



รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ เรื่อง

การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค
จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

โดย

ดร.บรรจบพร อินดี

ผศ.กษิรา นิตินันต์

นางสาวศุภลักษณ์ ฉินตระกาล

นายณัฐนันท์ อินดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก

สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประจำปีงบประมาณ 2569

ชื่อโครงการ:	การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม		
หน่วยงานสนับสนุน:	สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2569		
คณะผู้ดำเนินโครงการ	ดร.บรรจบพร อินดี	หัวหน้าโครงการ	
	ผศ.กษิรา นิตินันต์	ผู้ร่วมโครงการ	
	นางสาวศุภลักษณ์ ฉินตระกูล	ผู้ร่วมโครงการ	
	นายณัฐนันท์ อินดี	ผู้ร่วมโครงการ	
คลินิกเทคโนโลยี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี		
ประจำปีงบประมาณ	2569		

บทคัดย่อ

โครงการ “การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม” ได้ดำเนินการศึกษาปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ โดยมีการประชุมวางแผน อบรมให้ความรู้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ซึ่งได้ผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดอบแห้งผง จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พริกแกงนึ่งฆ่าเชื้อด้วยความร้อน จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ และการยกระดับผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดให้มาตรฐาน อยู่ ซึ่งอยู่ระหว่างการยื่นขอประเมินสถานที่ผลิต รวมทั้งได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากให้สวยงามและน่าสนใจ

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณ สำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ได้สนับสนุนงบประมาณโครงการ เรื่อง การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอยะโฮรี จังหวัดกาญจนบุรี ด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2569 ขอขอบคุณ ผู้บริหาร และทีมงานจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ที่อำนวยความสะดวกทั้งด้านบุคลากร สถานที่ รวมทั้งเกษตรกรในชุมชนพื้นที่ ที่ทำให้การดำเนินงานในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้ดำเนินโครงการ

2569

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
ส่วนที่ 1 ข้อเสนอโครงการที่ได้รับการอนุมัติ	1
ส่วนที่ 2 การดำเนินกิจกรรม	28
ส่วนที่ 3 ผลการประเมินการดำเนินโครงการ ประจำปี 2568	63
ภาคผนวก	64

ส่วนที่ 1 ข้อเสนอโครงการที่ได้รับการอนุมัติ

แบบฟอร์ม

คลินิก
เทคโนโลยี



2
5
6
9

ข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ
การส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน
Building Community Enterprise: BCE



แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานมีความรู้ด้าน วทน. และการบริหารจัดการ การตลาด ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BCE มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า (Product) และบริการ(Service) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า(ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน(Quality & Standard) มีกระบวนการในการช่วยผู้ประกอบการในการจัดทำโมเดลธุรกิจ(Business model) และแผนธุรกิจ (Business plan) ที่ชัดเจนตอบโจทย์ทั้งตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจชุมชน และส่งเสริมวิถีคิดและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชน(Business for Community) หรือธุรกิจเพื่อสังคม(Social Enterprise) ได้อย่าง อนาคต

ปีที่	ขั้นตอนการพัฒนา/แนวทางเบื้องต้น		
	มาตรฐาน	โมเดลธุรกิจ	ธุรกิจเพื่อสังคม
๑	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น GMP อย. มผช.	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อนำไปออกแบบโมเดลธุรกิจ	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
๒	การยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และได้รับการรับรองมาตรฐานฯ	การนำโมเดลธุรกิจที่ออกแบบไว้แล้ว มาใช้ในการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์	การออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ดำเนินการในชุมชน และปรับปรุงให้เหมาะสมกับธุรกิจ และบริบทของพื้นที่
๓	การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ไปจำหน่ายออกสู่เชิงพาณิชย์	การปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ ในการขายสินค้าและบริการ	การนำโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ในการส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม และติดตามผลการนำไปใช้

☒ โครงการใหม่

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 2

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 3

1. ชื่อหน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

2. ชื่อโครงการ : การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม.....

3. ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) : ผลไม้และพืชเศรษฐกิจ

4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบ ในโครงการ ¹	องค์ความรู้/ เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ รับผิดชอบ ในโครงการ	ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ ²
1. ดร.บรรจบพร อินดี อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด สมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ เบอร์โทรศัพท์: 081 8370991 E-mail: Young_taa@hotmail.com	หัวหน้า โครงการ	-พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ -การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ -การสร้างแบรนด์	ประวัติการศึกษา -ศศ.บ.(อุตสาหกรรมท่องเที่ยว) วิทยาลัยครูพิบูลสงคราม -บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช -กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ -ปร.ด. (การจัดการภาครัฐและ เอกชน) มหาวิทยาลัยคริสเตียน ความเชี่ยวชาญ -การวางแผนธุรกิจเชิงกลยุทธ์ -กลยุทธ์การตลาด -การบริหารจัดการธุรกิจ ประสบการณ์ทำงานในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับโครงการ 1) แผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน: อาหารและสมุนไพร 2) การพัฒนากลยุทธ์ทางการ ตลาดแบบบูรณาการเพื่อเพิ่ม ศักยภาพการท่องเที่ยว ตามวิถี ชุมชนกินดื่มอาหารปลอดภัยเชิง สร้างสรรค์ภูมิภาคตะวันตก 3) การพัฒนาและยกระดับ ศักยภาพการผลิตทุเรียนทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี สินค้าบ่งชี้ทาง

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบ ในโครงการ ¹	องค์ความรู้/ เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ รับผิดชอบ ในโครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ ²
			ภูมิศาสตร์ตามหลักเกษตร ปลอดภัย 4) การพัฒนาและยกระดับ ศักยภาพการผลิตเงาะทองผาภูมิ สินค้าปิ้งซีทางภูมิศาสตร์ ด้วย เทคโนโลยีอัจฉริยะและกลยุทธ์ การตลาดสร้างสรรค์
2. ผศ.กษิรา นิตินันต์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการ อาหาร / คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เบอร์โทรศัพท์: 0616623249 E-mail: natnicha@kru.ac.th	ผู้ร่วมโครงการ	-เทคโนโลยีการแปรรูป อาหาร -การพัฒนากระบวนการ ผลิต การควบคุม คุณภาพ และการยืด อายุการเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์	ประวัติการศึกษา -วท.บ. (เทคโนโลยีการอาหารและ โภชนาศาสตร์) -วท.ม. (เทคโนโลยีการอาหาร) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ความเชี่ยวชาญ -การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหาร -เทคโนโลยีเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ เนื้อสัตว์ -การประเมินคุณภาพทางประสาท สัมผัส (Sensory evaluation) ประสบการณ์ทำงานในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับโครงการ 1) ญัฐนิชา ทวีแสง กัญญรัตน์ เหลือองประเสริฐ และไกรยศ แซ่ ลิ้ม. (2565). ผลของสารให้ความ หวานทดแทนน้ำตาลต่อลักษณะ ทางกายภาพ เคมี และประสาท สัมผัสของแยมถั่วฝักยาวสีม่วง. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 ม.ค.- เม.ย. 2565 หน้า 91-102. 2) Natnicha, L. Kanyarat and S. Kraiyot. (2019). Effect of

