

การพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Developing Participatory Occupational Groups into Community Product Occupational Groups.
The Chao Sanuk Subdistrict, Tha Ruea District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

พรพรพรรณ สุขสมวัฒน์ (Patsawan Suksomwat)¹

แสงจิตต์ ไต้แสง (Sangjitt Trisang)^{2*}

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน 3) พัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยเครื่องมือผ้าใบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน 4) ศึกษาแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริก ชุมชนตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้นำกลุ่มอาชีพจำนวน 3 คน และสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วย SWOT Analysis และการพัฒนาธุรกิจด้วย BMC

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอาชีพ พบว่า จุดแข็ง คือ สมาชิกในครัวเรือนมีคุณภาพชีวิตด้านจิตใจที่เข้มแข็ง มีความสุขในการดำรงชีวิต มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน จุดอ่อน คือ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน และขาดประสบการณ์ในการผลิตน้ำพริก โอกาส คือ มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนอบรมให้ความรู้ อุปสรรคของกลุ่ม คือ เกิดสถานการณ์โควิด ทำให้กลุ่มไม่สามารถรวมตัวกันได้อย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วย BMC พบว่า กลุ่มลูกค้า ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชนและลูกค้าทั่วไป ซึ่งกลุ่มมีความใกล้ชิดกับคนในพื้นที่ รวมทั้งมีแหล่งตลาดในชุมชนและอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ใช้การกระจายสินค้า ทั้งออนไลน์และหน้าร้าน การผลิตและการเก็บถูกสุขอนามัย อุปกรณ์ในการผลิตได้มาตรฐาน มีการเลือกวัตถุดิบจากในพื้นที่ และออกแบบโลโก้รวมทั้งคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพ และใช้ BMC ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก รวมทั้งทราบแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: การพัฒนากลุ่มอาชีพ แบบมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน

¹ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา (Department of Management, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University) E-mail: patsawan2549@gmail.com

² สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา (Department of Management, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University) E-mail: phdpoo@hotmail.com

* Corresponding e-mail: phdpoo@hotmail.com

Abstract

This research study aimed to 1) study the context of community-based occupational groups involved in the production of chili paste in the Prachinburi province, 2) analyze the environmental conditions of community-based occupational groups involved in the production of chili paste, 3) develop a business model using the Business Model Canvas (BMC) for community-based occupational groups involved in the production of chili paste, and 4) explore guidelines for the development of community-based occupational groups involved in chili paste production. The research was qualitative, with primary data provided by members of the chili paste production occupational group in the Tha Chao Sanuk sub-district, Tha Ruea district, Phra Nakhon Si Ayutthaya province, totaling 10 individuals, consisting of 3 group leaders and 7 group members. The tools employed included a SWOT analysis for business environmental analysis and BMC for business development.

The analysis of the environmental conditions of the occupational group revealed strengths such as strong mental well-being, happiness in life, and clear division of work responsibilities within households. Weaknesses included financial instability and lack of experience in chili paste production. Opportunities included support from government agencies for training and knowledge dissemination. Challenges faced by the group included the COVID-19 situation, which hindered continuous group gatherings. Regarding business model development using BMC, the identified customer groups included local community members and general customers, with proximity to the community and access to local markets and community health volunteers. Distribution channels included both online and offline platforms, with standardized production equipment, locally sourced raw materials, logo design, and appropriate packaging selection. These factors contributed to community participation and the utilization of BMC in chili paste product development, providing insights into the collaborative development of community-based occupational groups.

Keywords: Development of Professional Groups, Participation, Community Chili Paste Products

วันที่รับบทความ: 18 มกราคม 2567 วันที่แก้ไขบทความ: 19 เมษายน 2567 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 23 เมษายน 2567

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปีงบประมาณ 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีแนวทางในการจัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางประชารัฐ ประจำปีงบประมาณ 2560 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ ผ่านกลไก

หมู่บ้าน ด้วยการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต เพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจและส่งเสริมการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง รวมทั้งเน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความแข็งแรงยั่งยืนยกระดับศักยภาพหมู่บ้าน โดยการพัฒนาในด้านสังคมและคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ซึ่งสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณในการทำโครงการดังกล่าว ซึ่งพื้นที่ในความรับผิดชอบ คือ ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

