

การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์น้ำพริกฉาบเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกฉาบบ้านน้ำจ๋า ตำบลวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
Value Added of Larb Chili Paste to Create a Competitive Advantage of
Ban Nam Cham Larb Chili Paste Community Enterprise, Wo-kaew
Sub-district, Hang Chat District, Lampang Province

จิระประภา คำราช^{1*} จิฏิกานต์ สุริยะสาร² กาญจนา คุมา² และ เบญจวรรณ เลาลลิต³
Chiraprapha Khamrach^{1}, Titikarn Suriyasarn², Kanchana Khuma²
and Benchawan Laolalit³*

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จ. ลำปาง 52100

¹Department of Management, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University,
Lampang 52100, Thailand.

²สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จ. ลำปาง 52100

²Department of Accounting, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University,
Lampang 52100, Thailand.

³สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จ. ลำปาง 52100

³Department of Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University,
Lampang 52100, Thailand.

*Corresponding author. E-mail : chi_2514@hotmail.com

(Received: June 4, 2024; Revised: March 3, 2025; Accepted: April 28, 2025)

Abstract: This study aimed to 1) study the environment and potential of the Larb Chili Paste Community through in-depth interviews, and 2) analyze its business plan using the Business Model Canvas. This study was a qualitative research approach, with data collected through in-depth interviews with key informants selected. Interviews were conducted with a total of 25 participants. The results of the study found that 1) the community had a competitive advantage due to its unique flavor, aroma, and use of organic and locally grown herbs, ensuring safety and low material costs. Additionally, and 2) Ban Nam Cham Larb Chili Paste Community Enterprise developed a strategic business model to build customer relationships. Their primary target groups included local restaurant owners, community members working in other provinces, and northern consumers. To enhance customer understanding, the group improved production methods and direct communication via Facebook and Line. The product was in the process of obtaining production standards certification. This development would enable the community to establish a sustainable business, increase revenue, and strengthen its economic stability.

Keywords: value added, competitive advantage, larb chili paste, community enterprise

บทคัดย่อ: วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมและศักยภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของกลุ่มน้ำพริกฉาบ 2) การวิเคราะห์แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกฉาบโดยใช้แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากสมาชิกกลุ่มจำนวน 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากที่มีเอกลักษณ์ด้านกลิ่นและรสชาติ มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากวัตถุดิบปลอดภัยและเป็นผลผลิตจากสมุนไพรพื้นบ้านที่ปลูกเองตามธรรมชาติ ทำให้มีความปลอดภัยและมีต้นทุนวัตถุดิบต่ำ และ 2) การวิเคราะห์แผนธุรกิจ โดยใช้แบบจำลองธุรกิจทำให้กลุ่มน้ำพริกจากบ้านน้ำจําพัฒนากลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ กลุ่มเป้าหมายหลักประกอบด้วยผู้บริโภคชาวภาคเหนือ คนในชุมชนที่ทำงานต่างพื้นที่และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำข้อมูลมาพัฒนากระบวนการผลิต สร้างช่องทางการสื่อสารจากผู้ซื้อโดยตรงได้แก่ Line, Facebook ผลิตภัณฑ์นี้อยู่ระหว่างการขอรับมาตรฐานการผลิต จะทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มและเป็นการสร้างความเข้มแข็งและมั่นคงให้กับชุมชนตลอดไป

คำสำคัญ: การเพิ่มมูลค่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน น้ำพริกจาก วิชาหกิจชุมชน

คำนำ

เศรษฐกิจฐานรากของไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น โดยดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจฐานรากและดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2024 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2024) อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังคงเผชิญกับปัญหารายได้ไม่เพียงพอหนี้สิน และค่าครองชีพสูง โดยประชาชนต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐทั้งด้านการเงินและการเพิ่มค่าจ้าง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการดำเนินกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับชุมชนทั่วประเทศ (Pinkum, 2023) การใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์และสื่อสารรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ (Jamira *et al.*, 2021) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากสมุนไพรท้องถิ่นมีจุดเด่นคือการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ปลอดภัยสารเคมีและมีสูตรการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าประจำได้เป็นอย่างดี (Pongpanpattana *et al.*, 2022) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักเนื่องจากขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ อีกทั้งพนักงานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและมีงานประจำ ทำให้การผลิตไม่เพียงพอ

โดยเฉพาะช่วงเทศกาล (Jinai and Choenkwan, 2024)