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบ ในโครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบ ในโครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ ²
			passion fruit juice and pectin on characteristics of Purple Yard Long Bean jam. IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 639. 1-6. 3) ที่ปรึกษาโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น, 2565 และ 2566 (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร ตราเสรี)
3. นางสาวศุภลักษณ์ ฉินตระกูล อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด สมัยใหม่ เบอร์โทรศัพท์: 092 987 9589 E-mail: suphalakchinchin@kru.ac.th	ผู้ร่วมโครงการ	-วิเคราะห์ตลาด -พัฒนา ช่องทางการตลาด ออนไลน์และการจำหน่าย เชิงพาณิชย์	ประวัติการศึกษา -บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต -ศศ.บ. บริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ความเชี่ยวชาญ -พฤติกรรมผู้บริโภค -การจัดการการขาย และ ช่องทางการตลาด -กลยุทธ์การตลาด ประสบการณ์ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการ 1) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดกาญจนบุรี 2) การวิเคราะห์กลยุทธ์สื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดกาญจนบุรี 3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบ ในโครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบ ในโครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง กับโครงการ ²
			เกษตรแปรรูปของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
4. นายณัฐนันท์ อินดี นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เบอร์โทรศัพท์ : 092 502 3999 E-mail: Nattananb5822294@gmail.com	ผู้ร่วมโครงการ	-การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ -การสร้างแบรนด์ -การผลิตสื่อเพื่อการจัด จำหน่าย	ประวัติการศึกษา -นศ.บ. (การโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์) ความเชี่ยวชาญ -การสร้างแบรนด์ -การผลิตสื่อ สำหรับการตลาด และการจัดจำหน่าย ประสบการณ์ทำงานในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับโครงการ 1) การยกระดับศักยภาพการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัต ลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการ ความร่วมมือภาคีเครือข่ายกลุ่ม มหาวิทยาลัยพัฒนา เชิงพื้นที่ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัด กาญจนบุรี 2) สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม การตลาดและเพื่อสร้างการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

¹ หน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ หัวหน้าโครงการ ผู้ร่วมโครงการ ประธานกลุ่ม เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อื่น ๆ

² แบบประวัติแบบย่อ (การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ในโครงการของผู้เข้าร่วมโครงการ
ทุกคน

5. **ลักษณะโครงการ** : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ที่ต้องการและกรอกข้อมูลพร้อมหลักฐานตามที่ระบุ

- ☐ 5.1 เป็นโครงการที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ในฐานข้อมูลแผนงานการให้บริการคำปรึกษาและข้อมูลเทคโนโลยี
(ปีที่ให้คำปรึกษา.....)
- ☐ 5.2 เป็นโครงการที่มีผู้ร่วมโครงการด้านผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและแผนธุรกิจเข้าร่วมวางแผนธุรกิจชุมชน (ปรากฏในชื่อผู้
เสนอโครงการและผู้ร่วมโครงการหรือแผนการดำเนินโครงการ)
- ☐ 5.3 เป็นโครงการต่อเนื่องที่เคยได้รับการสนับสนุนจากโครงการคลินิกหรือโครงการที่เคยดำเนินการ มาแล้วจาก
แหล่งทุน

อื่น (ปีดำเนินการ.....)

☞ แบบผลการดำเนินงานและผลสำเร็จที่ผ่านมาประกอบด้วย

☒ 5.4 เป็นโครงการใหม่ (ไม่เคยดำเนินการหรือรับงบประมาณจากแหล่งใด) โดยเป็นโครงการที่.....

☒ 1) เป็นความต้องการของชุมชน (เกษตรกร แม่บ้านเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม หรือ วิชากิจชุมชน หรือ SMEs โดยได้แนบหลักฐานตามแบบสำรวจความต้องการ (แบบสำรวจข้อมูลความต้องการเทคโนโลยี)

☐ 2) มาจากสมาชิกอาสาสมัครวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)

☐ 3) กลุ่มเป้าหมายมาจากสมาชิกของกองทุนหมู่บ้าน (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือ ทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)

☐ 4) เป็นข้อเสนอความต้องการของ ○ จังหวัด /ท้องถิ่น (ผ่านหน่วยปฏิบัติการเครือข่าย อว. ระดับ

ภาค)

☐ 5.5 เป็นผลงานวิจัยและพัฒนาที่มีพร้อมในการนำมาดำเนินการจริงตามแผนธุรกิจชุมชน

โปรดระบุแหล่งทุน.....ปีที่ได้รับทุน.....

