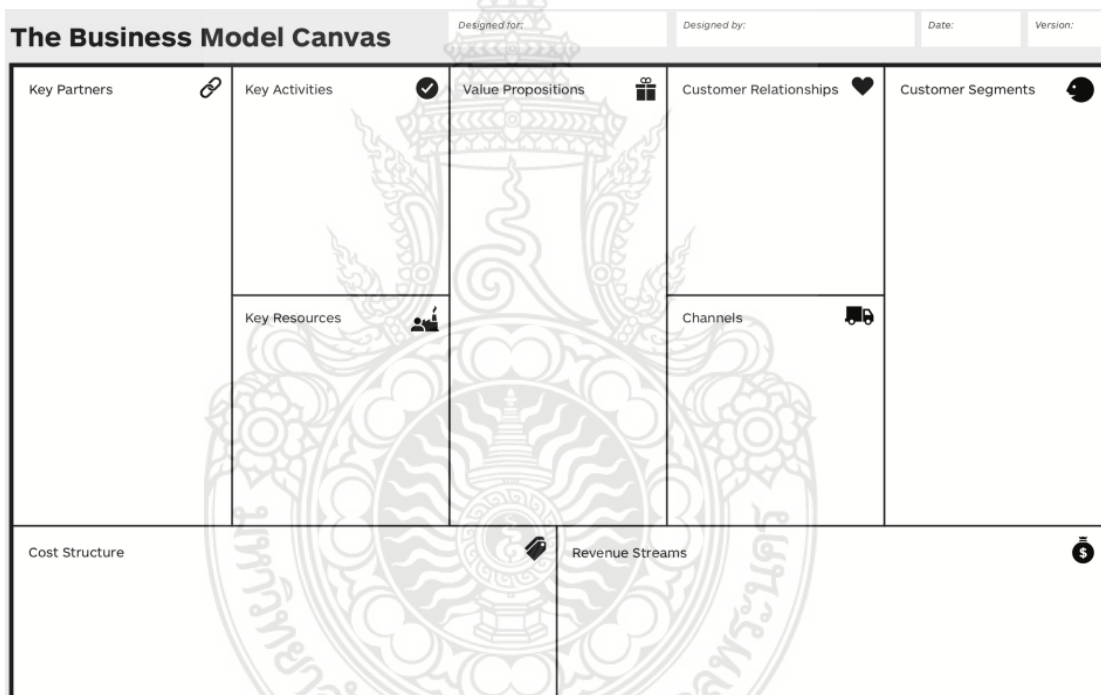
แยกเป็นกำลังการผลิต (กิโลกรัม) และราคา (บาท)

ปี	2562			2563			2564		
	รับ	จ่าย	คงเหลือ	รับ	จ่าย	คงเหลือ	รับ	จ่าย	คงเหลือ
จำนวน เงิน (บาท)	1,248,516	1,204,832	43,684	1,302,315	1,270,401	31,914	1,300,942	1,250,843	50,099

2.2 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas)

2.2.1 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)

Business Model Canvas เป็นแนวคิดที่พัฒนารูปแบบโดย Alex Osterwalder เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจที่ทำให้มองธุรกิจได้อย่างโปร่ง และทำให้ทีมรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาและระดมความคิด เพราะการมองเห็นจุดเด่นจุดด้อยของธุรกิจนั้นได้ผ่านโมเดลนี้ที่จับทุกอย่างไว้ในแผ่นผืนผ้าแผ่นเดียว โดยมากนิยมทำเป็นแผ่นใหญ่ Business Model Canvas เป็นเทมเพลตสี่เหลี่ยมผืนผ้า แบ่งหัวข้อหลักออกเป็น 9 ช่อง แต่ละช่องจะช่วยให้มองเห็นรายละเอียดในธุรกิจของตัวเอง รวมทั้งจุดเด่นจุดด้อยและที่สำคัญ BMC จะช่วยให้มองเห็นภาพรวมของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 2-4 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)

2.2.2 Customer Segments

ใครเป็นลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป็น mass หรือ niche ปัญหาของลูกค้าคืออะไร ซึ่งต้องแยกระหว่างคนซื้อและคนใช้ เพราะสินค้าบางอย่างคนซื้อไม่ได้ใช้ และคนใช้ไม่ได้ซื้อ เช่น ของใช้เด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ต้องตอบโจทย์ผู้ใช้ แต่การสื่อสารจะสื่อสารกับผู้ซื้อ รวมไปถึงลูกค้าว่ามีพฤติกรรมแบบไหน

2.2.3 Customer Relationships

การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ทำให้เกิดการบอกต่อ (word of mouth) การซื้อซ้ำ จนนำไปสู่การเป็นลูกค้าที่จงรักภักดีต่อแบรนด์ ความสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละธุรกิจจะแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) การให้ความช่วยเหลือส่วนบุคคล เช่น call center ช่างประจำศูนย์รถยนต์ พนักงานคอยโทรสอบถามความพึงพอใจของสินค้าและบริการ 2) การบริการตนเอง เช่น ตู้ ATM ตู้จ่ายค่าบริการต่าง ๆ ของ True แอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงิน 3) การบริการด้วยระบบอัตโนมัติ หรือการบริการตนเอง คือการที่ลูกค้าสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจด้วยตัวเอง ผ่านระบบอัตโนมัติที่ธุรกิจสร้างขึ้น 4) การให้บริการแบบเชื่อมต่อถึงกันเป็นชุมชน (community) เช่น Fan page บนเฟซบุ๊ก

2.2.4 Channels

ช่องทางในซื้อขาย และช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป็นแบบไหน ลักษณะธุรกิจเป็นอย่างไร การซื้อขายผ่านช่องทางใดจึงจะสะดวกมากที่สุด นอกจากนี้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าก็ต้องเลือกให้ถูกต้องตรงจุด ลูกค้าอยู่กับสื่อชนิดใด จะแจ้งข้อมูลสินค้าหรือบอกโปรโมชั่นกับลูกค้าผ่านสื่อใดจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่คนทำธุรกิจจำเป็นต้องรู้ ซึ่งช่องทางเหล่านี้มันเกิดขึ้นตั้งแต่กระบวนการก่อนการขาย ไปจนถึงหลังการขาย กระบวนการขายแบบเบสิคจะมีด้วยกันทั้งหมด 5 ระยะคือ

1. Awareness ลูกค้าจะรับรู้ถึงสินค้าและบริการได้อย่างไร?
2. Evaluation ลูกค้าจะมองเห็นคุณค่าในสินค้าและบริการได้ทางใดบ้าง
3. Purchase ช่องทางใดบ้างที่ลูกค้าจะสามารถซื้อสินค้าและบริการได้
4. Delivery ช่องทางใดบ้างที่สามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้
5. After-sale จะดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างไร

