

การพัฒนาขนมแม่บ้านหมี่กรอบบราญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
Development of Raman Crispy Rice Noodle by Housewives Group in Ban Ngew Community,
Sam Khok District, Pathum Thani Province

กานต์มณี ไวยครุฑ (Kanmanee Waiyakrud)¹

พัชรารณ จันทรภาณุ (Patcharaporn Jantarakast)²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาขนมแม่บ้านหมี่กรอบบราญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบบราญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมี่กรอบบราญชุมชนบ้านจั่วอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจั่วจำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วจำนวน 6 คน ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน และกลุ่มที่ 2 กระบวนการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่ว จำนวน 15 รวมจำนวน 18 คน ผลการศึกษา พบว่า 1) การวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน โดยใช้ SWOT Analysis ผลปรากฏจุดแข็ง (1) มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาหาร (2) มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน (3) มีกลุ่มลูกค้าประจำ (4) ช่วงเทศกาลจะมียอดขายจำนวนมาก (5) มีการระดมเงินทุนร่วมกัน (6) มีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน จุดอ่อน (1) ขาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า (2) วัสดุที่นำมาใช้มีราคาค่อนข้างสูง (3) วิธีการผลิตไม่สามารถเพิ่มมูลค่า (4) ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย (5) ขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ (6) การผลิตยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน (7) สูตรยังไม่คงที่ (8) ไม่มีการจดบันทึกทางการเงิน โอกาส (1) รัฐบาลให้การส่งเสริม (2) เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอุปสรรค (1) เศรษฐกิจโดยทั่วไปตกต่ำ (2) ผลจากการแพร่ระบาดของโรคระบาด (3) ขาดการสนับสนุนพัฒนาโรงเรียน 2) ผลจากการวิเคราะห์นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1) ด้านกระบวนการผลิตกลุ่มแม่บ้านมีการพัฒนาสูตรให้ได้มาตรฐานคือจากเดิมในการปรุงรสชาติหมี่กรอบจะใช้วิธีการประมาณเครื่องปรุงหลังจากอบรมมีการวัดตวงเครื่องปรุงเพื่อให้รสชาติได้มาตรฐานและรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีให้เลือก 2 แบบ แบบเป็นชิ้น ๆ และแบบเป็นก้อนอัดแน่น (2) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ จนทางกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบบราญสามารถที่จะนำเสนอขายในช่องทางออนไลน์ (3) ด้านการจัดทำงบประมาณ จัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการจัดการทางการเงินของกลุ่ม ผลจากการอบรมสมาชิกทุกคนในกลุ่มร่วมลงทุนด้วยกันและมีการจดบันทึกรายรับและรายจ่ายของกลุ่ม โดยมีการหักแบ่งกำไรไว้เป็นกองทุนของกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 10 ปัจจุบันกลุ่มมีเงินกองทุน 5,800 บาท ข้อเสนอแนะ หน่วยงานภาครัฐควรที่จะส่งเสริมด้านกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน เพื่อเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับกลุ่มในระดับต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาขนมแม่บ้าน หมี่กรอบบราญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาศึกษาทั่วไป งานวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: kanmanee@vru.ac.th

² อาจารย์ สาขาการจัดการและการโรงแรม วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