หมายเลขโทรศัพท์แหล่งทุน.....โดย ☐ ไม่เคยดำเนินการ

☐ เคยดำเนินการ ให้ระบุไว้ในข้อ 5.3

6. หลักการและเหตุผล :

ผู้เสนอโครงการต้องนำเสนอข้อมูลสำคัญ 2 ส่วน คือ (1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ และ (2) ข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ในการวิเคราะห์ เช่น SWOT, fishbone, Dream it Do it (DIDI), Problem situation, Problem research planning, Crazy's 8, Theory of Change, Stakeholder Analysis, Impact Value Chain, Value Proposition, Gantt Chart เป็นต้น

กรณีโครงการใหม่

ชี้แจงเหตุผลความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ เช่น ระบุประเด็นหรือที่มาของปัญหา แนวคิดการแก้ไขหรือพัฒนา มีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ หรือไม่อย่างไร เป็นต้น

ข้อมูลผู้ประกอบการ

อธิบายสถานะปัจจุบัน รายละเอียดของผู้ประกอบการ การประกอบการ การบริหารจัดการกลุ่ม การจัดการวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การตลาดในปัจจุบัน

ปัจจุบันคนไทยมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการบริโภค โดยเฉพาะการบริโภคอาหารปลอดภัย และอาหารเพื่อสุขภาพ โดยหันมาให้ความสนใจกับการบริโภคผักและสมุนไพรพื้นบ้านมากยิ่งขึ้น รวมถึงการบริโภคสมุนไพรและเครื่องเทศ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของเครื่องแกงและเครื่องปรุงต่าง ๆ เช่น น้ำพริกแกง ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของอาหารไทย ที่จะนำมาปรุงร่วมกับอาหารและเนื้อสัตว์ต่าง ๆ ประเภทแกง (ศรีสมร คงพันธุ์, 2546) ซึ่งส่วนประกอบของน้ำพริกแกง คือ พริกแห้ง หอมแดง กระเทียม ข่า ตะระ ไคร้ ผิวมะกรูด พริกไทย กะปิ เป็นต้น (วันดี กุญชรพันธ์และคณะ, 2541) ทำให้เกิดรสชาติที่เป็นที่ยอมรับของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดที่ผลิตในระดับวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทเปียก (Wet Paste) เผชิญกับข้อจำกัดด้านคุณภาพที่สำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความชื้นสูง ทำให้เสี่ยงต่อการ

ปนเปื้อนของจุลินทรีย์และการเสื่อมเสียจากปฏิกิริยาเคมีได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้อายุการเก็บรักษาสั้น เพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการบางรายมักใช้วิธีการเติมวัตถุกันเสีย เช่น กรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิก อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติเหล่านี้มักนำไปสู่ปัญหาการใช้สารในปริมาณที่เกินมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความปลอดภัยของอาหารและขัดต่อข้อบังคับด้านกฎหมาย การเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการยืดอายุผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยนำเข้าเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุด สำหรับน้ำพริกแกงเผ็ดประเภทเปียก การใช้ระบบฆ่าเชื้อด้วยรีเทอร์ท (Retort Sterilization) เป็นทางเลือกที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ปิดสนิทมีความปลอดภัยในเชิงพาณิชย์ (Commercial Sterility) โดยไม่ต้องใช้วัตถุกันเสีย และสามารถยืดอายุการเก็บรักษาได้ยาวนาน (เช่น 6 เดือนถึง 2 ปี)

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บ้านวังสิงห์ อำเภอยะโยค จังหวัดกาญจนบุรี เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมายาวนาน ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญ มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมในระดับชุมชน แต่ยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านมาตรฐานการผลิต เนื่องจากการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหารที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดได้กว้าง ด้านคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุกระบวนการผลิตที่กลุ่มวิสาหกิจยังขาดเทคโนโลยีควบคุมคุณภาพ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างของรสชาติและอายุการเก็บรักษา ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการขาดการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีจำกัด รวมถึงด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์ของน้ำพริกแกงมีการแข่งขันสูง จำเป็นต้องมีการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) เพื่อยกระดับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ โดยการยกระดับผลิตภัณฑ์จึงมุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาพื้นฐานด้านความปลอดภัยและสุขลักษณะ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับรสชาติ และความสะอาด ของผลิตภัณฑ์ การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วทน.) มาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและสถาบันการศึกษา (เช่น โครงการพัฒนาศักยภาพธุรกิจชุมชน หรือ BCE) ถือเป็นแนวทางที่เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เทียบเท่ามาตรฐานอุตสาหกรรม