2.2.5 Value Propositions

อะไรที่ทำให้ลูกค้าต้องเลือกสินค้าและบริการ ในส่วนนี้สำคัญมาก คือต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าอะไรคือคุณค่าในสินค้าและบริการที่เลือกนำเสนอให้ลูกค้า ลูกค้าจะได้คุณค่าอะไรจากการยอมจ่ายให้ คุณค่าในสินค้าและบริการเข้าไปแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ หรือส่งเสริมอะไรให้ลูกค้า เช่น ร้านกาแฟร้านหนึ่ง ขายแพงกว่าคู่แข่งในระแวกเดียวกัน แต่มีบางสิ่งที่แตกต่างกันซึ่งทำให้ลูกค้ายอมจ่ายแพงกว่าคือ มีที่จอดรถเพียงพอ ในร้านมีกลิ่นหอมผ่อนคลายตลอดเวลา มีกาแฟชนิดพิเศษที่ทำดื่มยาก เครื่องชงกาแฟที่สั่งทำพิเศษไม่เหมือนร้านไหนในประเทศไทย และทั้งหมดนี้คือคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับหากเลือกร้านกาแฟร้านนี้

2.2.6 Key Partners

มีหลายสิ่งในกระบวนการทำธุรกิจที่จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่น เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างลุล่วง partners คือกลุ่มคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ อาจจะเรียกว่าคู่ค้า ข้อดีของการมี partners คือ กลุ่มคนเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำธุรกิจ ช่วยกระจายความเสี่ยง และทำให้ไม่ต้องดำเนินการทุกอย่างด้วยตัวเองซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาให้เรามาโฟกัสเรื่องสำคัญ ๆ ได้

2.2.7 Key Activities

กิจกรรมหลักที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ อะไรคือหน้าที่ที่ต้องทำบ้าง ซึ่งแต่ละธุรกิจก็จะมีหน้าที่หลักแตกต่างกันไป เช่น ธุรกิจ ชัก อบ รีด หน้าที่หลักก็คือ ทำความสะอาดเสื้อผ้า รีดเสื้อผ้าให้เรียบร้อยพร้อมใส่ เป็นต้น

2.2.8 Key Resource

ทรัพยากรที่สำคัญกับธุรกิจ ทรัพยากรในที่นี้หมายรวมทั้ง คน เครื่องจักร เงินทุน ทรัพย์สินทางปัญญา ที่ดิน ฯลฯ สิ่งที่เราควรเขียนในช่องนี้ควรจะแยกเป็น 2 ส่วนคือ ทรัพยากรส่วนที่กิจการมีอยู่ และทรัพยากรส่วนที่กิจการต้องมี การมองหาทรัพยากรต้องย้อนกลับไปดูว่าลูกค้าคือใคร อะไรคือคุณค่าที่จะนำเสนอแก่ลูกค้า และทรัพยากรจะสามารถสร้างคุณค่านั้น ๆ ได้หรือไม่ อย่างไร

2.2.9 Cost Structure

ต้นทุนมีหลายประเภท ต้นทุนที่แบ่งตามวัตถุประสงค์จะมี 2 ประเภทคือ ต้นทุนเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักร ค่าเช่าสำนักงาน ฯลฯ และอีกประเภทหนึ่งคือ ต้นทุนเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ธุรกิจ เช่น งบโฆษณา งบเช่าพื้นที่พิเศษเพื่อลูกค้าของตนเองตามห้างสรรพสินค้า งบลงข่าวประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

2.2.10 Revenue Streams

ช่องทางการเข้ามาของรายได้จะเข้ามาทางใดบ้าง จำเป็นต้องรู้ โดยมากจะมี 4 ประเภท ได้แก่ จากค่าบริการ จากการขายสินค้า จากค่าเช่า และ จากค่าอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ โดยควรจะมีมองให้ลึกไปถึงขั้นว่าลูกค้าจะสะดวกจ่ายในรูปแบบใด เครดิตหรือเงินสด จ่ายผ่านช่องทางใด โอนผ่านธนาคาร เคาร์ทเดอริส หรือแคชเชียร์ ต้องสอดคล้องกับสินค้าและบริการและเชื่อมโยงกับลูกค้า

2.3 งานวิจัยอ้างอิงทางวิชาการที่เกี่ยวกับโครงการ

รัชนิกร ตรีสมุทรกุล (2558). ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมโมเดลธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมโมเดลธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการศึกษาวิจัย

แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

(1) การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Study) โดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานวิจัย เพื่อนำมาออกแบบกรอบการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ

(2) การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Study) เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึก ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ผู้พัฒนา/วิจัยผลิตภัณฑ์จากวิทยาลัยการแพทย์แผนไทย จำนวน 1 แห่ง และการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด รวมถึงการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ทราบมุมมองของผู้บริโภค

(3) การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย (Analysis and Conclusion) นำข้อมูลประเด็นธุรกิจที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งจากฝั่งอุปทาน (Supply side) และข้อมูลความต้องการของตลาดในฝั่งอุปสงค์ (Demand side) มารวมกันวิเคราะห์เพื่อหาองค์ประกอบหลักของโมเดลธุรกิจที่มีความเหมาะสม ขั้นตอนสุดท้าย

(4) การอภิปรายผลร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel) เพื่อให้ได้มุมมองและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละองค์ประกอบ ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า จากหลักทฤษฎี Business Model Canvas ที่มี 9 องค์ประกอบ แต่สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวดให้ความสำคัญกับ 3 องค์ประกอบหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ด้านกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Marketing and Customer (2) Relationship) และ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมนี้มีทั้งผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการจากภาคเอกชน ซึ่งมีศักยภาพ ข้อจำกัด รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ในการนำโมเดลธุรกิจนี้ไปปรับใช้จึงมีองค์ประกอบย่อยที่แตกต่างกันไป ผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด อย่างไรก็ตามการนำนวัตกรรมโมเดลธุรกิจไปประยุกต์ใช้จะต้องพิจารณารูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร รวมถึงศักยภาพและข้อจำกัด เพื่อจะได้เลือก