การพัฒนาระบบการค้าและการขยายช่องทางการจำหน่ายออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์และการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Suriyasarn *et al.*, 2021) การบริหารจัดการกลุ่มก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้วัฒนธรรมด้านเกษตรอินทรีย์และการเสริมสร้างอาชีพของในชุมชนให้เข้มแข็งและมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) โดยมีผู้ศึกษากลุ่มวิชาหกิจชุมชนน้ำพริกจากบ้านน้ำจํา ตำบลวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง โดยดำเนินการศึกษาและประเมินศักยภาพผ่าน 3 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชน อันได้แก่ บริบทชุมชนบ้านน้ำจํา บริบทกลุ่มวิชาหกิจชุมชน รายละเอียดวัตถุดิบ สถานภาพปัญหา และความคิดเห็นของสมาชิก 2) พัฒนาระบบการผลิตน้ำพริกจากให้ได้มาตรฐาน และ 3) วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการจัดเวทีแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก มีจุดประสงค์หลักเพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและพัฒนาแผนธุรกิจ

โดยใช้ Business Model Canvas เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยลักษณะงานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและทีม

นักวิจัย ให้ความสำคัญกับการลงพื้นที่เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน



Figure 1. Original situation



Figure 2. Product analysis to identify differences

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ได้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive key informants) จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب กลุ่มแม่บ้านวอแก้ว ตำบลวอแก้ว อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง ตำบลวอแก้ว อ.ลำปาง จ.ลำปาง จำนวนสมาชิก 25 คนซึ่งมีบทบาทสำคัญในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีประสบการณ์ด้านการผลิตและจำหน่ายน้ำพริกلاب รวมถึงสามารถให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์เกี่ยวกับ

กระบวนการพัฒนาและแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มี 2 ประเภทคือ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ซึ่งครอบคลุมถึงเอกสารของหมู่บ้านน้ำจ๊ำ เอกสารจากผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลวอแก้ว ตลอดจนเอกสารทางวิชาการ บทความ รายงานวิจัย และข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เครื่องมือได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล

เอกสารและแบบสำรวจข้อมูล 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب โดยใช้เครื่องมือประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสัมภาษณ์ และแนวคำถามการสัมภาษณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักและวิธีการดำเนินงานของกลุ่ม การบริหารจัดการ รวมถึงวิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและถูกต้องมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมจากประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلابบ้านน้ำจำ โดยมีการศึกษา 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ ที่มาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการบริหารจัดการกลุ่ม อันประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับการได้มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การตลาด การเงิน และการบัญชี 2) คือข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งรวบรวมจากเอกสารข้อมูลหมู่บ้านน้ำจำ เอกสารจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลวอแก้ว บทความ งานวิจัย รายงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลออนไลน์จากเว็บไซต์ทางการของหน่วยงานพัฒนาชุมชนและแหล่งข้อมูลด้านธุรกิจอาหาร โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 2 แนวทางได้แก่ 1)การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม กระบวนการวิเคราะห์ที่ใช้การสรุปเนื้อหาจากการสัมภาษณ์และตรวจสอบข้อมูลโดยผู้รู้ในชุมชนตัวแทนชุมชนและคณะนักวิจัย 2)การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เครื่องมือวิเคราะห์ ใช้การวิเคราะห์ SWOTและBusiness Model Canvas เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตน้ำพริกلابและยกระดับมาตรฐาน

การผลิต โดยมีเป้าหมายหลักคือการปรับปรุงกระบวนการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และสร้างแนวทางการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ผลการศึกษา

การศึกษาการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์น้ำพริกلابเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلابบ้านน้ำจำ ตำบลวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาบริบททั่วไปของวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلابบ้านน้ำจำ ผลการศึกษามีดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلابบ้านน้ำจำ ตำบลวอแก้ว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ซึ่งก่อตั้งมาแล้ว 3 ปี มีสมาชิกกว่า 25 คนที่รวมตัวกันหลังจากการทำเกษตรกรรม เพื่อผลิตน้ำพริกلابสมุนไพรโดยใช้วัตถุดิบปลอดสารเคมีจากท้องถิ่น เช่น พริกแห้ง เครื่องเทศ และสมุนไพรต่าง ๆ อาทิ ข่า ตะไคร้ มะแหลบ มะขวง มะแขว่น เมล็ดผักชีแห้ง และกระเทียม โดยจำหน่ายตามออเดอร์และในตลาดสดของตำบลวอแก้ว และอำเภอห้างฉัตร ซึ่งมีพ่อค้าแม่ค้านำไปจำหน่ายต่อทั้งในและต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการโดยประธานกลุ่มทำหน้าที่เป็นผู้จัดการ มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งการขายหน้าร้าน ออนไลน์ และการจัดส่ง แต่ยังมีปัญหาบางประการ เช่น ราคาวัตถุดิบไม่คงที่ และกระบวนการผลิตที่ต้องปรับปรุง ส่วนสมาชิกแต่ละคนจะทำหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไปเช่น จัดหาตะไคร้วัตถุดิบในชุมชน บางท่านหั่นและตาก บางรายไม่สามารถมาที่สถานที่ประกอบการได้ก็จะนำวัตถุดิบไปทำที่บ้านแล้วนำมาสถานที่ประกอบการ ซึ่งจะมีการแบ่งงานกัน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนา กลุ่มพบว่า มีศักยภาพสูงในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดแข็งคือ มีสูตรเฉพาะ ใช้สมุนไพรพื้นบ้าน