การกำหนดเป้าหมายสำหรับการยกระดับผลิตภัณฑ์

1. มาตรฐาน Water Activity (a_w) : Water Activity เป็นตัวบ่งชี้ความปลอดภัยและอายุการเก็บรักษาของอาหาร โดยทำหน้าที่ควบคุมการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ หากโครงการมีเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงให้เป็นรูปแบบแห้งหรือผงพร้อมปรุงค่า a_w ที่ต้องการตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มก.-ธ.ก.ส. ประสิทธิภาพของกระบวนการแปรรูป จะต้องไม่เกิน 0.6. การทดสอบค่า a_w เป็นระยะจึงเป็นกิจกรรมที่จำเป็นในการยืนยันค่า a_w (Water Activity) ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มก.-ธ.ก.ส. คือ ค่าที่แสดงถึงปริมาณน้ำอิสระที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออายุการเก็บรักษา ความปลอดภัย และการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์

โดยทั่วไปมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารจะกำหนดค่า a_w สูงสุดที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเน่าเสีย เช่น แบคทีเรีย ยีสต์ และรา

1. ค่า a_w อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยน้ำบริสุทธิ์มีค่า a_w เท่ากับ 1
2. อาหารที่มีค่า a_w ต่ำกว่า 0.6 มักจะปลอดภัยจากการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ส่วนใหญ่และเก็บรักษาได้นาน เช่น ผลไม้อบแห้ง นมผง
3. สำหรับมาตรฐาน มก.-ธ.ก.ส. (ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ธ.ก.ส. โดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปหลายชนิดจะถูกกำหนดให้มีค่า a_w ไม่เกิน 0.85 เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรคและทำให้อาหารปลอดภัย (ทั้งนี้ ค่าที่แน่นอนอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ)
4. การควบคุมค่า a_w ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาสารกันบูดเพียงอย่างเดียว หรือช่วยในการเลือกใช้เทคนิคการถนอมอาหารที่เหมาะสมร่วมด้วย

ความสำคัญของค่า a_w ในผลิตภัณฑ์

1. ความปลอดภัยของอาหาร : ค่า a_w ต่ำจะช่วยป้องกันการเติบโตของจุลินทรีย์ก่อโรค โดยทั่วไป
 - แบคทีเรียก่อโรคส่วนใหญ่ไม่เจริญเติบโตที่ a_w ต่ำกว่า 0.90
 - เชื้อราที่เน่าเสียส่วนใหญ่ไม่เจริญเติบโตที่ a_w ต่ำกว่า 0.70
2. อายุการเก็บรักษา : ค่า a_w เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ อาหารที่มีค่า a_w สูงจะเสี้ง่ายกว่าอาหารที่มีค่า a_w ต่ำ
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ : ค่า a_w ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสี กลิ่น รสชาติ และเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์

การจำแนกประเภทอาหารตามค่า a_w

1. อาหารสด : มีค่า a_w มากกว่า 0.85 และเสี้ง่าย เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้
2. อาหารกึ่งแห้ง : มีค่า a_w ระหว่าง 0.6 - 0.85 เช่น นมข้นหวาน ผลไม้แช่อิ่ม
3. อาหารแห้ง : มีค่า a_w น้อยกว่า 0.6 เช่น นมผง ผักผลไม้อบแห้ง