โมเดลที่มีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างเต็มที่

ชื่นจิตร อังวรารวงศ์ และไพบุลย์ ญาณกิตต์กัวร์ (2560) ได้จัดทำงานวิจัยวิเคราะห์โมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์ผงข้าวออร์แกนิกสำเร็จรูป มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์ผงข้าวออร์แกนิกสำเร็จรูปโดยศึกษาและพัฒนาแนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ของอาหารเสริมสุขภาพที่ผลิตจากปลายข้าวและผลพลอยได้ของข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจผู้วิจัยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของโมเดลธุรกิจคานวาส(Business Model Canvas) โดยออกแบบวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์โมเดลธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 9 ด้าน คือ

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Customer Segments)
2. คุณค่าของสินค้า (Value Proposition)
3. ช่องทางในการสื่อสารและจัดจำหน่าย (Channels)
4. ทรัพยากรที่จำเป็นและสำคัญ(Key Resources)
5. กิจกรรมหลักที่สำคัญ (Key Activities)
6. การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Key Partnerships)
7. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)
8. รายได้ของผลิตภัณฑ์ (Revenue Streams)
9. โครงสร้างด้านต้นทุน (Cost Structure)

ผลสรุปจากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ ผงข้าวออร์แกนิกสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาไปสู่การผลิตเพื่อทดลองตลาด เนื่องจากจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ มาจากวัตถุดิบในการผลิต คือ ปลายข้าวและผลพลอยได้ของข้าวอินทรีย์ เป็นวัตถุดิบที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค และสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์จากการขายวัตถุดิบในการผลิตให้ได้ราคาสูงขึ้นจากการนำไปแปรรูป

ธนุตร์ กิตติพลภักดี (2561). ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกงในจังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) ศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกง
- (2) ศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกง

(3) การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปเครื่องแกงในจังหวัดสงขลาตามแบบจำลองชิบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสำรวจภาคตัดขวาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกงในจังหวัดสงขลา จำนวนทั้งหมด 665 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ได้ขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างจำนวน 205 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวผลการวิจัย (1) การศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกง พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพหลักทำสวนยางพารา นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 50,000 บาท โดยมีแหล่งรายได้จากอาชีพหลัก และการทำน้ำพริกแกงเป็นอาชีพเสริม (2) สภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกงได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ มีแหล่งเงินทุนจากหุ้นของสมาชิก และการสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดหาวัตถุดิบจากเพาะปลูกของสมาชิกและจัดซื้อจากภายนอกชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ โดยคำนึงถึงความสะดวกของเครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูป และสุขอนามัยในกระบวนการแปรรูป และ (3) การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปเครื่องแกงตามแบบจำลองซิป แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ตามที่ได้รับการประเมินศักยภาพจากสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกงให้ความสำคัญกับแหล่งวัตถุดิบจากแหล่งที่มีคุณภาพ และการขอใบอนุญาตการผลิตอาหาร การขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การให้ความสำคัญกับน้ำที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปต้องมีปริมาณเพียงพอและสะอาด การคำนึงถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องแกงที่มีสีสวยงาม มีกลิ่นหอม บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท และมีน้ำหนักตามฉลากที่ระบุ

อรรถพงศ์ เขียวแกร (2563). ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แผนผังโมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโอน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนผังโมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองโอน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีโดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของแผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ทั้ง 9 องค์ประกอบ คือ

1. กลุ่มลูกค้า (CS)
2. การเสนอคุณค่า (VP)
3. ช่องทาง (CH)
4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (CR)
5. กระแสรายได้ (RS)
6. ทรัพยากรหลัก (KR)
7. กิจกรรมหลัก (KA)
8. พันธมิตรหลัก (KP)

9. โครงสร้างต้นทุน (CS)

มาพัฒนาเป็นแผนผังโมเดลธุรกิจที่สมบูรณ์บนภาพแผนเดียวแผนผังโมเดลธุรกิจจากการร่วมคิด ร่วมสร้าง ระหว่างทีมผู้บริหารวิสาหกิจฯ สมาชิกวิสาหกิจฯ ผู้วิจัย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ทำให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันในบริบทของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจฯ และมองเห็นเป็นภาพเดียวกันไม่เกิดความสับสน นอกจากนี้ยังใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารแก่บุคคลภายนอก หน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ที่มาศึกษาดูงานได้เป็นอย่างดีผลการศึกษาพบว่า องค์กรประกอบที่ 1-4 ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจฯในระดับสูง องค์กรประกอบที่ 8 ส่งผลต่อความสำเร็จระดับปานกลาง และองค์กรประกอบที่ 5 6 7 และ 9 ส่งผลต่อความสำเร็จระดับต่ำ ปัญหา

สำคัญที่ต้องพัฒนาเร่งด่วน คือ การจัดการสต็อกและการส่งมอบสินค้า การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์การวางแผนบุคลากร องค์กรความรู้ในการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การติดตามและการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การบันทึกต้นทุน การจำแนกต้นทุน และการเก็บบันทึกข้อมูลที่สำคัญ ประเด็นเหล่านี้ได้นำไปใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาแผนธุรกิจในส่วนของการออกแบบกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่งาน ทำให้สามารถจัดจุดอ่อนและอุปสรรคในการดำเนินงาน รวมถึงการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจฯ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ให้เป็นที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความทางวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas)

3.1.2 ศึกษาแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงโดยภาพรวม

3.1.3 ศึกษาข้อมูลแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

3.1.4 ศึกษาข้อมูลแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

3.1.5 ศึกษาข้อมูลแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ด้วยวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย มีจำนวน 2 กลุ่ม ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ดังนี้

3.2.1 กลุ่มที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) มีผู้ให้ข้อมูลที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้เกี่ยวข้องในการดำเนินการ คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร (นางพนอ ไสนิยม)

3.2.2 กลุ่มที่ 2 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group discussion) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยไว้ 5 ราย ดังนี้

- 1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร
- 2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร
- 3) ตัวแทน อบต. ต. สวนส้ม อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร
- 4) ตัวแทนพัฒนาชุมชน ต. สวนส้ม อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร
- 5) ตัวแทนอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดยการนำเสนอแนวคิดและรายละเอียดของรูปแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสม ที่จะสามารถนำแบบจำลองธุรกิจไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง ต่อไป 3.1.4 ศึกษาข้อมูลแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

3.1.5 ศึกษาข้อมูลแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ด้วยวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ

3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลโดยมีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) ดังรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure) และกรอบการดำเนินงานวิจัยด้วยแนวคิด Business Model Canvas ของ Alexander ในแบบสัมภาษณ์

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) ดังนี้

1) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การดำเนินการวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

2) กำหนดประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) เพื่อนำข้อมูลข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ มาร่วมกันออกแบบแผนผังแบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas)

3) การดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ในครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลโดยมีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และ สนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) และข้อมูลจากเอกสาร บทความที่เกี่ยวข้อง มากำหนดประเด็นตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

3.4.2 ทำการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group discussion) ตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.4.3 นำข้อมูลที่ได้เรียบเรียงมาศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแผนผังแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยการนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

โครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ให้เป็นที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

4.2 ข้อเสนอแนะแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร โดยข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 Customer Segment (กลุ่มลูกค้า)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มลูกค้าปลีก คือ ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
- 2) กลุ่มลูกค้าส่ง คือ ร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร



ภาพที่ 4-1 ผลิตภัณฑ์กลุ่มลูกค้าชายส่ง และ Customer segment (กลุ่มลูกค้า)

4.1.2 Value proposition (คุณค่าของสินค้าและบริการ)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีการนำเสนอคุณค่าของสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 รูปแบบ คือ

4.1.2.1 คุณภาพในการผลิต

- ควบคุมสุขอนามัย ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน คือ มีการสวมถุงมือ สวมหมวกในระหว่างการผลิต

- กำลังการผลิต ชุดละ 25 กิโลกรัม

4.1.2.2 คุณภาพในการผลิต

- น้ำจิ้ม ได้แก่ น้ำจิ้มไก่ทอด น้ำจิ้มเต้าเจี้ยว

- เครื่องแกง ได้แก่ แกงคั่ว แกงเขียวหวาน แกงส้ม

- น้ำพริก ได้แก่ น้ำพริกกะปิ น้ำพริกเผา น้ำพริกเผาเผ็ด

- น้ำซุปรอ่อมปรุงรู่ ได้แก่ น้ำซूपแกงส้ม



ภาพที่ 4-2 ผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนส้มร่วมใจ



ภาพที่ 4-3 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง



ภาพที่ 4-4 ผลิตภัณฑ์น้ำแกงส้ม

4.1.2.3 สินค้าปลอดสารเคมี ไม่ใส่วัตถุกันเสีย



ภาพที่ 4-5 วัตถุดิบในการผลิต

4.1.2.4 ความสดใหม่ของสินค้า ในหนึ่งสัปดาห์จะผลิต 1 ครั้ง คือ ทำทุกวันพุธ
ทำตั้งแต่ 08.00 น. - 15.00 น.



ภาพที่ 4-6 แสดงการผลิตน้ำพริก

4.1.2.5 การรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า

- OTOP Product Champion ระดับ 4 ดาว
- เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ออย.



ภาพที่ 4-7 แสดงการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า

4.1.3 Channels (ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีช่องทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 รูปแบบ คือ

4.1.3.1 ช่องทาง Offline

- ตลาดนัดที่ ต.อำแพง ต.คลองตัน และ ต.หลักสอง
- สมาชิกรับไปขายเองตามตลาดนัด
- ร้านอาหารภายในจังหวัดสมุทรสาคร
- หน้าที่ว่าการอำเภอบ้านแพ้ว



ภาพที่ 4-8 แสดง Channels (ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)

4.1.3.2 ช่องทาง Online

- Facebook Official Fanpage : น้ำพริกแม่พนอ
- Line Official : น้ำพริกแม่พนอ

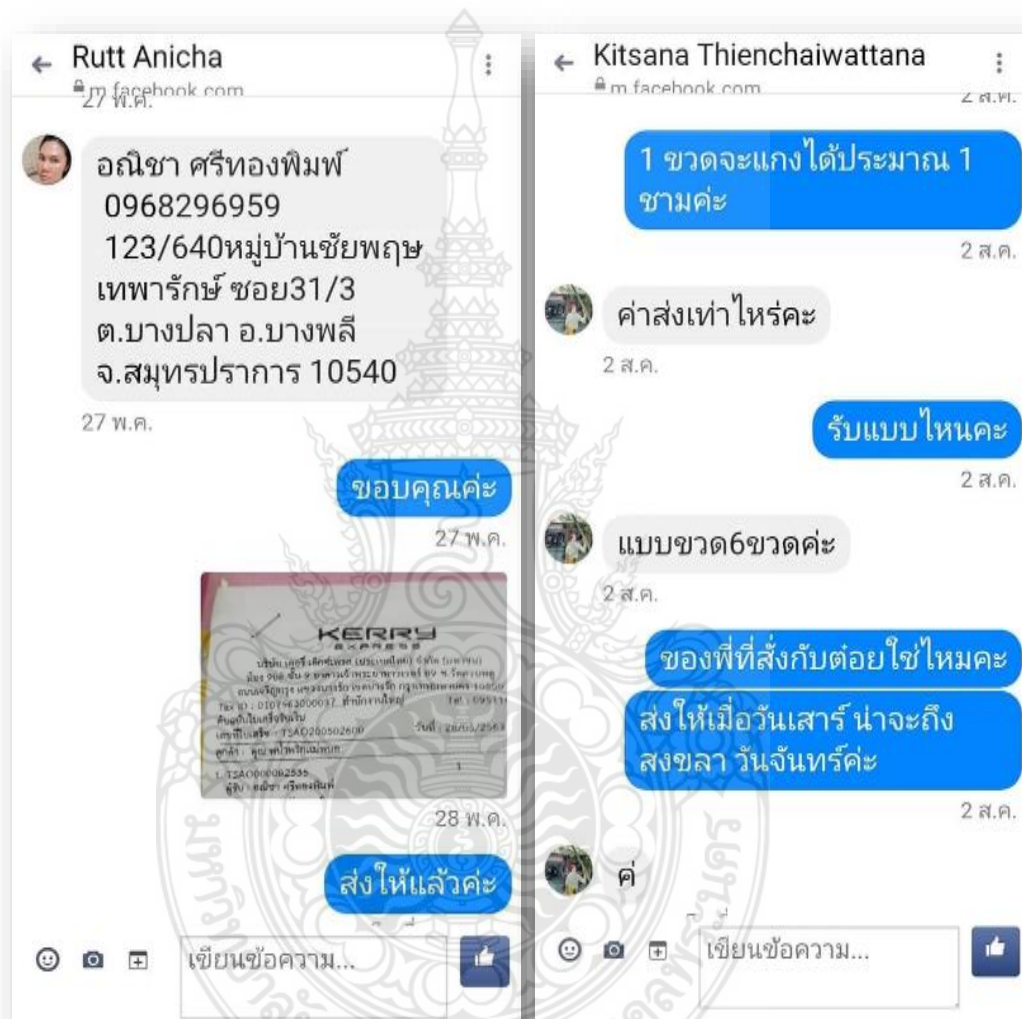


ภาพที่ 4-9 แสดงช่องทางการติดต่อ Online

4.1.4 Customer relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

4.1.4.1 การตอบลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ และช่องทาง Social Media ผ่านทางแชท