E-mail: patcharapon.jan@vru.ac.th

Abstract

Research article on the development of the Ban Ngew Raman Crisp Rice Noodle by Housewives Group in Sam Khok District, Pathum Thani Province, aims 1) to analyze the potential of the Raman Crispy Rice Noodle by Housewives Group in Ban Ngew Community, Sam Khok District, Pathum Thani Province and 2) to develop the potential of Ban Ngew community housewives in the development of Raman Crispy Rice Noodle in Ban Ngew community, Sam Khok District, Pathum Thani province. It was qualitative research using a workshop process. The first group of informants consisted of 3 community leaders, a representative of the Ban Ngew Subdistrict Administrative Organization, 6 members of the Ban Ngew Community Housewives Group, 2 entrepreneurs, and 3 academics, a total of 15 people, and the second group consisted of 3 community leaders, 15 Ban Ngew housewives, a total of 18 people were asked to attend the group discussion process. The results of the study showed that 1) Potential analysis of the housewives group using SWOT Analysis showed in terms of strengths: (1) Knowledge and ability to cook (2) Good relationships (3) Regular customers (4) Mass purchases during the festival (5) Mutual fundraising (6) Mutual benefit management. In terms of Weaknesses: (1) Lack of knowledge to add value to products (2) Quite expensive materials (3) Invalid production methods (4) Few distribution channels (5) Lack of public relations in various channels (6) Uncertified standards Production (7) Unstable formula (8) No financial records. In terms of opportunities, (1) Promotion of the government (2) The conservation of wisdom, while the obstacles (1) The deterioration of the general economy (2) The epidemic (3) Lack of support for housing development. 2) The results of the analysis can be used in the development of the group as follows: (1) The production process of the housewives' group has developed a standardized formula, i.e., from the original, the method of estimating the flavor of crispy noodles was used for seasoning. After the training, seasonings are measured to ensure that the taste is standardized and the form of the product is available in 2 types, which are slices and compacted cubes. 2) The marketing promotion, there is the upskill of personnel in the community to know about online marketing until they offer products for sale online. 3) The Budget provides knowledge about the preparation of the group's financial statements. The result of training all members of the group to invest together and record the income and expenses of the group. The profit is deducted as 10% of funds. Currently, the group has a fund of 5,800 baht. The recommendations government should promote the production and open marketing online opportunities to the next level of the group.

Keywords: Development of Housewives groups, Ramen Crispy Rice Noodle, Ban Ngew Community, Sam Khok District, Pathum Thani province

วันที่รับบทความ: 4 มีนาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ: 16 เมษายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 21 เมษายน 2565

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาตามแนวพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 ในหลักการทรงงาน การพึ่งตนเอง มีความหมายถึงการพึ่งตนเองของประชาชน ไว้ดังนี้ ในเบื้องต้นเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้ประชาชนมีความแข็งแรงพอที่จะดำรงชีวิตได้ต่อไป แล้วขั้นต่อไปก็คือการพัฒนาให้ประชาชนสามารถอยู่ในสังคมได้ตามสภาพแวดล้อม และสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งว่า

“การช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพและตั้งตัวให้มีความพอกินพอใช้ก่อนอื่นเป็นพื้นฐานนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งพาตนเอง ย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าระดับที่สูงขึ้นไปได้โดยแน่นอน” พระบรมราโชวาท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2517 สมบัติ คชสิทธิ์ และคณะ (2559)

จากพระบรมราโชวาทข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการเนินชีวิตของคนในสังคม เพราะคุณภาพชีวิตที่ดีเกิดจากการมีอาชีพ ดังนั้นคนในชุมชนจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะต้องมีกิจกรรมหรืออาชีพที่กระทำในแต่ละวัน ชุมชนจึงจะเกิดความเข้มแข็งและมั่นคงในการดำเนินชีวิต

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลในชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและเด็ก โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน ที่อาศัยในชุมชน และผลจากการศึกษาของกานตัมณี ไวยครุฑ (2564) พบว่ารายได้ส่วนใหญ่ของคนที่อยู่ในพื้นที่ส่วนใหญ่คือการร่ำไรได้จากลูกหลานส่งมาให้ใช้ในแต่ละเดือน ไม่มีรายได้เสริม และจากการสำรวจความต้องการของคนในชุมชนมีความต้องการให้เกิดการพัฒนากลุ่มอาชีพเสริม เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ โดยคนในชุมชนส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการทำอาหารโดยเฉพาะอาหารมอญเช่น หมี่กรอบรามัญ ข้าวแช่ แกงร้อนมอญ แกงมะตาด กระยาสารท ซึ่งจะได้มีโอกาสแสดงฝีมือก็ต่อเมื่อมีการจัดงานภายในชุมชนเท่านั้น เนื่องด้วยการรวมกลุ่มกันแบบเป็นแบบไม่เป็นการจะรวมตัวกันเฉพาะกิจกรรมสำคัญ ๆ ภายในชุมชน

ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงร่วมกับชุมชนในจัดตั้งกลุ่มขึ้นโดยการรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมกลุ่ม ซึ่งมีผู้สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกจำนวน 17 คน โดยใช้ชื่อกลุ่มว่า กลุ่มหมี่กรอบรามัญ หลังจากนั้นให้กลุ่มกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายในการจัดตั้งกลุ่มขึ้นเพื่อการส่งเสริมกลุ่มอาชีพ เพื่อเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมทางอาหารและการสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิกในกลุ่มและเพื่อให้กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมานี้มีความเข้มแข็งขึ้นนักวิจัยได้นำกระบวนการวิจัยเข้ามาใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมี่กรอบรามัญ ให้เกิดความเข้มแข็งและสร้างความมั่นคงให้กับกลุ่มจนสามารถพึ่งตนเองได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมี่กรอบรามัญชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