องค์การบริหารส่วนตำบลท่าเจ้าสนุก มีนโยบายให้ความสำคัญกับการพัฒนาอาชีพโดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งถือเป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนากลุ่มอาชีพชุมชนแบบมีส่วนร่วม ซึ่งจะทำกิจกรรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดประสิทธิภาพ โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมด้านต่าง ๆ ของชุมชน พัฒนาความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเอง รวมถึงการเรียนรู้ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพในลักษณะของการทำงานร่วมกันในการพัฒนาอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ มีเครื่องมือที่สำคัญ คือ BMC เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาอาชีพ เพราะช่วยให้กลุ่มอาชีพสามารถวางแผนการพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กลุ่มอาชีพเข้าใจและวางแผนการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริก เนื่องจากสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก พบว่าขาดความรู้ด้านกระบวนการและขั้นตอน รวมถึงการควบคุมดูแลในการทำผลิตภัณฑ์น้ำพริก จึงต้องมีการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งด้านทักษะความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา “การพัฒนาอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการมีส่วนร่วมในการกลุ่มอาชีพโดยการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในพัฒนาชุมชน เพื่อการปรับปรุงแก้ไข ประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาอาชีพชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 1.2.3 เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยเครื่องมือ BMC กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 1.2.4 เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาบริบทพื้นฐานของชุมชน เกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยใช้เครื่องมือ Business Model Canvas เพื่อไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย คือ ระหว่างเดือนตุลาคม 2564-กันยายน 2565

1.3.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกประกอบด้วย 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำพริกปลาร้า น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกขิง ของชุมชนตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้กับคนในชุมชนฐานราก คณะวิทยาการจัดการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จำนวน 10 คน ประกอบไปด้วย ผู้นำกลุ่มอาชีพจำนวน 3 คน และสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน

1.3.4 ขอบเขตด้านสถานที่

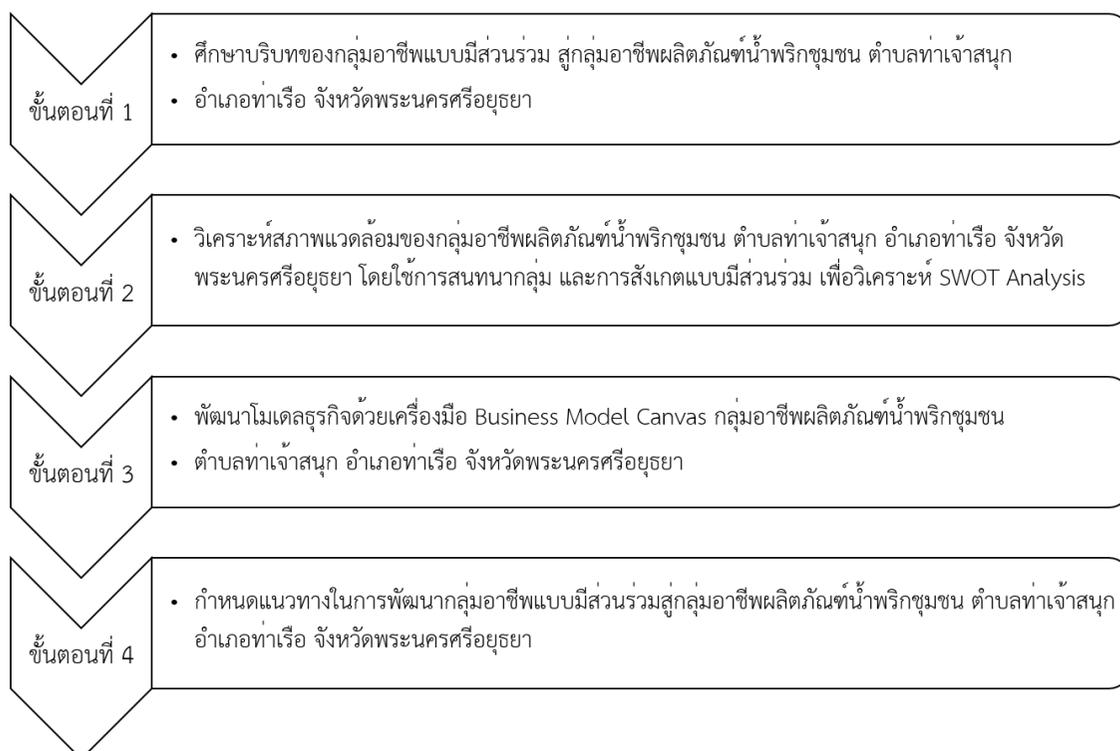
สถานที่ ๆ ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพื้นที่ 3 หมู่บ้าน คือ หมู่ 3 หมู่ 6 และ หมู่ 8 ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.5 คำถามการวิจัย

วิธีการพัฒนากลุ่มอาชีพแตกต่างกันจากแบบการมีส่วนร่วมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชนหรือไม่อย่างไร

1.4 กระบวนการในการวิจัย

งานวิจัยมีกระบวนการในการวิจัย แสดงได้ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการในการวิจัย

ที่มา: พรรชวรรณ สุขสมวัฒน์ และแสงจิตต์ ไต่แสง, 2567

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 บริบทของชุมชนตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตำบลท่าเจ้าสนุก มีความเกี่ยวข้องกับหลักฐานทางประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน เมื่อครั้งอยุธยาเป็นราชธานี ในสมัยพระเจ้าทรงธรรม กษัตริย์องค์ที่ 21 ของราชวงศ์สุโขทัย ได้เจอรอยพระพุทธรูปที่สระบุรี จึงทรงให้สร้างมณฑปครอบ พร้อมทั้งสร้างพระพุทธรูปสถานรอบ ๆ วัด พระราชทานให้เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก และเสด็จมานมัสการรอยพระพุทธรูปปีละ 2 ครั้ง เมื่อถึงอำเภอนครน้อย (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอท่าเรือ ในปี พ.ศ. 2459) ทรงจอดเรือพระที่นั่งและให้สร้าง “พระตำหนักท่าเจ้าสนุก” เพื่อให้ข้าราชการบริพารได้ใช้เป็นที่พักผ่อนและเล่นน้ำกันอย่างสนุกสนาน ต่อมาภายหลังบริเวณนั้นจึงได้ชื่อว่า “ตำบลท่าเจ้าสนุก” ซึ่งปัจจุบันตัวพระตำหนักดังกล่าวไม่เหลือสภาพเดิมให้เห็นรูปร่างลักษณะ คงมีซากวัสดุเหลือพอสันนิษฐานได้ว่าเป็นพระตำหนักเก่าแก่ก่ออิฐถือปูน ซึ่งส่วนใหญ่จะจมอยู่ใต้พื้นดินเนื่องจากน้ำท่วมเป็นประจำทุกปี

2.2 เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วย SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยการวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรรวมทั้งการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจของบริษัทด้วย (Haq & Singgih, 2019) โดย Yulia, Bahtera, Evahelda, Hayati, and Bahtera (2020) กล่าวเสริมว่า SWOT Analysis ใช้ในการประเมินและพัฒนาโมเดลธุรกิจขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) การวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและตลาดได้ โดยการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ธุรกิจได้ข้อมูลมาใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรในอนาคตได้ (Haq & Singgih, 2019)

2.3 เครื่องมือในการพัฒนาธุรกิจด้วย Business Model Canvas

Business Model Canvas เป็นกรอบในการทำธุรกิจที่อธิบายถึงส่วนประกอบ 9 องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการกำหนดแผนธุรกิจขององค์กร โดยใช้วิธีการวาดภาพเพื่ออธิบายแต่ละส่วน ซึ่งเป็นวิธีการที่เข้าใจง่ายและช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจแผนธุรกิจได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบและวางแผนธุรกิจโดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sparviero, 2019) โดย Business Model Canvas ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 9 องค์ประกอบ แบ่งออกเป็นองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ องค์ประกอบส่วนหน้า 5 องค์ประกอบ คือ กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) คุณค่าที่ส่งมอบ (Value Propositions) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) และแหล่งรายได้ (Revenue Streams) และองค์ประกอบส่วนหลัง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ทรัพยากรหลัก (Key Resources) กิจกรรมหลัก (Key Activities) พันธมิตรทางการค้า (Key Partnerships) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) โดยแต่ละองค์ประกอบนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่าธุรกิจของตนมีส่วนประกอบอะไรบ้าง และต้องการทรัพยากรอะไรเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Toro-Jarrin, Ponce-Jaramillo, & Güemes-Castorena, 2016)

2.4 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

Cohen and Uphoff (1977: 6) จำแนกขั้นตอนหรือประเภทของการมีส่วนร่วมโดยสรุป คือ มีส่วนร่วมตัดสินใจในการวางแผน มีส่วนร่วมดำเนินการตามแผน มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผน สิ่งที่ต้องทำในกระบวนการตัดสินใจ ประการแรก คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นจึงกำหนดนโยบายและกลุ่มเป้าหมาย การตัดสินใจเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ระยะเริ่มต้น ระยะวางแผนและระยะดำเนินการตามแผน

ขั้นตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ซึ่งองค์ประกอบหนึ่งของการดำเนินงานโดยพิจารณาว่าใครจะทำประโยชน์โดยวิธีใดได้บ้าง เช่น การสนับสนุนทรัพยากร การบริหารงาน รวมทั้งการประสานงานและขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ซึ่งจากการพิจารณาความสำคัญของผลประโยชน์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพแล้ว ยังควรพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ทั้งผลที่เกิดในทางบวกและทางลบ ซึ่งเป็นประโยชน์และโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย

ขั้นตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ซึ่งมีสิ่งที่จะต้องคำนึง คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectations) ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่างได้

โคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1981: 6) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