ปลอดภัย และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการดูแลสุขภาพและความต้องการอาหารปลอดภัย

คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกปลา ประกอบด้วย

- 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชน

- 2) การพัฒนาและรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3) การปรับผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์
- 4) การจัดการช่องทางจำหน่ายและการตลาดที่หลากหลาย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว



Figure 3. Larp chili paste product of Ban Nam Cham community enterprise group.

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแผนธุรกิจ business model by canvas นำไปสู่การสร้าง ความได้เปรียบ ในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนน้ำพริกปลาบ้านน้ำจำ ตำบลวอแก้ว อำเภอ ห้างฉัตรจังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

1. Value Propositions

กลุ่มวิสาหกิจน้ำพริกปลาบ้านน้ำจำ มีการผลิตจากวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น วัตถุดิบที่นำมาใช้ ในการผลิตเป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นชุมชน ปลอดภัยและมี เช่น ข้าว ตะไคร้ ในชุมชนนั้นมีการ ส่งเสริมปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นการพัฒนา และส่งเสริมคุณภาพชีวิต สร้างความมั่นคงให้สมาชิก ให้มีอาชีพ กระจายรายได้และผลตอบแทนที่เป็นธรรม

2. Customer Segment

ลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกปลา คือ ผู้บริโภคที่ชื่นชอบอาหารพื้นเมืองและรสจัดที่ ต้องการความง่าย สะดวก สบาย รวดเร็ว ใช้เวลาใน

การปรุงอาหารน้อย, ร้านค้าภายในและภายนอก ชุมชน, ภัตตาคารในงานพิธีต่าง ๆ, ลูกค้าส่งผ่านสื่อ online เช่น Facebook, Line และซื้อเป็นของฝาก (ลูกค้าชาว)

3. Customer Relationship

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกปลาบ้านน้ำ จำได้พัฒนากลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย หลัก ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริโภคชาวภาคเหนือ คนใน ชุมชนที่ทำงานต่างพื้นที่และผู้ประกอบการ ร้านอาหารพื้นเมือง โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการ สร้างความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค รับฟัง ข้อเสนอแนะและผลตอบรับและนำข้อมูลมาพัฒนา กระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง สร้างช่องทางการ เก็บข้อมูลย้อนกลับด้วยการสอบถามโดยตรงจาก ผู้ซื้อ และผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Line, Facebook และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่น ๆ

4. Channels

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งช่องทางการจำหน่ายดังนี้ ผ่านทางโทรศัพท์ ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น line Facebook รวมถึงการสร้างความสะดวกในการชำระเงินผ่านระบบ e-Banking

5. Key Activities

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งมีผู้นำที่มีศักยภาพด้านเกษตรอินทรีย์ เป็นผู้นำที่เสียสละ เป็นนักวางแผน เป็นนักพัฒนาซึ่งได้รับรางวัลผู้นำชุมชนยอดเยี่ยมในปี พ.ศ 2562 มีการทำงานแบบ PDCA มีการคิดสูตรของกลุ่มเอง ในการทำน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งทำให้สินค้ามีคุณภาพและเป็นวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง

6. Key Partners

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งมีผู้นำที่มีศักยภาพด้านเกษตรอินทรีย์ เป็นผู้นำที่เสียสละ เป็นนักวางแผน เป็นนักพัฒนาซึ่งได้รับรางวัลผู้นำชุมชนยอดเยี่ยมในปี 2562 มีเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก ผู้เก็บ วัตถุดิบเช่น ข้าว ตะไคร้ และมีการส่งเสริมเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก ผู้เก็บวัตถุดิบ ให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปราศจากการใช้สารเคมี หันมาปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานองค์กรของรัฐเข้ามามีบทบาท คือกรมพัฒนาชุมชน องค์กรการบริการส่วน