(1) วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

(2) พัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมี่กรอบรามัญชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

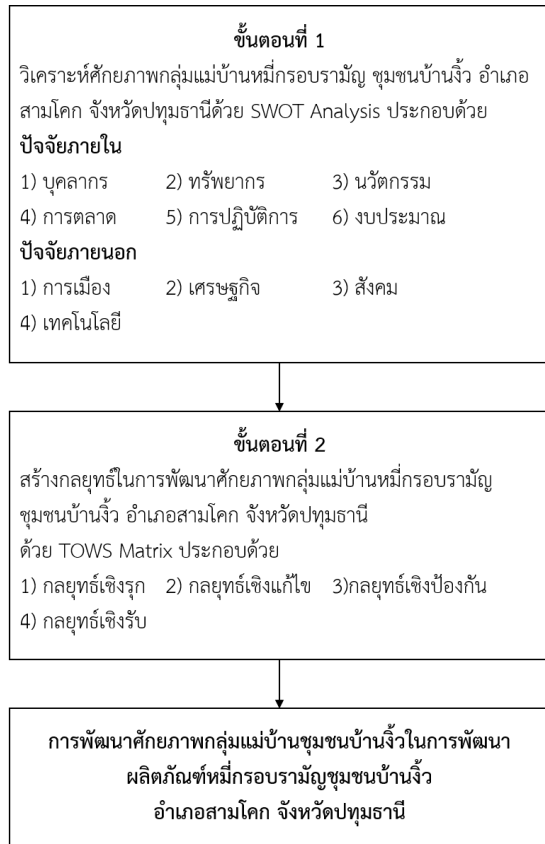
1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

(1) กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ ประกอบด้วยได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจั่วจำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วจำนวน 6 คน ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

(2) กระบวนการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่ว จำนวน 15 รวมจำนวน 18 คน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาของกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการสนทนากลุ่ม



ภาพที่ 1 แนวคิดการวิจัย

การพัฒนาของกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในการดำเนินการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินงาน 2 ขั้นตอนด้วยกัน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีด้วย SWOT Analysis ขั้นตอนที่ 2 หลังได้ผลการวิเคราะห์ SWOT แล้วนั้น จึงนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ร่วมกันกับกลุ่มแม่บ้านนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix ซึ่งกลยุทธ์ที่ได้จะประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิง

แก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกันและกลยุทธ์เชิงรับ ซึ่งกลยุทธ์ในแต่ละด้านจะนำมาใช้ในการพัฒนาของกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยนำหลักการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้แบบจำลอง PEST Analysis ของ Wheelen and Hunger (2008), Pearce and Robinson (2009) ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ได้ 4 ด้าน คือ 1) นโยบายและการเมือง 2) เศรษฐกิจ 3) สังคมและวัฒนธรรม 4) เทคโนโลยี และหลักวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยใช้แบบจำลองของ PRIMO-F ของ เอกชัย บุญยาพิษฐาน (2553) ซึ่งจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ได้ 6 ด้าน 1) ด้านบุคลากร 2) ด้านทรัพยากร 3) ด้านนวัตกรรมงานสร้างสรรค์ 4) ด้านการตลาด 5) ด้านการดำเนินงาน 6) ด้านการเงิน

2.2 กระบวนการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน การพัฒนาทั้งในการแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหาโดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมวางแผนตัดสินใจและปฏิบัติตามแผน ร่วมตรวจสอบได้ในทุกระดับร่วมติดตามประเมินผลและรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงประชาชน ชุมชนและเครือข่ายทุกรูปแบบในพื้นที่ กัมปนาท บัวเจริญและฟารุก ชันราม (2564)

2.3 การพัฒนาองค์กรชุมชน

องค์กรชุมชนเกิดจากการรวมกลุ่มกันของแต่ละคนในชุมชนแล้ว มีการสร้างระบบหรือกลไกในการบริหารจัดการชุมชนขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นนิติบุคคลและไม่เป็น นิติบุคคล ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยมีการเรียนรู้การจัดการและการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ตลอดจนมีการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่เอื้อต่อผลประโยชน์ร่วมกัน และองค์กรหรือกลไก การจัดการของชุมชนนี้จะเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง และกับองค์กร หรือหน่วยงานอื่นจากภายนอก พิรพัฒน์ พันศิริ (2559)