นอกจากนี้ ฟอรรนาร์อฟ (Fornaroff, 1980: 104) เสนอว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน มีขั้นตอนการมีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผน รวมถึงการตัดสินใจในการกำหนดเป้าหมาย กลวิธี ทรัพยากรที่ต้องใช้ ตลอดจนการติดตามประเมินผล 2) การดำเนินงาน 3) การใช้บริการจากโครงการ และ 4) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และ Bryman (1986: 139) ยังได้อธิบายว่า การมีส่วนร่วมนั้น หมายถึงการมีส่วนร่วม ที่จะร่วมมือร่วมใจของบุคคลที่มากกว่า 1 คนขึ้นไปและมีเป้าหมายเดียวกันในการปฏิบัติงานและมีกระบวนการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วม ในส่วนของ Chambers Pacay and Thrupp (1979: 5-8) ยังได้กล่าวถึงนิยามของทฤษฎีการมีส่วนร่วมเพิ่มเติมว่า เป็นความจำเป็นในการมีส่วนร่วมที่ให้ทุกคนมีส่วนร่วมใช้ประสบการณ์ ความรู้ คิดค้นปัญหา แล้วนำไปทดลองในผลงาน ของตนเองก่อนและนำมาแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Yulia, Bahtera, Evahelda, Hayati, and Bahtera (2020) ศึกษา Business Development Strategy Using Business Model Canvas Approach มีข้อค้นพบว่า Business Model Canvas สามารถใช้อธิบายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย 9 ด้าน เหมาะสมกับการนำไปใช้กับองค์กรขนาดกลางและเล็ก โดยสามารถใช้ร่วมกับการวิเคราะห์ SWOT เพื่อทำการปรับปรุงทุกองค์ประกอบของ Business Model Canvas โดยเน้นไปที่การปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาดโดยเฉพาะการทำกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มรายได้สอดคล้องกับ Sparviero (2019) ศึกษา The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social

Enterprise Model Canvas มีข้อค้นพบว่า Business Model Canvas สามารถปรับแต่งให้เป็น Social Enterprise Model Canvas (SEMC) ให้เหมาะสมกับธุรกิจที่มีเป้าหมายทางสังคม โดย SEMC ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนธุรกิจที่มีเป้าหมายของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และปรับปรุงธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Toro-Jarrin, Ponce-Jaramillo, and Güemes-Castorena (2016) ยังศึกษา Methodology for The Building of Process Integration of Business Model Canvas and Technological Roadmap มีข้อค้นที่สอดคล้องกันว่า Business Model Canvas เป็นแผนภาพที่อธิบายองค์ประกอบ 9 ประการที่จำเป็นในการกำหนดโมเดลธุรกิจ ในขณะที่ Technology Roadmap เป็นเครื่องมือที่ช่วยระบุและจัดลำดับความสำคัญของโครงการพัฒนาเทคโนโลยี ด้วยการผสมผสานทั้ง 2 เครื่องมือนี้ ธุรกิจต่าง ๆ จะสามารถสร้างแผนงานที่ครอบคลุมซึ่งสามารถปรับโมเดลธุรกิจขององค์กรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีขององค์กรได้ โดยงานวิจัยนี้เป็นกรอบการทำงานที่เป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจที่ต้องการปรับปรุงกระบวนการวางแผนและการตัดสินใจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริก ชุมชนตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้กับคนในชุมชนฐานราก คณะวิทยาการจัดการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จำนวน 10 คน ประกอบไปด้วย ผู้นำกลุ่มอาชีพจำนวน 3 คน และสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 เครื่องมือการวิจัย

แบบสัมภาษณ์คำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง มีลักษณะคำถามที่เกี่ยวข้องกับประเด็นแนวทางการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ได้แก่ ผู้นำกลุ่มอาชีพจำนวน 3 คน และสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน โดยใช้การสนทนากลุ่ม ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อสังเกตปฏิบัติการของผู้เข้าร่วมการสนทนาในขณะที่ใช้ข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากการสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยใช้คำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาตำรา เอกสาร ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำข้อมูลที่เก็บได้จากการสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมมาคัดแยกโดยการแบ่งประเภทของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4. สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 บริบทของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภوتاเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม มีจำนวนทั้งหมด 10 คน ทั้งหมดเป็นเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100 มีอายุ 59 และ 60 ปี จำนวนเท่ากัน คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ อายุ 41, 42, 46, 55 และ 56 ปี จำนวนเท่ากัน คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีการศึกษาสูงสุดระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และเกษตรกร รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงาน/รับจ้าง มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีรายได้ต่อเดือน จำนวน 5,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา คือ 1,000 บาท, 2,000 บาท และ 15,000 บาท จำนวนเท่ากัน คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และ 10,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีสถานภาพทางเศรษฐกิจรายได้มากกว่ารายจ่ายแต่ไม่มีเงินเหลือเก็บ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ รายได้มากกว่ารายจ่ายแต่มีหนี้สิน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รายได้ใกล้เคียงหรือเท่ากับรายจ่าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และรายได้น้อยกว่ารายจ่ายและมีหนี้สิน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภوتاเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน เป็นดังนี้

จุดแข็ง:

- (1) สมาชิกในครัวเรือนมีคุณภาพชีวิตด้านจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีความเครียดในเรื่องของรายได้ แม้จะมีรายได้ไม่มาก แต่ก็มีความสุขในการดำรงชีวิต
- (2) สมาชิกในครัวเรือนมีการแบ่งหน้าที่การทำงานกันอย่างชัดเจน มีน้ำใจ และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือในการทำงานกันเป็นอย่างดี