ภาพที่ 4-10 แสดง Customer relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

4.1.5 Revenue streams (แหล่งรายได้)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีแหล่งรายได้ 2 รูปแบบ คือ

4.1.5.1 จากการจำหน่ายขายสินค้า จำนวน 1,258,522 บาท

4.1.5.2 จากการจำหน่ายขายสินค้า จำนวน 1,258,522 บาท

4.1.6 Cost structure (โครงสร้างต้นทุน)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีโครงสร้างต้นทุนในการดำเนินงาน เป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1.6.1 ต้นทุนคงที่ จำนวนเงินรวม 108,073.25 บาท

- ค่าเสื่อมราคาอาคาร เป็นเงินจำนวน 21,692.50 บาท
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ เป็นเงินจำนวน 86,380.75 บาท

4.1.6.2 ต้นทุนผันแปร จำนวนเงินรวม 1,142,770 บาท

- วัตถุดิบ เป็นเงินจำนวน 829,878 บาท
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นเงินจำนวน 220,412 บาท
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นเงินจำนวน 92,480 บาท

ข้อมูลฐานะการเงิน		ข้อมูลผลการดำเนินงาน	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562		สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562	
เงินสด	96,300.00	รายได้	1,402,310.00
เงินฝากธนาคาร	284,097.50	รายได้ค่าบริการ	751.83
วัตถุดิบคงเหลือ	36,350.00	รวมรายได้	1,408,061.83
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	416,747.50		
อุปกรณ์คงเหลือ	103,953.50	ค่าใช้จ่าย	871,552.00
ค่าเช่าที่ดิน	321,805.00	ต้นทุนสินค้าขาย	842,223.99
รวมสินทรัพย์	6,429,417.19	รวมค่าใช้จ่าย	1,318,281.99
รวมหนี้สิน	225,200.00		
ทุนเรือนหุ้น	1,900.00		
ทุนสำรอง	505,182.50		
รวมหนี้สินและทุน	8,429,415.19	กำไรสุทธิ	89,228.10
กำไรขาดทุนสุทธิ			

ภาพที่ 4-11 Cost structure (โครงสร้างต้นทุน)

4.1.7 Key Resources (ทรัพยากรหลัก)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีทรัพยากรหลักที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

4.1.7.1 สมาชิกสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนน้ำร่วมใจ จำนวน 20 คน



ภาพที่ 4-12 สมาชิกสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนน้ำร่วมใจ

4.1.7.2 เครื่องจักร คือ เครื่องไม่พริก เบอร์ 46 จำนวน 1 เครื่อง



ภาพที่ 4-13 แสดงเครื่องไม่พริก

4.1.7.3 วัตถุดิบในการผลิต ใช้พริก 2 อย่าง คือ (1) พริกอินเดียใหญ่

(2) พริกสนั้ม

- กระเทียม
- หัวหอมพม่า
- ข่า ตะไคร้



ภาพที่ 4-14 แสดงวัตถุดิบในการผลิต

4.1.8 เงินทุน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีการใช้เงินลงทุนในการดำเนินงาน
ดังนี้

4.1.8.1 เงินลงทุน

- เงินลงทุนของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนน้ำร่วมใจ เป็น
จำนวน 6,000 บาท คนละ 300 บาท จำนวน 20 คน

4.1.8.2 ทุนสนับสนุน

- ทุนสนับสนุนทุนหมุนเวียน จำนวน 7,000 บาท จากธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์เกษตร ปี พ.ศ. 2559

- ทุนสนับสนุน เครื่องไม้พริก เบอร์ 46 จำนวน 1 เครื่อง เป็น
จำนวนเงิน 64,000 บาท จากสำนักงานสหกรณ์ของสมุทรสาคร ปี พ.ศ. 2559

- ทุนสนับสนุน วัตถุดิบ พริกแห้งจำนวน 90 กิโลกรัม มูลค่า
10,000 บาท จากสำนักงานเกษตร อำเภอบ้านแพ้ว ปี พ.ศ. 2559

- ทุนสนับสนุน กล่องบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3,000 ใบ จากสำนัก
เกษตรสมุทรสาคร ปี พ.ศ. 2560

- ทุนสนับสนุนปัจจัยการผลิตมูลค่า 10,000 บาท จากสำนักงาน
อำเภอกษัตริย์บ้านแพ้ว ปี พ.ศ. 2561

4.1.9 Key Activities (กิจกรรมหลัก)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง ได้ดำเนินกิจกรรมหลักในการดำเนินงาน ดังนี้

4.1.9.1 พัฒนาด้านการแปรรูปสินค้าเกษตร คือ นำสินค้าเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า

4.1.9.2 ควบคุมมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย

- ควบคุมสุขอนามัย ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน คือ มีการสวมถุงมือ สวมหมวกในระหว่างการผลิต

- ทำความสะอาดวัตถุดิบ ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต

- ดูแลความสะอาดภายในห้องผลิตและบริเวณโดยรอบอย่าง

สม่ำเสมอ

4.1.9.3 จัดหาวัตถุดิบและผลิตสินค้า

- จัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

- ตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต

4.1.10 Key Partners (พันธมิตรหลัก)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง มีพันธมิตรหลักที่คอยสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

4.1.10.1 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

- มอบงบประมาณสนับสนุน จำนวน 7,000 บาท

4.1.10.2 กรมการพัฒนาชุมชน

- สนับสนุนฉลากผลิตภัณฑ์ จำนวน 2,000 ใบ

- สนับสนุนถุงพลาสติกขนาด 7x11 นิ้ว จำนวน 50 กิโลกรัม

- มอบงบประมาณสนับสนุน จำนวน 22,500 บาท

4.1.10.3 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

- อบรมให้ความรู้และร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์

4.1.10.4 สำนักงานพัฒนาชุมชนและความมั่นคงของมนุษย์

- มอบงบประมาณสนับสนุน จำนวน 40,000 บาท

4.1.10.5 สำนักงานเกษตร จังหวัดสมุทรสาคร

- มอบงบประมาณสนับสนุน จำนวน 86,000 บาท
- จัดทำผลิตฉลากผลิตภัณฑ์ จำนวน 3,600 ใบ
- มอบบรรจุภัณฑ์สนับสนุน จำนวน 3,000 ใบ