2.4 การพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็ง

การพัฒนาให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ควรมีการดำเนินการดังต่อไปนี้ 1) จัดโครงสร้าง ระบบระเบียบแบบแผน ของกลุ่มให้ชัดเจน 2) จูงใจให้สมาชิก แต่ละคนของกลุ่มตระหนัก ยอมรับในความเป็นองค์กร 3) การพัฒนาความสามารถของบุคลากรในกลุ่ม 4) ประสานความต้องการของสมาชิกและเป้าหมายของ องค์กร 5) สร้างบรรยากาศของการทำงานแบบองค์กร 6) กระตุ้น สนับสนุนส่งเสริมทุกวิถีทางเพื่อพัฒนา กลุ่ม สรยุทธ (2556)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลุ่มแม่บ้านหมีกรอบ รามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)

การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิของการวิจัยนี้ ได้ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาการวิจัยและแนวคิดรวมทั้ง ทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ในการพัฒนาแม่บ้าน ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)

ประกอบด้วยข้อมูลการพัฒนาศักยภาพ กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่ว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมี กรอบรามัญ โดยมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ชุมชน โดยวิธีการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจั่ว จำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วจำนวน 6 คน ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน และนักวิชาการจำนวน 3 คน รวมจำนวน 15 คน ใช้เครื่องมือการประชุมเชิง ปฏิบัติ (Workshop) 1) ดำเนินการวิเคราะห์ SWOT Analysis 2) ผู้เข้าประชุมนำผลที่ได้มาจัดทำ SWOT Analysis มาจัดทำเป็นแผนกิจกรรมในการพัฒนา

แม่บ้าน และ 3) คณะผู้วิจัยนำผลการประชุมเชิง ปฏิบัติการมาสรุปผลด้วยวิธีการพรรณนา

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการนำแผนกิจกรรมที่ได้ ในขั้นตอนที่ 1 มาใช้ในการพัฒนาแม่บ้าน ด้วยการบวนการอบรมและสนทนากลุ่มประกอบด้วย ผู้นำ ชุมชน จำนวน 3 คน กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่ว จำนวน 15 รวมจำนวน 18 คน

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแม่บ้านหมีกรอบ รามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี” สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่ม แม่บ้านหมีกรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษา ขั้นตอนที่ 1 ศักยภาพกลุ่ม แม่บ้านหมีกรอบรามัญโดยใช้ SWOT Analysis ในการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้แบบจำลอง PRIMO-F Analysis พบว่า

P-People (ด้านบุคลากร) จุดแข็ง (Strengths) S1 กลุ่มแม่บ้าน ที่เป็นแม่ครัวของชุมชน มีความรู้ ความสามารถในการประกอบอาหารทั้งไทย และอาหาร มอญ เป็นอย่างดี S2 บุคลากรในกลุ่มมีความสัมพันธ์อันดี ต่อกันเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง จุดอ่อน (Weaknesses) W1 ขาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

R-Resources (ด้านทรัพยากร) พบว่า จุดอ่อน (Weaknesses) W1 วัสดุที่กลุ่มแม่บ้านเลือกนำมาใช้เป็น วัสดุที่ดีมีราคาค่อนข้างสูงส่งผลให้คุณภาพของหมีกรอบ รามัญเป็นสินค้ามีคุณภาพเก็บไว้ได้หลายวันโดยไม่ต้องใส่ สารกันบูด ดังนั้นทางกลุ่มจึงมีปัญหาในด้านต้นทุนการ ผลิตที่สูงและ กระบวนการผลิตใช้วิธีการแบบง่าย ๆ ไม่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต

I-Innovations and Ideas (ด้านนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์) พบว่า จุดอ่อน (Weaknesses) W1 วิธีการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มยังไม่ สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้และยังขาดความคิด สร้างสรรค์ในการดำเนินงานและกระบวนการผลิต

M-Marketing (ด้านการตลาด) จุดแข็ง (Strengths) S1 กลุ่มแม่บ้านหมีกรอบรามัญ มีกลุ่มลูกค้าประจำเป็น

คนในชุมชน S2 ช่วงเทศกาลจะมียอดขายสูงจำนวนมาก
จากคนในชุมชน จุดอ่อน (Weaknesses) W 1 กลุ่ม
แม่บ้านมีช่องทางในการจัดจำหน่ายไม่หลากหลาย W2
ขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ

O-Operations (ด้านการดำเนินงาน) พบว่า
จุดอ่อน (Weaknesses) W1 การผลิต ผลิตภัณฑ์ยังไม่มี
กระบวนการผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงาน
ราชการและ W2 ในเรื่องของรสชาติยังไม่คงที่จำเป็นต้อง
พัฒนาสูตร

F-Finance (ด้านการเงิน) จุดแข็ง (Strengths)
S1 กลุ่มแม่บ้านมีการระดมเงินทุนร่วมกันเมื่อมีผู้สั่งซื้อ
สินค้า S2 กลุ่มแม่บ้านมีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน
จุดอ่อน (Weaknesses) W1 กลุ่มแม่บ้านไม่มีการจด
บันทึกรายการทางการเงินอย่างเป็นระบบ

ผลจากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้
แบบจำลอง PEST Analysis พบว่า

P-Politic (ปัจจัยด้านนโยบายและการเมือง)
โอกาส (Opportunities) O1 รัฐบาลให้กาส่งเสริมและให้
ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยทางกลุ่ม
ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น
สำนักส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม
อัธยาศัย องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจั่น มหาวิทยาลัย
ราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในการ
จัดหาอุปกรณ์ในการประกอบอาหาร เช่น เต้าแก๊ส
กระทะ ตะหลิว ถาด หม้อและวัตถุดิบในการประกอบ
อาหาร

E-Economic (ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ) พบว่า
อุปสรรค (Threats) T1 เศรษฐกิจโดยทั่วไปตกต่ำ ส่งผล
ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค T2 ผลจากการ
แพร่ระบาดของโรคระบาด COVID 19 ส่งผลให้การผลิต
น้อยลงและหยุดการผลิต

S-Social (ปัจจัยด้านสังคม) พบว่า โอกาส
(Opportunities) O1 หมี่กรอบบรามีญเป็นหมี่กรอบที่
อนุรักษ์ภูมิปัญญาและเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร
ของชาวมอญ ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภคที่นิยม
บริโภคผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา

T-Technology (ปัจจัยด้านเทคโนโลยี) พบว่า
อุปสรรค (Threats) T1 ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ
หรือในด้านเทคโนโลยีหรือการพัฒนาโรงเรียนในการ
ประกอบอาหารให้ได้มาตรฐานเนื่องด้วยมีค่าใช้จ่ายสูง

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทั้งใน
ด้าน ปัจจัยภายในโดยใช้แบบจำลอง PRIMO-F
Analysis และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้
แบบจำลอง PEST Analysis แล้วนั้น ส่งผลให้กลุ่ม
แม่บ้านหมี่กรอบบรามีญได้มองเห็นศักยภาพของกลุ่มซึ่ง
แบ่งได้ดังนี้

จุดแข็ง ประกอบด้วย

S1 มีความรู้ความสามารถในการประกอบ

อาหาร

S2 มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

S3 มีกลุ่มลูกค้าประจำ

S4 ช่วงเทศกาลจะมียอดขายสูงจำนวนมาก

S5 มีการระดมเงินทุนร่วมกัน

S6 มีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน

จุดอ่อนที่ควรพัฒนา ประกอบด้วย

W1 ขาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ

สินค้า

W2 วัสดุที่นำมาใช้มีราคาค่อนข้างสูง

W3 วิธีการผลิตไม่สามารถเพิ่มมูลค่า

W4 ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย

W5 ขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ

W6 การผลิตยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน

W7 เรื่องของรสชาติยังไม่คงที่จำเป็นต้อง

พัฒนาสูตร

W8 ไม่มีการจดบันทึกรายการทางการเงิน

อย่างเป็นระบบ

โอกาสที่ได้รับจากภายนอก ประกอบด้วย

O1 รัฐบาลให้กาส่งเสริม

O2 ได้รับการส่งเสริมให้อนุรักษ์ภูมิปัญญา

อุปสรรคที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก

ประกอบด้วย

T1 เศรษฐกิจโดยทั่วไปตกต่ำ

T2 ผลจากการแพร่ระบาดของโรคระบาด

T3 ขาดการสนับสนุนพัฒนาโรงเรียน

หลังจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้ว
นั้นขั้นตอนที่ 2 คือการนำผลการวิเคราะห์ SWOT
Analysis มาดำเนินการต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์ใน
การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่น ด้วย