จุดอ่อน:

- (1) สมาชิกในกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีสภาพคล่องทางการเงินค่อนข้างต่ำ มีเงินออมน้อย แต่มีหนี้ไม่มากนัก สมาชิกในครัวเรือนต้องทำงานหนักทุกวันเพื่อให้มีรายได้เพื่อใช้จ่ายในแต่ละวัน
- (2) สมาชิกในครัวเรือนต้องทำงานเพื่อหาเลี้ยงชีพทุกวัน จึงไม่มีเวลาในการเริ่มต้นทำอาชีพใหม่ ที่ต้องสละเวลาเพื่อการผลิต การทำการตลาด และการหาแหล่งจำหน่าย ซึ่งต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในช่วงแรก จึงทำให้สมาชิกในกลุ่มไม่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการ หรือสมาชิกในครัวเรือนบางคนมีภาระหน้าที่ จึงทำให้สมาชิกบางส่วนไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้อย่างต่อเนื่อง
- (3) ฐานข้อมูลครัวเรือน มีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การคัดเลือกครัวเรือนเข้าร่วมโครงการ ได้สมาชิกที่ไม่เหมาะสมบางส่วน
- (4) การให้สมาชิกไปทำน้ำพริกในปริมาณที่มากกว่าที่อบรม เนื่องจากมียอดสั่งซื้อ ทำให้การเตรียมวัตถุดิบมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากต้องเตรียมในปริมาณที่มากขึ้น

(5) สมาชิกในครัวเรือนไม่มีประสบการณ์ในการผลิตน้ำพริกในปริมาณที่มาก จึงไม่มีประสบการณ์ในการกะปริมาณของและคำนวณระยะเวลาในการผลิตตลาดเคลื่อน

(6) สมาชิกในครัวเรือนไม่ค่อยมีเวลาตรงกัน ทำให้หาเวลาที่ตรงกันเพื่อทำงานค่อนข้างยาก

โอกาส:

(1) มีหน่วยงานภาครัฐที่ให้ความช่วยเหลือในการประกอบอาชีพ ในด้านการให้ความรู้ การหาช่องทางการขาย การช่วยทำการตลาดในเบื้องต้น

(2) มีวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเจ้าสนุกที่เป็นสถานที่ศูนย์กลางในการนัดพบเพื่ออบรมให้ความรู้ เรื่องการทำผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่สมาชิกในกลุ่มสามารถเดินทางมาได้สะดวก

อุปสรรค:

(1) การเดินทางมารวมกลุ่มมีความลำบาก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มไม่มียานพาหนะในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โมเดลธุรกิจด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นดังนี้

(1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments): ลูกค้าหลัก คือ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ชื่นชอบทานน้ำพริก ลูกค้ารอง คือ ลูกค้าทั่วไป ที่ชื่นชอบในการทานน้ำพริกทั้งลูกค้าออนไลน์ และขายหน้าร้าน

(2) คุณค่าที่ส่งมอบ (Value Propositions): น้ำพริก 5 แบบ ได้แก่ น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกขิง ที่มีรสชาติแตกต่าง มีการผลิตสดใหม่ ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติอร่อย ราคาไม่แพง และใส่กระปุกแก้วที่เก็บไว้ทานได้นาน และภาชนะบรรจุที่สะอาด ถูกสุขอนามัย

(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships): สมาชิกในชุมชนเป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์เองเป็นส่วนใหญ่ จึงมีความใกล้ชิดกับคนในพื้นที่ บางคนรู้จักกันอยู่ก่อนแล้ว จึงให้ความเป็นกันเองในการขาย และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในพื้นที่ได้ไม่ยาก

(4) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels): ช่องทางหลัก คือ ตลาดในชุมชน เช่น ตลาดนัดในชุมชน ฝากวางขายใน อปต. หรือออกร้านตามงานที่จัดโดยหน่วยงานราชการ โดยอาศัยความสัมพันธ์ของ องค์การบริหารส่วนตำบล และ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในพื้นที่ ช่องทางการขายออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊คเพจที่สร้างขึ้นให้กับสมาชิกในชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง

(5) แหล่งรายได้ (Revenue Streams): รายได้จากการขายน้ำพริกทั้ง 5 รสชาติ ได้แก่ น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกขิง

(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources): บุคลากรในการผลิตน้ำพริก คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพ สถานที่ในการผลิตที่โปร่ง สะอาด และมีสุขอนามัย เครื่องมือ อุปกรณ์ในการผลิตน้ำพริก รวมทั้งอุปกรณ์ชั่ง ตวง วัด ที่ได้มาตรฐานเนื่องจากต้องผลิตเป็นจำนวนมาก สถานที่ในการจัดเก็บน้ำพริกที่มีสุขอนามัย และสะอาด ป้องกันความสกปรกจากฝุ่นละออง และสัตว์ต่าง ๆ ได้