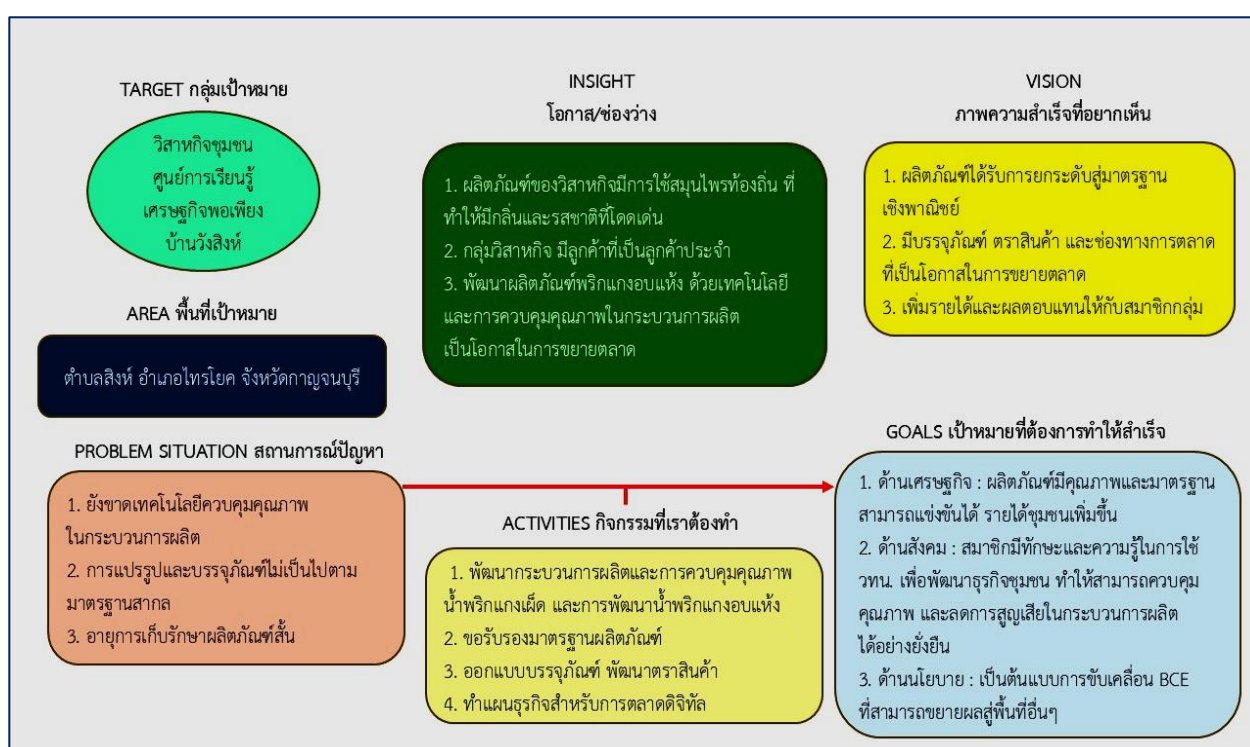
2. มาตรฐานจุลินทรีย์ : ต้องควบคุมคุณภาพให้ผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจากจุลินทรีย์ก่อโรคและจุลินทรีย์ที่ทำให้เสื่อมเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง *Escherichia coli* (ต้องน้อยกว่า 3 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม) และต้องไม่พบยีสต์และรา การยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของวิสาหกิจชุมชนบ้านวังสิงห์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ยืดอายุ (Shelf-Stable) ที่ปลอดภัย จำเป็นต้องมีการจัดหาปัจจัยนำเข้าที่มีรายละเอียดและมูลค่าสูงในทุกมิติ โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีรีเทอร์ท (Water Immersion Retort) ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการยกระดับ

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมุ่งบูรณาการองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วทน.) ได้แก่ เทคโนโลยี การถนอมอาหาร การควบคุมคุณภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาตราสินค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้

เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ สามารถเข้าสู่ตลาดที่กว้างขึ้นทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน เพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจ และต่อยอดสู่การสร้างเศรษฐกิจฐานราก ที่เข้มแข็งตามแนวทางแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise: BCE)