กระบวนการวิเคราะห์ TOWS Matrix ซึ่งสามารถกำหนด เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนา สรุปได้ดังภาพที่ 2

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็งของกลุ่ม (S)	จุดอ่อนของกลุ่ม (W)
	S1 มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาหาร S2 มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน S3 มีกลุ่มลูกค้าประจำ S4 ช่วงเทศกาลจะมียอดขายสูงจำนวนมาก S5 มีการระดมเงินทุนร่วมกัน S6 มีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน	W1 ขาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า W2 วัสดุที่นำมาใช้มีราคาค่อนข้างสูง W3 วิธีการผลิตไม่สามารถเพิ่มมูลค่า W4 ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย W5 ขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ W6 การผลิตยังไม่ได้รับรองมาตรฐานด้านโรงเรือน W7 เรื่องของรสชาติยังไม่คงที่จำเป็นต้องพัฒนาสูตร W8 ไม่มีการจัดบันทึกรายการทางการเงินอย่างเป็น
โอกาสของกลุ่ม (O)	กลยุทธ์เชิงรุก SO S3, S4, O1, O2 การส่งเสริมทางการตลาด S1, S2, S5, S6, O1, O2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO W1, W2, W3, W7, O1, O2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านกระบวนการผลิต W4, W5, O1, O2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการตลาด Online W8, O1 ส่งเสริมความรู้การจัดการทางการเงิน
อุปสรรคของกลุ่ม (T)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST S3, S4, T1, T2 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย	กลยุทธ์เชิงรับ WT W6, T3 การพัฒนาโรงเรือนให้ได้มาตรฐาน
T1 เศรษฐกิจโดยทั่วไปตกต่ำ T2 ผลจากการแพร่ระบาดของโรคระบาด T3 ขาดการสนับสนุนพัฒนาโรงเรือน		

ภาพที่ 2 SWOT Matrix กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจิ้ง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจิ้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมีกรอบรมัญชุมชนบ้านจิ้ง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

โดยผลการศึกษา พบว่า หลังจากวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ TOWS Matrix แล้วนั้นสามารถกำหนดแผนการพัฒนากลุ่มแม่บ้าน ได้จำนวน 7 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่ 1) การส่งเสริมทางการตลาด 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน กลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่ 3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านกระบวนการผลิต 4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการตลาด Online 5) ส่งเสริมความรู้การจัดการทางการเงิน กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ 6) การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายและกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ 7) การพัฒนาโรงเรือนให้ได้มาตรฐาน

หลังจากนั้นจึงดำเนินการคัดเลือกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดในการที่จะพัฒนาซึ่ง กลุ่มแม่บ้านมีความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ดังนี้

4.2.1 ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านกระบวนการผลิต

(1) มีการจัดอบรมกลุ่มแม่บ้านเพื่อการพัฒนาสูตรหมีกรอบให้ได้มาตรฐานคือจากเดิมใน

การปรุงรสชาติหมีกรอบจะใช้วิธีการประมาณเครื่องปรุง หลังจากอบรมมีการวัดดวงเครื่องปรุง เพื่อให้รสชาติได้มาตรฐาน

(2) วิธีการบรรจุใส่ภาชนะ เดิมเป็นการนำหมีกรอบบรรจุอัดแน่นลงในภาชนะ มีการพัฒนาหลังจากอบรม คือการทำหมีกรอบโดยการตัดหั่นเป็นชิ้น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครับประทานง่ายขึ้น และมีให้ลูกค้าเลือกทั้ง 2 แบบ คือแบบตัดเป็นชิ้น ๆ และแบบอัดแน่นเป็นแผ่นเดียวกันเป็นก้อนใหญ่

สำหรับกระบวนการในการผลิตหมีกรอบรมัญของกลุ่มแม่บ้านนั้นยังมีจุดอ่อนสำคัญในด้านโรงเรือนการผลิตที่ได้มาตรฐานจึงส่งผลให้ยังไม่สามารถเข้าขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและอย. (องค์การอาหารและยา) ได้ แต่มีการจัดอบรมเรื่องการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้ได้ อย. (องค์การอาหารและยา) ซึ่งเป็นแนวทางที่จะทำให้กลุ่มนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนาโรงเรือนในการประกอบอาหารให้ได้มาตรฐาน



ภาพที่ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ลูกค้าเลือก
(ที่มา : ผู้วิจัย)