(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities): การคัดเลือกสมาชิกในกลุ่ม ที่ต้องเป็นบุคคลที่มีความสนใจอยากเข้าร่วม เพื่อพัฒนาทีม และต้องการรายได้เสริม การคัดเลือกวัตถุดิบ ที่ต้องเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ มีความสดใหม่ สะอาด และราคาไม่แพง เพื่อให้ต้นทุนน้ำพริกไม่สูงเกินไป การออกแบบโลโก้และคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สะอาด น่าซื้อใช้

(8) พันธมิตรทางการค้า (Key Partnerships): ผู้ขายวัตถุดิบ โดยทั่วไปคือ พ่อค้า แม่ค้าในตลาดในพื้นที่ โดยต้องเลือกผู้ขายที่มีวัตถุดิบที่สดสะอาด ราคาไม่แพง และมีวัตถุดิบส่งให้ไม่ขาดแคลน สถาบันการเงิน เมื่อต้องการขยายกิจการ หรือลงทุนในเครื่องมือในการผลิตเพิ่ม จำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการพัฒนา และขยายธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ให้ความช่วยเหลือในการเรื่ององค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การทำบัญชีครัวเรือน การทำการตลาด การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเจ้าสนุก ในการให้การสนับสนุนพื้นที่ และดูแลสมาชิกในชุมชน พร้อมให้ข้อมูลบริบทของชุมชน และครัวเรือนในชุมชน นอกจากนี้ ยังใช้ความเป็นเครือข่ายเพื่อช่วยหาแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์ในชุมชนอีกด้วย

(9) โครงสร้างต้นทุน: ค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริกทั้ง 5 รสชาติ ได้แก่ น้ำพริกขิง น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกขิง ค่าออกแบบโลโก้ และบรรจุภัณฑ์ ค่าจัดทำไวเนล คลิปวิดีโอ และอุปกรณ์ในการออกร้านตามงานต่าง ๆ ค่าแรงในการผลิตของสมาชิกในกลุ่มอาชีพ ค่าสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง

องค์ประกอบของ BMC ของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน แสดงได้ดังภาพที่ 2 ดังนี้

<p>กลุ่มลูกค้าหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> • ชาวบ้านในชุมชน • ลูกค้าทั่วไปที่ชื่นชอบทานน้ำพริก 	<p>คุณค่าที่ส่งมอบ</p> <ul style="list-style-type: none"> • น้ำพริก 5 แบบ • การผลิตสดใหม่ ไม่ใส่สารกันบูด • รสชาติอร่อย ราคาไม่แพง 	<p>ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผู้ขายมีความใกล้ชิดกับคนในพื้นที่ • ความเป็นกันเอง • สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในชุมชนได้ง่าย
<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> • ตลาดในชุมชน • ช่องทางออนไลน์ 	<p>รายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากการขายน้ำพริก 5 แบบ 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> • การคัดเลือกสมาชิก • การคัดเลือกวัตถุดิบ • การออกแบบโลโก้ การคัดเลือกบรรจุภัณฑ์
<p>ทรัพยากรหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> • วัตถุดิบ บุคลากร • สถานที่ในการผลิต เครื่องมือ อุปกรณ์ • สถานที่ในการจัดเก็บ • เงินลงทุน 	<p>พันธมิตรทางการค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผู้ขายวัตถุดิบ • สถาบันการเงิน • หน่วยงานภาครัฐ 	<p>โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> • ค่าวัตถุดิบ • ค่าจัดทำไวเนล ค่าออกแบบโลโก้ คลิปวิดีโอ • ค่าแรง • ค่าสาธารณูปโภค