ตำบลลวแก้ว มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง สภาเกษตรกรอำเภอ เกษตรจังหวัดลำปาง ฯลฯ

7. Key Resource

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งมีวัตถุดิบ (material) แบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีผู้ปลูกในท้องถิ่นและชุมชนใกล้เคียง เช่น ข้าว ตะไคร้ พริก คู่มือการผลิตที่ช่วยในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีการส่งเสริมพันธุ์พืชหรือชนิดของวัตถุดิบที่นำมาใช้ มีร้านค้าที่จำหน่ายสมุนไพรบางชนิดเช่น มะแหลบ มะแขว่น มีหน่วยงานสนับสนุนคือ องค์กรการบริการส่วนตำบลลวแก้ว มีเครื่องมือในการผลิต มีการแบ่งงานในกลุ่มอย่างชัดเจน

8. Cost Structure

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งมีการจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีการบันทึกต้นทุน ต้นทุนซื้อมาขายไป ต้นทุนค่าดำเนินการ เช่นค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำมัน ค่าเอกสาร ค่าขนส่ง เป็นต้นค่าแรงงานหรือค่าจ้าง

9. Revenue Streams

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่งมีรายได้ที่เป็นตัวเงินจากการจำหน่ายน้ำพริกلاب้านน้ำจ้ามุ่ง และรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน คำชม คำวิจารณ์ ความรักดีต่อสินค้า

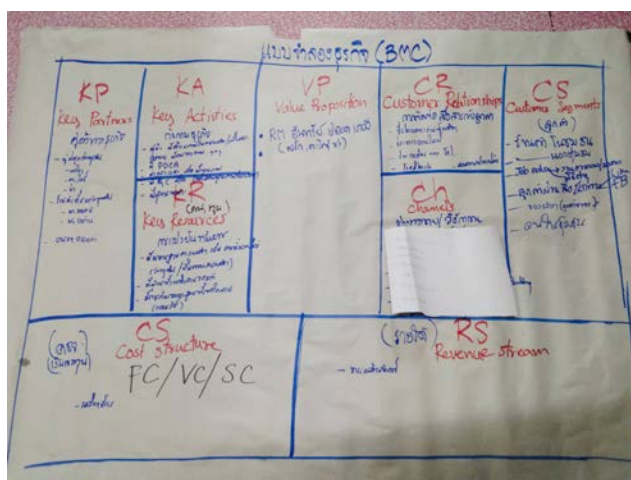


Figure 4: BMC analysis of the group

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาโดยสังเคราะห์องค์ความรู้จากเครื่องมือจำลองธุรกิจ (BMC) เพื่อวิเคราะห์และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลา สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่าความปลอดภัยของวัตถุดิบ ตัวอย่างพริกแห้งที่ตรวจวิเคราะห์ ไม่มีสารเคมีกำจัดแมลงทั้ง 4 กลุ่มตกค้าง และวัตถุดิบบางชนิดมีสารเคมีตกค้างแต่อยู่ในเกณฑ์ปลอดภัย กลุ่มจึงปลูกพริกเอง โดยใช้หลักเกษตรปลอดภัย ลดการใช้สารเคมี หันมาใช้ ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยไส้เดือน และจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง เพื่อเร่งการเจริญเติบโตและผลการตรวจสอบตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำปาง พบข้อเสนอแนะสำคัญ 2 ประการได้แก่ การปรับปรุงการจัดวางวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต ให้เป็นระเบียบและปรับปรุงโครงสร้างอาคาร ด้วยการติดมุ้งลวดและแบ่งโซนการผลิตกับบรรจุภัณฑ์ให้เป็นสัดส่วนหากดำเนินการแก้ไขตามข้อแนะนำดังกล่าว กลุ่มจะสามารถผ่านการรับรองมาตรฐาน อย. ได้ สรุปการวิจัยครั้งนี้ช่วยยกระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ทั้งด้าน การผลิตวัตถุดิบปลอดภัย และการพัฒนาสู่มาตรฐานอาหารแปรรูป ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบ้านน้ำจ๋า

วิจารณ์

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกปลาบ้านน้ำจ๋า เป็นวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียงบ้านน้ำจ๋า ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดการผลิต ซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นว่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำพริกปลาได้ ซึ่งเป็นสูตรโบราณที่มีความหอมและรสชาติดั้งเดิม โดยวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นเกษตรอินทรีย์ กลุ่มผู้รักสุขภาพและประชาชนส่วนใหญ่น่าสนใจความปลอดภัยระบบอาหารปลอดภัยจากชุมชนซึ่งจะสร้างความได้เปรียบคู่แข่งคือ (1) มี