4.2.2 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

(1) มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้เรื่องการตลาด Online จนทางกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญสามารถที่จะนำสินค้าเสนอขายในช่องทาง Online เช่นการสร้าง Line กลุ่มในการนำเสนอขายสินค้าขายในชุมชนและ และการเปิดรับ Order ผ่านช่องทางทางการขายตลาดนัด Online ของทางมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และในเพจเฟซบุ๊ก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้านจั่ว ซึ่งส่งผลให้ทางกลุ่มมียอดการสั่งซื้อทุกสัปดาห์ โดยสัปดาห์หนึ่งจะทำการผลิตประมาณ 100-200 กล่อง ซึ่งถือว่าเพียงพอสำหรับให้กลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ โดยเฉลี่ยกลุ่มแม่บ้านจะมีรายได้เสริมต่อเดือนประมาณคนละ 1,000-2,000 บาท



ภาพที่ 4 การขายสินค้า Online
(ที่มา : ผู้วิจัย)

(2) มีการอบรมการสร้างตราสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ หลังจากอบรม กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วสามารถสร้างตราสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์หมี่กรอบได้



ภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หมี่กรอบรามัญ
(ที่มา : ผู้วิจัย)

(3) ด้านการส่งเสริมความรู้การจัดการทางการเงิน จัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการจัดการการเงินของกลุ่ม ผลจากการอบรมสมาชิกทุกคนในกลุ่มร่วมลงทุนด้วยกันและมีการจัดบันทึกรายรับและรายจ่ายของกลุ่ม โดยมีการหักแบ่งกำไรไว้เป็นกองทุนของกลุ่ม 10% ปัจจุบันกลุ่มมีเงินกองทุน 5,800 บาท โดยเงินที่เก็บไว้เป็นกองทุนของกลุ่ม กลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญจะนำมาใช้เป็นทุนในการผลิตครั้งต่อไปส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งจะนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนซึ่งทุกครั้งที่นำเงินมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ จะต้องผ่านการประชุมและผ่านความเห็นจากมติที่ประชุมกลุ่ม ซึ่งเป็นการจัดการทางการเงินแบบง่าย ๆ สมาชิกในกลุ่มสามารถเข้าใจและตรวจสอบสถานะทางการเงินของกลุ่มได้

5. อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญ ชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี พบว่า จุดแข็ง ด้านบุคลากร กลุ่มแม่บ้านหมี่กรอบรามัญมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง มีการระดมเงินทุนร่วมกัน และมีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกันซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรุณี เขาวนสุขุม และ

อัจฉราวรรณ สุขเกิด (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรตำบลฝักขี้ หมู่ 12 ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี สมาชิกส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเหล่านี้มีบ้านใกล้กันและมีลักษณะครอบครัวเครือญาติ สมาชิกส่วนใหญ่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งและพัฒนาได้มากยิ่งขึ้น

จุดอ่อน ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแม่บ้านหมีกรอบรัมย์ภูชาดความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และ ศิริรักษ์ สันติยศ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชนบ้านไผ่ขุดตอน ตำบลไผ่ขุดตอน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านคือปัญหาการขาดความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปัญหาการตลาดหรือช่องทางการจำหน่าย ซึ่งผลจากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดของชุมชนโดยส่วนมากเกิดจากชุมชนขาดองค์ความรู้ในด้านการตลาด และด้านเครือข่ายทางการตลาด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมองค์ความรู้และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการผลิต ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มแม่บ้านหมีกรอบรัมย์ภู มีกระบวนการผลิตยังไม่ได้รับรองมาตรฐานด้านโรงเรือนและเรื่องของรสชาติยังไม่คงที่ จำเป็นต้องพัฒนาสูตร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฤกษ์ธนา ดาราเรือง (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOP หมู่ฝอยกรอบโกเนียร์ ตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษา พบว่า ด้านทรัพยากรที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิตมีคุณภาพ สด สะอาด โดยมีรางวัลสินค้า OTOP 4 ดาว รองรับคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ซึ่งผลศึกษานี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงด้านกระบวนการผลิตหมีกรอบรัมย์ภูได้ในเรื่องการพัฒนาไปสู่มาตรฐานด้านการผลิตเพื่อให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า

ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมีกรอบรัมย์ภูชุมชนบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านจั่ว มีการให้ความรู้บุคลากรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนดังนี้ 1) ด้านกระบวนการผลิตกลุ่มแม่บ้านมีการพัฒนาสูตรให้ได้มาตรฐานคือจากเดิมในการปรุงรสชาติหมีกรอบจะใช้อาหารประมาณเครื่องปรุงหลังจากอบรมมีการวัดดวงเครื่องปรุง เพื่อให้รสชาติได้มาตรฐาน 2) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้เรื่องการตลาด Online จนทางกลุ่มแม่บ้านหมีกรอบรัมย์ภูสามารถที่จะนำสินค้าเสนอขายในช่องทาง Online ได้ 3) ด้านการจัดทำงบประมาณ จัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการจัดทำงบประมาณ การเงินของกลุ่ม ผลจากการอบรมสมาชิกทุกคนในกลุ่มร่วมลงทุนด้วยกันและมีการจัดบันทึกรายรับและรายจ่ายของกลุ่ม โดยมีการหักแบ่งกำไรไว้เป็นกองทุนของกลุ่ม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ และการศึกษาของ อรวิภา ศรีทองและชาคริส ศรีทอง (2563) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการเริ่มต้นธุรกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษของกลุ่มแม่บ้านคลองสองร่วมใจ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็งนั้นจะต้องทำการพัฒนา 4 ด้านด้วยกันประกอบด้วย 1) แผนการผลิต มีการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีจากเครื่องจักร สมาชิกกลุ่มแม่บ้านและในชุมชนเป็นหลักในการผลิต 2) แผนการตลาด โดยการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มองค์กรต่าง ๆ 3) แผนการเงิน ควรระดมเงินทุนจากแหล่งต่างๆ และควรมีการจัดการให้สามารถคืนทุนได้ 4) แผนการจัดการดำเนินการโดยใช้บุคลากรที่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเป็นหลัก

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

6.1.1 หน่วยงานภาครัฐควรที่จะส่งเสริมด้านกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน เพื่อเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับกลุ่มในระดับต่อไป

6.1.2 ควรมีการส่งเสริมชุมชนให้นำภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมชุมชนสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้าง

มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาแบบหนึ่งในสินค้าประเภทอื่น ๆ

6.1.3 ควรส่งเสริมให้เป็นฐานเรียนรู้ด้านอาหารและนาฏกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้และอนุรักษ์ภูมิปัญญาชุมชน

6.2 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

6.2.1 ควรมีการวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนกับชุมชน

6.2.2 ควรมีการส่งเสริมองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการสร้างเครือข่ายให้กับชุมชนโดยมีสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชน

7. เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ ดาราเรือง. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOP หมูฝอยกรอบโกเนียร์ ตำบลหนองกระโดน อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *การจัดการสมัยใหม่*, 14(2), 67-78.

กานต์มณี ไวยครุฑ. (2564, มีนาคม-เมษายน). การพัฒนาศักยภาพชุมชนบนฐานทรัพยากรวัฒนธรรมไทย-มอญ ชุมชนบ้านจั่ว จังหวัดปทุมธานี. *การวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 13(2), 135-146.

กัมปนาท บัวเจริญ และฟารุก ชันราม. (2564, กรกฎาคม-ธันวาคม). แนวทางการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลป 5 ของชุมชนบ้านลาว อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง. *วิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23 (2), 1-12.

พีรพัฒน์ พันศิริ. (2559). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาพัฒนาองค์กรชุมชน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

รุ่งโรจน์ ฝ่ายเหื้อ และ ศิริรักษ์ สันติยศ. (2563, มกราคม-เมษายน). การมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชนบ้านไผ่ขอดอน ตำบลไผ่ขอดอน อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. *การบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(1), 101-115.

วรุณี เขาวนสุขุม และ อัจฉรวรรณ สุขเกิด. (2564, กรกฎาคม-ธันวาคม). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปทุมธานี. *วิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(2), 85-94.

สนธยา พลศรี. (2556). *การพัฒนาความสามารถของบุคคลและกลุ่ม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

อรวิภา ศรีทองและชาคริต ศรีทอง. (2563, กรกฎาคม – ธันวาคม). การศึกษาความเป็นไปได้ในการเริ่มต้นธุรกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษของกลุ่มแม่บ้านคลองสองร่วมใจ จังหวัดปทุมธานี. *วิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), 25-36.

เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

Pearce, J. A. and Robinson, R. B. (2009).

Strategic Management : Formulation, Implementation and Control. (11th ed). New York: McGraw – Hill.

Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. (2008).

Strategic Management and Business Policy. (11th ed.). n.p.: Pearson Prentice–Hall.