ภาพที่ 2 องค์ประกอบของ BMC ของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพโดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมถึงการวิเคราะห์ Business Model Canvas มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย น้ำพริก 5 แบบ ได้แก่ น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกชิง ที่มีรสชาติแตกต่าง มีการผลิตสดใหม่ ไม่ใส่สารกันบูด รสชาติอร่อย ราคาไม่แพง และใส่กระปุกแก้วที่เก็บไว้ทานได้นาน และภาชนะบรรจุที่สะอาด ถูกสุขอนามัย ทำให้มีแหล่งรายได้จากการขายน้ำพริกทั้ง 5 รสชาติ และในส่วนของโครงสร้างต้นทุนค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริก ได้แก่ ค่าออกแบบโลโก้ และบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ป้ายโฆษณา สื่อออนไลน์ อุปกรณ์ในการออกร้าน ค่าแรงและค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น
2. กลุ่มลูกค้าโดยรวม ได้แก่ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตำบลท่าเจ้าสนุก และ ลูกค้าทั่วไปที่ชื่นชอบในการทำงานน้ำพริก และกลุ่มอาชีพมีความสัมพันธ์กับลูกค้า สมาชิกส่วนใหญ่มีความใกล้ชิดกันในชุมชนมีความเป็นกันเอง และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนได้เป็นอย่างดี
3. กลุ่มอาชีพชุมชนมีบุคลากรในการผลิตน้ำพริก คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพที่อยู่ในชุมชน โดยการคัดเลือกสมาชิกในกลุ่ม ที่ต้องเป็นบุคคลที่มีความสนใจอยากเข้าร่วมเพื่อพัฒนากลุ่ม และต้องการรายได้เสริม กลุ่มอาชีพมีการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ โดยเป็นการพัฒนาด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านการแบ่งหน้าที่การทำงานกันอย่างชัดเจน มีการให้ความร่วมมือกันในการทำงานเป็นกลุ่มและมีการช่วยเหลือกันในการทำงานร่วมกัน มีการวางแผนสภาพคล่องทางการเงินเพื่อใช้จ่ายในครัวเรือน
4. การคัดเลือกวัตถุดิบ ที่ต้องเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ และการออกแบบโลโก้และคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยน่ารับประทาน และใช้สถานที่ในการผลิตที่โปร่ง สะอาด และมีสุขอนามัย เครื่องมือ อุปกรณ์ในการผลิตน้ำพริก รวมทั้งอุปกรณ์ช่าง ตวง วัด ที่ได้มาตรฐานเนื่องจากต้องผลิตเป็นจำนวนมาก และสถานที่ในการจัดเก็บน้ำพริกที่มีสุขอนามัย และสะอาด ป้องกันความสกปรกจากฝุ่นละออง และสัตว์ต่าง ๆ ได้
5. การหาตลาดในการจำหน่ายสินค้า โดยมีการวางแผนการผลิตสินค้าให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีการวางแผนการฝึกอบรมให้สมาชิกมีทักษะความรู้เกี่ยวกับสินค้า และต้องมีการวางแผนจัดการเวลาอย่างเหมาะสม โดยกลุ่มอาชีพสามารถสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อให้การกระจายน้ำพริกเป็นไปอย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย ตลาดในชุมชน เช่น ตลาดนัด ในชุมชน ฝากวางขายในองค์การบริหารส่วนตำบลหรือออกร้านตามงานที่จัดโดยหน่วยงานราชการ และออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊คเพจที่สร้างขึ้นให้กับสมาชิกในชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง
6. ใหหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือในการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการให้ความช่วยเหลือพัฒนากลุ่มอาชีพ ให้ความรู้ และหาช่องทางการตลาด ในการสนับสนุนกลุ่มอาชีพแบบยั่งยืน ซึ่งควรใช้หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล ท่าเจ้าสนุก และวัด เป็นศูนย์กลางในการอบรมผลิตภัณฑ์น้ำพริก
7. มีพันธมิตรทางการค้า ได้แก่ ผู้ขายวัตถุดิบ โดยทั่วไปคือ พ่อค้า แม่ค้าในตลาดในพื้นที่ โดยต้องเลือกผู้ขายที่มีวัตถุดิบที่สดสะอาด ในส่วนของพันธมิตรด้านการขยายกิจการ หรือการลงทุนในเครื่องมือในการผลิตเพิ่ม จำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการพัฒนา และขยายธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่ององค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การทำบัญชีครัวเรือน การทำการตลาด การพัฒนา

ช่องทางการจัดจำหน่าย องค์การบริหารส่วนตำบลท่าเจ้าสนุก ในการให้การสนับสนุนพื้นที่ และดูแลสมาชิกในชุมชน พร้อมให้ข้อมูลบริบทของชุมชน และครัวเรือนในชุมชน นอกจากนี้ ยังใช้ความเป็นเครือข่ายเพื่อช่วยหาแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์ในชุมชน

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อดังนี้

บริบทของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cohen and Uphoff (1981: 6) ได้ให้ความหมายของคำว่าความร่วมมือของชุมชนว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของโคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1981: 6) ที่นำเสนอว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการเสียสละและการพัฒนารวมทั้งลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการแบ่งผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

การพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยเครื่องมือ BMC กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สอดคล้องงานวิจัยของ Türko (2016) ศึกษาเรื่อง Business Plan Vs Business Model Canvas in Entrepreneurship Trainings: A Comparison of Students' Perceptions มีข้อค้นพบว่า กิจกรรมเพื่อสังคมมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกับกิจกรรมธุรกิจแบบดั้งเดิม และการปรับ BMC มีความจำเป็นในการใช้ปรับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคมในการกำหนดและสร้างโมเดลธุรกิจอย่างเหมาะสม รวมถึงการระบุลูกค้าเป้าหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างรายได้เพียงพอเพื่อให้องค์กรอยู่รอด

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยข้างต้นผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

6.1.1 หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนด้านงบประมาณ และหาแหล่งตลาดในการกระจายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

6.1.2 ควรส่งเสริมให้กลุ่มผลิตภัณฑ์นำพริกชุมชนสร้างรายได้และการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีมเพื่อพัฒนาอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบยั่งยืน