สูตรเฉพาะ (2) สมุนไพรพื้นบ้านปลูกตามเกษตรธรรมชาติ/ปลอดสาร (3) ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งมีต้นทุนต่ำ (เกษตรอินทรีย์/เกษตรธรรมชาติ) นอกจากนี้ยังสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ปลอดสารเคมี ประกอบกับปลูกวัตถุดิบหลักเองคือพริก โดยเน้นการปลูกแบบปลอดภัย ลดการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช มีการใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยไส้เดือน และจุลินทรีย์สังเคราะห์แสงในการเร่งการเจริญเติบโตและผลการประเมินสู่มาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานอาหารและยาตามข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำปาง ซึ่งสอดคล้องกับ Tahom *et al.* (2018) ที่ศึกษารูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ดตาบหนองเต็งอำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษา พบว่า อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง (หน่อไม้ทรงเครื่อง)” มีการผลิตสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลานาน จนนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านการวิเคราะห์องค์ความรู้จากภายในชุมชนและภายนอกชุมชน จนนำไปสู่ การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการขาย ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานระดับพื้นที่ในการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของจังหวัดบุรีรัมย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Narin and Narot (2017) ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้โดยการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยการบรรจุในกล่องที่สวยงามและได้แปรรูปเป็นผงพอกหน้าข้าวหอมมะลิและปัจจุบันกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หลายรายการมีการจัดจำหน่ายในชุมชน การออกร้าน และวางขายให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ก็มีปัญหาอุปสรรคคือ ปัญหาการใช้สารเคมีปัญหาด้านทัศนคติ

ของชาวนา ปัญหาการขาดเงินทุนและปัญหาการขาดความรู้ด้านการรวมกลุ่มเกษตรกร ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ สรุปได้ว่าควรมีการรวบรวมสมาชิกให้ได้ครอบคลุมทั้งตำบล และควรมีการรวมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิในรูปแบบที่หลากหลาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัย Fongkanta *et al.* (2023) องค์ความรู้และกระบวนการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ข้าวแคบของชุมชนเพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชนและการจัดการความรู้ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพประกอบด้วยกระบวนการของการแสวงหาความรู้ การเก็บและรวบรวมความรู้ การถ่ายทอดความรู้และการเผยแพร่ความรู้

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์แผนธุรกิจ โดยใช้แบบจำลองธุรกิจส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านบ้านน้ำจำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ มีรายได้ มีอาชีพ มีการจัดการตนเองในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เสริมเพิ่มอาชีพของชุมชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brea-Solis *et al.* (2012) และ เป็นแนวทางในการผลิตน้ำพริกปลาให้เข้าสู่มาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานอาหารและยาเพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Phayoonpun *et al.* (2021) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาช่องทางการตลาดและการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตจากปลาหมึก กรณีศึกษากลุ่มพลังสตรีวิถีชาวพร่อนพบว่าโลโก้ของวิสาหกิจชุมชนเป็นสัญลักษณ์รูปวงข้าว ภาชนะจากปลาหมึกมี 3 แบบ ได้แก่ จานสี่เหลี่ยม จานกลม และถ้วยกลม และใช้กลยุทธ์ช่องทางการตลาดแบบผสมผสานทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน การจัดองค์การ การนำองค์การ และการควบคุม ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการ ได้แก่ ภาวะผู้นำ และการบริหารงาน

แบบมีส่วนร่วม และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการ ได้แก่ ขาดเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตอาคารโรงเรือนไม่ได้มาตรฐานการผลิต ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดแคลนวัตถุดิบปลาหมึก และขาดการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน ด้านการต่อยอดในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ให้มีความโดดเด่น แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อื่น มุ่งองค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม จากการดำเนินการผลิตทำให้เพิ่มมูลค่าของผลผลิตของชุมชนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanomtheranan *et al.* (2024) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นดั้งเดิมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด พบว่าดั้งเดิมกรอบของบ้านน้ำเขียวมีเอกลักษณ์โดดเด่นด้านสีสันและรสชาติ สมาชิกกลุ่มมีความรู้และทักษะความชำนาญในการผลิตดั้งเดิมกรอบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมกรอบด้วยการเพิ่มรสชาติกาแฟ และบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยมสีน้ำตาลลวดลายไม้ทรงบริเวณกล่อง มีประวัติบ้านน้ำเขียวและโลโก้บนบรรจุภัณฑ์