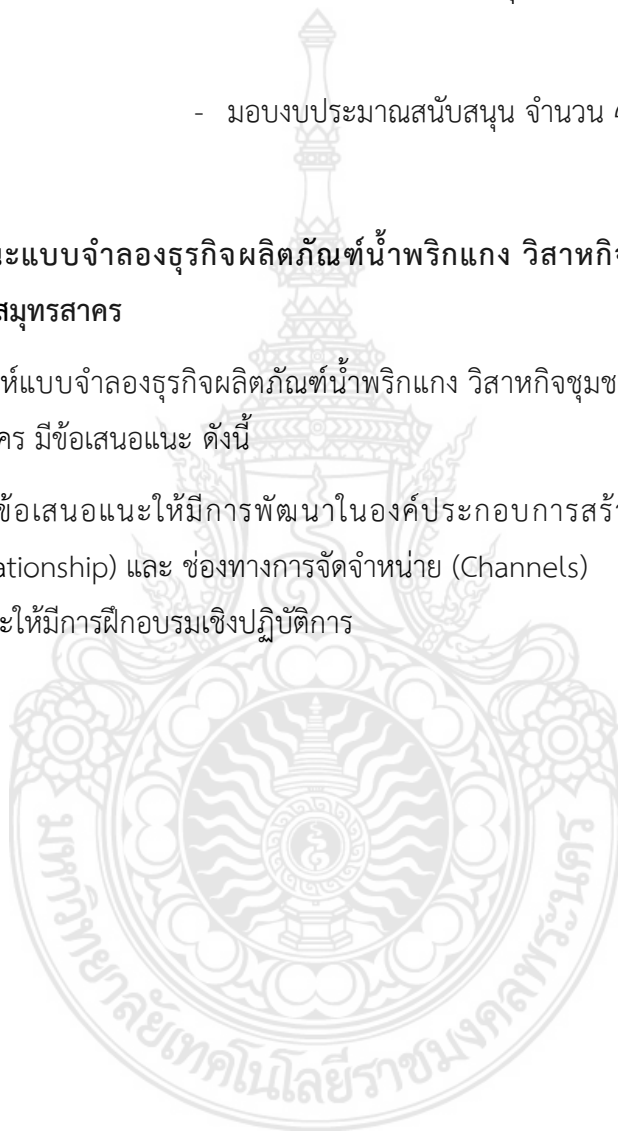
4.1.10.6 สำนักงานสหกรณ์ จังหวัดสมุทรสาคร

- มอบงบประมาณสนับสนุน สำหรับจัดซื้อเครื่องโม่พริก จำนวน 64,000 บาท
- มอบงบประมาณสนับสนุน จำนวน 40,000 บาท

4.2 ข้อเสนอแนะแบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร

การวิเคราะห์แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาในองค์ประกอบความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) และ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels)
- 2) เสนอแนะให้มีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ



บทที่ 5

สรุปและวิเคราะห์ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน นั้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ให้เป็น ที่ต้องการและทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และได้ดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอนคือ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี Business Model Canvas เพื่อนำไปกำหนดแบบจำลองธุรกิจ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง 2) วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนา กลุ่มย่อย (Focus Group discussion) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร และ 3) นำข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ไปจัดทำแผนผัง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สรุป โดยการนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน คือ ทำให้การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านคลองสำโรง โดยนำองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 จากการทำวิจัยในครั้งนี้ พบว่า วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการตลาด จึงควรมีการต่อยอดในการทำโครงการวิจัยด้านการตลาด ครั้งต่อไป

5.3.2 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้สำหรับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ให้มีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจได้



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน: น้ำพริกแกง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2564,
จาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/production2/qs-chilithaiproduction>
- จตุพร คงทอง และคณะ. (2018). **แผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชุมชน: กรณีศึกษา**
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
เครื่องแกงบ้านนาگون Strategies to Enhance Thai Local Curry Paste Product: A Case
Study of Baan-Nakoon Community Enterprise. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ปีที่ 10 Special Issue June-September 2018.
- ชื่นจิตต์ อังวรารวงศ์ และไพบุลย์ ญาณกิตติ์กูร. (2560). **การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร**
เสริมสุขภาพผงข้าวออร์แกนิกขงต้มสำเร็จรูป. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
37(4), 92-109.
- รัชนิกร ตรีสมุทรกุล. (2558). **นวัตกรรมโมเดลธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรบรรเทาปวด**.
วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนุตร์ กิตติพลภักดิ์ (2561). **การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเครื่องแกง**
ในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการระบบอาหาร
เพื่อโภชนาการสาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- สกุลตรา คำชู. (2561). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงหรือเครื่องแกงจากพริกหวานชนิดไม่ เผ็ด**
ในเชิงพาณิชย์.ใน **ทุนวิจัยงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2561**. สถาบันวิจัย
และพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2563). “จันดี”
เมืองแห่งสมุนไพรพืช
- อรรถพงศ์ เขียวแกร และคณะ (2563). **แผนผังโมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจโรงสี**
ข้าวชุมชนบ้านหนองโสน. (รายงานการวิจัย). สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)
- Business Model Canvas** **อาวุธอันแยบยลของคนทำธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2562.
จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/business-model-canvas/>



ภาคผนวก

กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสาโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน

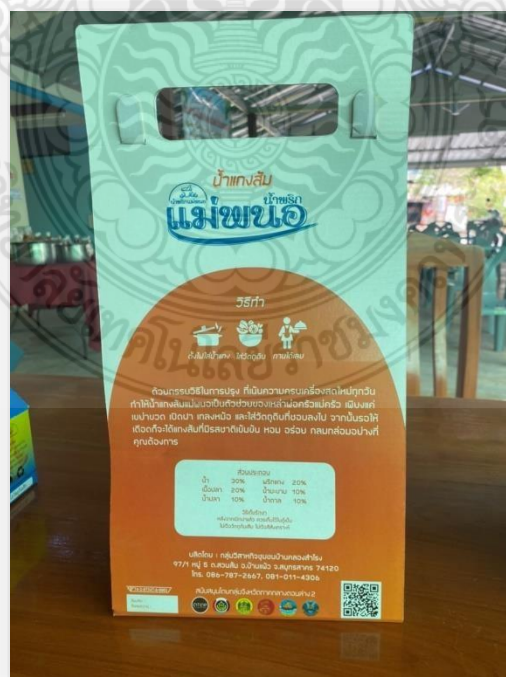


ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง

อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ผู้เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง
อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร ศูนย์ธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน



กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร




กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
 วิชาทกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

.....