6.1.3 ควรส่งเสริมให้สมาชิกชุมชนมีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์และการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นและวัสดุสมัยใหม่

6.1.4 ควรส่งเสริมกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อช่วยเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ให้แก่ชุมชน โดยการจัดอบรมความรู้และศึกษาดูงาน แนวคิดทฤษฎีหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้กับชุมชน

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

- 6.2.1 การวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผสมผสานนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง
- 6.2.2 ศึกษาการพัฒนาสายอาชีพแบบบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนแบบยั่งยืน
- 6.2.3 ศึกษาแนวโน้มความต้องการตลาดเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน
- 6.2.4 ศึกษาการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพัฒนาสายอาชีพให้กับผู้สูงอายุในชุมชนแบบยั่งยืน

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก ทำให้ชุมชนได้ผลิตภัณฑ์น้ำพริก 5 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่เดิมกลุ่มอาชีพไม่มีผลิตภัณฑ์เป็นของกลุ่ม เมื่อผู้วิจัยเข้าไปดำเนินการทำให้กลุ่มอาชีพได้ผลิตภัณฑ์น้ำพริก 5 ผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพ แสดงได้ดังภาพที่ 3 ดังนี้



ภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา: พระพรพรหม สุขสมวัฒน์ และแสงจิตต์ ใต้แสง, 2567

จากภาพที่ 3 อธิบายได้ว่า แนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนประกอบไปด้วยประเด็นที่สำคัญ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มอาชีพ สามารถผลิตน้ำพริกได้ 5 แบบ คือ น้ำพริก

ลงเรือ น้ำพริกนรก น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกขิง ทำให้มีสินค้าหลากหลายให้เลือก มีการผลิตที่สดใหม่และมีราคาไม่แพง 2) กลุ่มลูกค้าโดยรวมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการขาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชนที่มีความรู้จักและสนิทสนมกับสมาชิกกลุ่มอาชีพเป็นอย่างดี และลูกค้าออนไลน์จากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่จะเป็นลูกค้าใหม่ของกลุ่มอาชีพ 3) บุคลากรในการผลิต คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพในชุมชนที่ต้องการรายได้เสริม ซึ่งรับสมัครจากชาวบ้านในชุมชนและมีการแบ่งงานกันทำ พร้อมกับการฝึกอบรมการทำน้ำพริก 4) การคัดเลือกวัตถุดิบและอุปกรณ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบที่หาได้จากในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการออกแบบโลโก้ที่ทันสมัย และมีสถานที่จัดเก็บวัตถุดิบที่ถูกหลักอนามัย 5) การหาตลาด โดยแบ่งตลาดออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ตลาดในชุมชนที่มีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี การฝากวางขายตามหน่วยงานราชการ องค์กรบริหารส่วนตำบล และการเปิดตลาดออนไลน์ และ 6) พันธมิตรทางการค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ขายวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนเรื่องเงินทุนและการฝึกอบรมอาชีพ

8. เอกสารอ้างอิง

- Bryman, A. (1986). **Leadership and Organization**. London: Routledge & Kegan Pahl.
- Chambers, R., Pacey, A., and Thrupp, L. A. (1979). **Farmer First: Farmer Innovation and agricultural Research**. North Yorkshire: Short Run Press.
- Cohen, J. M., Normal, T. & Uphoff, N. T. (1977). **Rural development Participation: Concept and measures for project design implementation and evaluation**. New York: The Rural Development Committee Center for international Studies.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). **Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee.Center for international Studies**. New York: Cornell University Press.
- Fornaroff, A. (1980). **Community involvement in Health System for Primary Health Care**. Geneva: World Health Organization.
- Haq, A. I., & Singgih, M. L. (2019). Business Strategy of Chemical Company Using SWOT and Business Model Canvas Approach. **IPTEK Journal of Proceedings Series**, (5), 34-42.
- Nuphan, W. (2016). **People's participation in village development according to the philosophy of Sufficiency Economy**. Ban Tok Pok-Talung, Village No. 6, Wang Sapparos Subdistrict, Khlung District, Chanthaburi Province. [Master's thesis]. Burapha University.
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. **Journal of social entrepreneurship**, 10(2), 232-251.
<https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Toro- Jarrín, M. A., Ponce-Jaramillo, I. E., & Güemes-Castorena, D. (2016). Methodology for the of building process integration of Business Model Canvas and Technological Roadmap.

Technological Forecasting & Social Change, 110, 213-225.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.01.009>

Türko, E. S. (2016). Business Plan Vs Business Model Canvas in Entrepreneurship Trainings: A Comparison of Students' Perceptions. **Asian Social Science**, 12(10), 55-62.

doi:10.5539/ass.v12n10p55

Yulia, y., Bahtera, N.I, Evahelda, E., Hayati, L., & Bahtera, N. T. (2020). Business development strategy using business model canvas approach.

Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 4(1), 106-115. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7563>