สรุป

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกปลาบ้านน้ำจำ ตำบลวอแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดลำปาง โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นปลอดภัยและมีการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มแม่บ้านสามารถผลิตน้ำพริกปลาสมุนไพรเพื่อสุขภาพและจำหน่ายในตลาดทั่วไปได้ โดยอยู่ระหว่างการขอรับมาตรฐานการผลิตและเลข อย. การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนี้ช่วยเพิ่มรายได้และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานงานฉบับนี้ สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง ด้วยทุนอุดหนุนจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2563

ขอขอบพระคุณองค์การบริหารส่วนตำบลวอแก้ว
เจ้าหน้าที่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกلاب้านน้ำจ๋า ที่ให้ข้อมูลและ
ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้วิจัยเป็น
อย่างดี รวมทั้งสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย
ราชภัฏลำปางที่สนับสนุนวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Brea-Solis, H., R. Casadesus-Masanell, and E. Grifell-Tatje. 2012. Business model evaluation: quantifying Walmart's sources of advantage. Harvard Business School. Working paper 13-039. (Online). Available: https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/13039%20Nov%202012_612ce7e2-7f814eea91263c0964f2be2f.pdf (April 19, 2025)
- Fongkanta, P., F.S. Buakanok, S. Kreupung, and T. Phomngam. 2023. Knowledge management of local Wisdom in producing Khao Kab products to promote lifelong learning in Hua Suea sub-district, Lampang province: community Lesson. Journal of Community Development and Life Quality 12(1): 21-29. (in Thai)
- Jamira, A., N. Agustini, and Y. Febriani. 2021. The implementation of business model canvas (BMC) to improve students' entrepreneurship mindset, Dinasti International Journal of Education Management and Social Science 2(3): 395-403
- Jinai, T. and S. Choenkwan. 2024. Guidelines for supporting and development of the product "Roasted Bamboo - sticky Rice" of the community entrepreneurs in Nong Phai subdistrict, Chum Phae district, Khon Kaen province. Journal of Community Development and Life Quality 12(3): 303-314. (in Thai)
- Narin, V. and P. Narot. 2017. Improving the potential of farming networks to increase the quality of jasmine rice: A case study of sustainable agriculture network in Tambon Nong Khaen of Pathumrat district, Roi Et province. Collage of Asian Scholars Journal 7(1): 130-138. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. 2024. Gross domestic product chain volume measures 4/2567. (Online). Available: https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=QGDP_report (April 19, 2025) (in Thai)
- Phayoonpun, T., N. Kosiyaporn and S. Suttiyapiwat. 2021. Product development, marketing channel development and community enterprise management of container from betel husk producer group: A case study of Chaw Phron's lifestyle women power group. Journal of Community Development of Life Quality 9(3): 452-464. (in Thai)
- Pinkum, S. 2023. Product and packaging development of Japanese sweet potato of Tha Muang community, Selaphum district, Roi Et province. Journal of Community Development and Life Quality 11(1): 11-20. (in Thai)

- Pongpanpattana, J., K. Kuma, S. Dhurata, C. Bungtong, K. Wongs, S. Thipwivatpotjana, M. Chompoo and P. Saisee. 2022. Development of local product for tourism market by community participation in Tambon Wo Kaeo community. pp. 995-1004. *In: Proceedings of the 11th National and the 4th International Conference Management Sciences*. Lampang Rajabhat University, Lampang. (in Thai)
- Suriyasarn, T., P. Tonglad and B. Laolalit. 2021. Life quality improvement of farmer group with organic agricultural innovations in Wo-kaeo Subdistrict, Hang Chat district, Lampang province. *Journal of Community Development and Life Quality* 9(3): 377-389. (in Thai)
- Tahom, U., Dhurata, S., Bungtong, C. and Wongs, K. 2018. The model for maximizing the local food product value of “Tampiangsongkruang” (Bamboo shoot mixed with extra-ingredients) to strengthen Ban Samet community economy of Nongtong sub-district, Krasang district, Buriram province. *Journal of Social Development* 20(2): 35-61. (in Thai)
- Thanomtheranan, K., K. Satpanit, P. Silalai. and N. Anuphan. 2024. Product development from local product crispy nougat dessert (Tung-May) in Ban Nam Chiao tourism community enterprise, Trat Province. *Journal of Community Development of Life Quality* 12(2): 97-106. (in Thai)