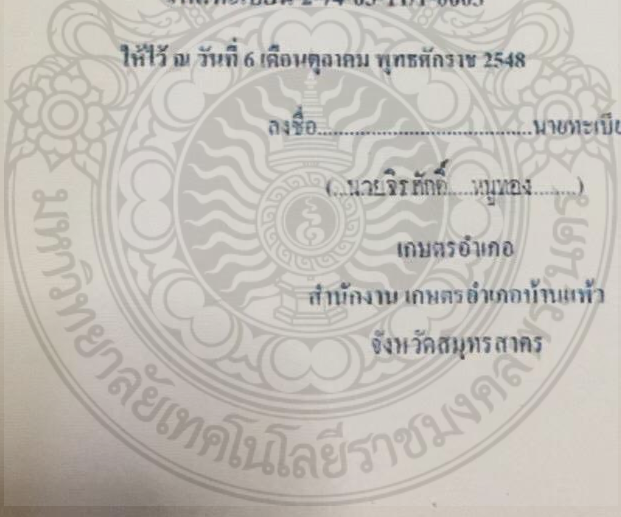
หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง

ที่ตั้ง : เลขที่ 97/1 หมู่ที่ 5 ตำบลสวนส้ม
 อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร รหัสไปรษณีย์ 74120
 โทรศัพท์: 034858331 โทรสาร: E-mail address :

เพื่อเป็นหลักฐานว่า ได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน
 ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อยแล้ว
 รหัสทะเบียน 2-74-03-11/1-0003

ให้ไว้ ณ วันที่ 6 เดือนตุลาคม พุทธศักราช 2548

ลงชื่อ.....นายทะเบียน
 (นายจิรศักดิ์.....นามอง.....)
 เกษตรอำเภอ
 สำนักงาน เกษตรอำเภอบ้านแพ้ว
 จังหวัดสมุทรสาคร

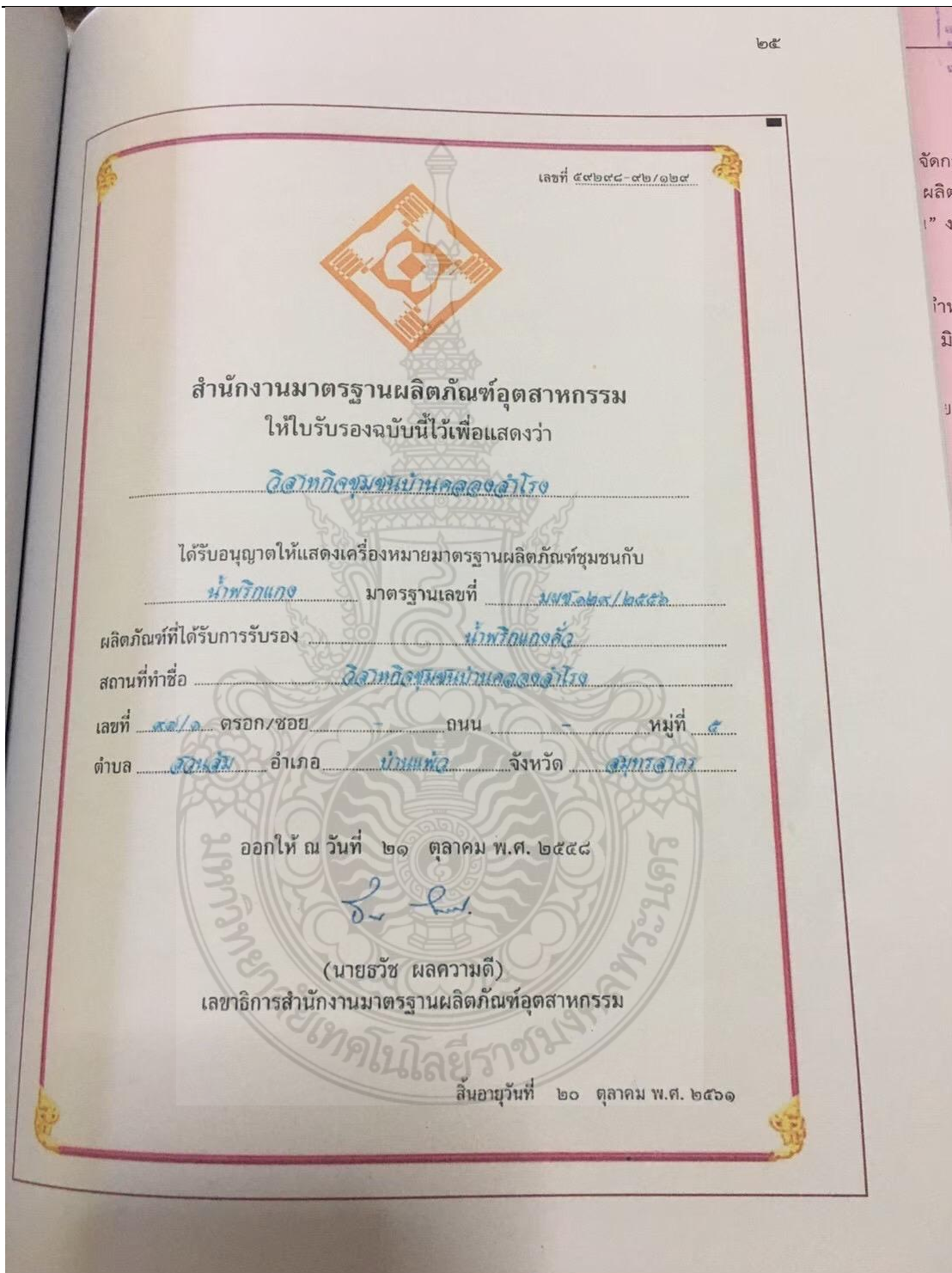


หมายเหตุ:

(1) วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อไป
 ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันขึ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน

(2) การเลิกกิจการ จักต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ประสงค์จะเลิกกิจการ

กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง
 วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร



หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางจिरพร มหาอินทร์

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Professor Jiraporn Mahain

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่อยู่ (ที่ทำงาน) สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-665-3555 ต่อ 1310

มือถือ 097-289-1777 E-mail : jiraporn.ma@rmutp.ac.th

ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ปี พ.ศ.	ระดับ ปริญญา	อักษรย่อ	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2544	ปริญญาโท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2540	ปริญญาตรี	บธ.บ.	ธุรกิจศึกษา	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

หัวหน้างานสหกิจศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

-

ก. ผลงานวิจัยตีพิมพ์ (ระดับชาติ และระดับนานาชาติ) (ชื่อผลงาน ชื่อวารสาร แหล่งทุน ปีที่พิมพ์)

1. การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน
 - อ. สนมชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (2020) : กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

2. แนวทางการตลาดของแป้งกล้วยเชิงพาณิชย์ในธุรกิจเบเกอรี่ วารสารวิชาการและวิจัย
มทร.พระนคร,3(2) 26-39 รายงานปีการศึกษา 2561

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

1. งานวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกล
ธุรกิจ โอท็อปขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2564

2. งานวิจัย เรื่อง โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชน ตามแนว
พระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี: กลุ่ม
พัฒนาอาชีพนรีนพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุหระห์เกาะขุนเณร งบประมาณประจำปี 2563 (วช)

3. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการ
ความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ.
ฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

4. กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ:กรณีศึกษาชุมชนบางกะเจ้า อ.พระประแดง จ.
สมุทรปราการ

ทุนงบประมาณรายได้ ปี 2557

5. การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี ทุนงบประมาณรายได้ ปี 2554

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่นบทความ หนังสือ สិทธิบัตร ฯลฯ

บทความวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว
ต. ท่ากระดาน อ. สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (43)
กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการ
ความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ.
ฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Kwanrutai Wongkamhaengharn

เลขหมายบัตรประชาชน XXXXXXXXXXXX

2. ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

3. ที่อยู่ (ที่ทำงาน) สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-2829101-2 ต่อ 2353 โทรสาร 02-281 0093

มือถือ 0892715876 E-mail : kwanrutai.w@rmutp.ac.th

4. ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ปี พ.ศ.	ระดับ ปริญญา	อักษรย่อ	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2544- 2546	ปริญญาโท	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ
2531- 2534	ปริญญาตรี	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยพายัพ

5. ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การสื่อสารการตลาด และการบริหารตราสินค้า

7. งานวิจัยที่รับผิดชอบ

ผลงานที่ผ่านมา

7.1 -

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย

1. การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจโอท็อปขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2563 ทู่นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สกสว.
2. การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2562 ทู่นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สกสว.
3. กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ:กรณีศึกษาชุมชนบางกะเจ้า อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ทู่นงบประมาณรายได้ ปี 2557

7.3 ผู้ร่วมวิจัย

1. การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี ทุนงบประมาณรายได้ ปี 2554
2. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ด้านการตลาดและการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่อุตสาหกรรม (AEC) ทุนงบประมาณแผ่นดินปี 2558
3. กลยุทธ์การตลาดของข้าวกล้องออร์แกนิกและพฤติกรรมการบริโภคข้าวออร์แกนิกในกรุงเทพมหานคร ทุนงบประมาณแผ่นดินปี 2559
4. การวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการตลาดผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร “การขยายโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560
5. ชุดโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องใช้จังหวัดอุบลราชธานีด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทุนสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2560
6. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

7. โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทออีสานด้วยนวัตกรรม (จังหวัดกาฬสินธุ์ อุบลราชธานี และบุรีรัมย์) ทุมนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2561

8. โครงการวิจัย การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชนตามพระราชดำริ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี: กลุ่มพัฒนาอาชีพนิรันพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุเหว่าเกาะขุนเณร” ในโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ ประจำปีการศึกษา 2563 (การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริฯ) ของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2563

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

1. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ ด้านการตลาดและการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผู้สากล (AEC). รายงานสืบเนื่องประชุมวิชาการด้านบริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร. ครั้งที่ 2 “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล” 17 เดือน มีนาคม 2560 หน้า 312-320

2. แนวทางการตลาดของแปงกล้วยเชิงพาณิชย์ในธุรกิจเบเกอรี่ วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร,3 (2) 26-39 รายงานปีการศึกษา 2561

3. บทความวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนา ยาว ต. ท่ากระดาน อ. สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (43) กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2563 ได้รับรางวัล Gold Award ในงานมหกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2563

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ

1. หัวหน้าโครงการ งานวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เสื้อผ้าและเครื่องกายด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลให้กลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี ผู้การ

แข่งขันเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) ปี 2565

2. หัวข้อโครงการ การพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากส้มโอ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร และเศรษฐกิจระดับชุมชน (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) ปี 2565

3. งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองสำโรง อ. บ้านแพ้ว จ. สมุทรสาคร สู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน งบประมาณประจำปี 2565 (งบรายได้)

4. งานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การตลาดธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปจากชาใบพลู จังหวัดสมุทรสาคร งบประมาณประจำปี 2565 (งบรายได้)



ประวัตินักวิจัย

ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางผุสดี วัฒนเมธา

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Phussadee Wattanametha

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่อยู่ (หน่วยงาน) สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-2829101-2 ต่อ 2353 โทรสาร 02-281 0093

มือถือ 089-5316878 e-mail phussadee.w@mutp.ac.th

ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ปี พ.ศ.	ระดับ ปริญญา	อักษรย่อ	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2545- 2546	ปริญญาโท	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ
2545- 2546	ปริญญาตรี	ศศ.บ.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด,

อาจารย์ประสานงานสหกิจศึกษาสาขาวิชาการตลาด

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

-

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัยตีพิมพ์ (ระดับชาติ และระดับนานาชาติ) (ชื่อผลงาน ชื่อวารสาร แหล่งทุน ปีที่พิมพ์)

1. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ ด้านการตลาดและการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่สากล (AEC). รายงานสืบเนื่องประชุมวิชาการด้าน

บริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร. ครั้งที่ 2 “การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล” 17 เดือน มีนาคม 2560 หน้า 312-320

2. แนวทางการตลาดของแปงกล้วยเชิงพาณิชย์ในธุรกิจเบเกอรี่ วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร,3(2) 26-39 รายงานปีการศึกษา 2561

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

1. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ด้านการตลาดและการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่อุตสาหกรรม (AEC) ทุนงบประมาณแผ่นดินปี 2558

2. ชุดโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องใช้จังหวัดอุบลราชธานีด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทุนสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2560

3. โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทออีสานด้วยนวัตกรรม (จังหวัดกาฬสินธุ์ อุบลราชธานี และบุรีรัมย์) ทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2561

4. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี” ภายใต้ความร่วมมือการพัฒนางานวิจัยและการสนับสนุนระหว่าง สกสว. และ มทร.พระนคร ปีงบประมาณ 2563

5. การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจโอท็อปขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ทุนวิจัยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ปีงบประมาณ 2564

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2563 ได้รับรางวัล Gold Award