ข้อมูลวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้แก้ปัญหา

ประเด็นปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหาด้วย วทน. / การบริหารจัดการ
1. ด้านมาตรฐานการผลิต เนื่องจากการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยอาหารที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ ไม่สามารถขยายตลาดได้กว้าง 2. ด้านคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุกระบวนการผลิตที่กลุ่มวิสาหกิจยังขาด เทคโนโลยีควบคุมคุณภาพ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างของรสชาติและอายุการเก็บรักษา 3. ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการขาดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีจำกัด	1. เทคโนโลยีการถนอมอาหาร การควบคุมคุณภาพ 2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาตราสินค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ สามารถเข้าสู่ตลาดที่กว้างขึ้น ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ



ปี 2569	ปี 2570
น้ำพริกแกงอบแห้ง 	น้ำพริกแกงสำเร็จรูปพร้อมปรุง 

กรณีโครงการต่อเนื่อง

นำเสนอผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในแต่ละปีที่ได้รับงบประมาณ

แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
นำเสนอแผนการดำเนินงานในปีที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ(ทุกปี)	สรุปผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้	สรุปตัวชี้วัด ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

7. วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด และพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงอบแห้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์
3. เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัล และการจำหน่ายเชิงพาณิชย์

8. กลุ่มเป้าหมาย :

- ชื่อกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ เลขที่ 155 หมู่ที่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
- ชื่อประธานกลุ่ม นายยอด อิมพลับ เบอร์โทร 095 682 4958

ชื่อผู้ประสานงาน นายยอด อิมพลับ

เบอร์โทร 095 682 4958

พิกัดของกลุ่มเป้าหมาย ละติจูด : 14.0834811

ลองติจูด : 99.2268667

จำนวนสมาชิกปัจจุบัน 38 คน

9. ระยะเวลาดำเนินการ : วันเริ่มต้น -สิ้นสุดโครงการจากการวางแผนระยะยาว 3 ปี

1 ตุลาคม 2568 – 30 กันยายน 2569

10. ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) :

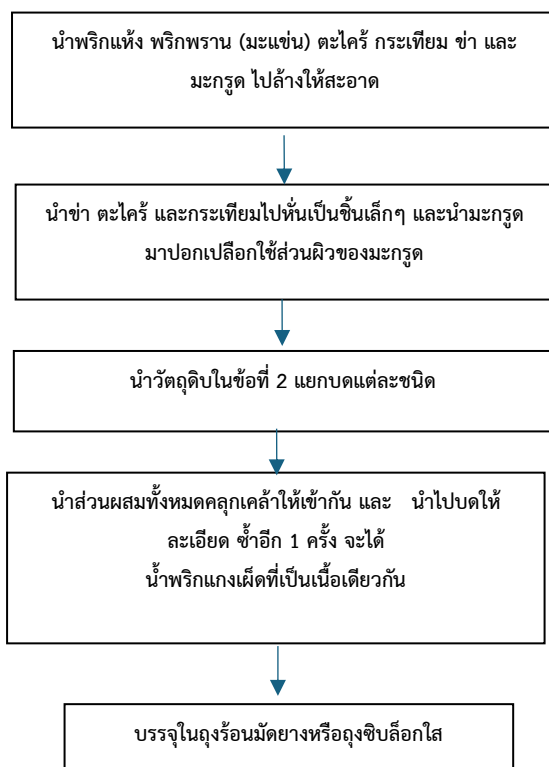
นำเสนอแผนภาพรวมของโครงการที่จะดำเนินการตลอดระยะเวลาที่จะขอรับการสนับสนุนงบประมาณ ที่แสดงให้เห็นถึงประเด็นปัญหา ความต้องการของผู้ประกอบการเทคโนโลยี/องค์ความรู้ที่จะนำไปแก้ไขปัญหาลดต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า(ต้นทุน กลางทาง ปลายทาง) ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ(เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น



ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ด (กระบวนการเดิม)

1. นำ พริกแห้ง พริกพรวาน (มะเข่น) ตะไคร้ กระเทียม ข่า และมะกรูด ไปล้างให้สะอาด
2. นำข่า ตะไคร้ และกระเทียมไปหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ และนำมะกรูดมาปอกเปลือก ใช้ส่วนผิวของมะกรูด
3. นำวัตถุดิบในข้อที่ 2 แยกบดแต่ละชนิด

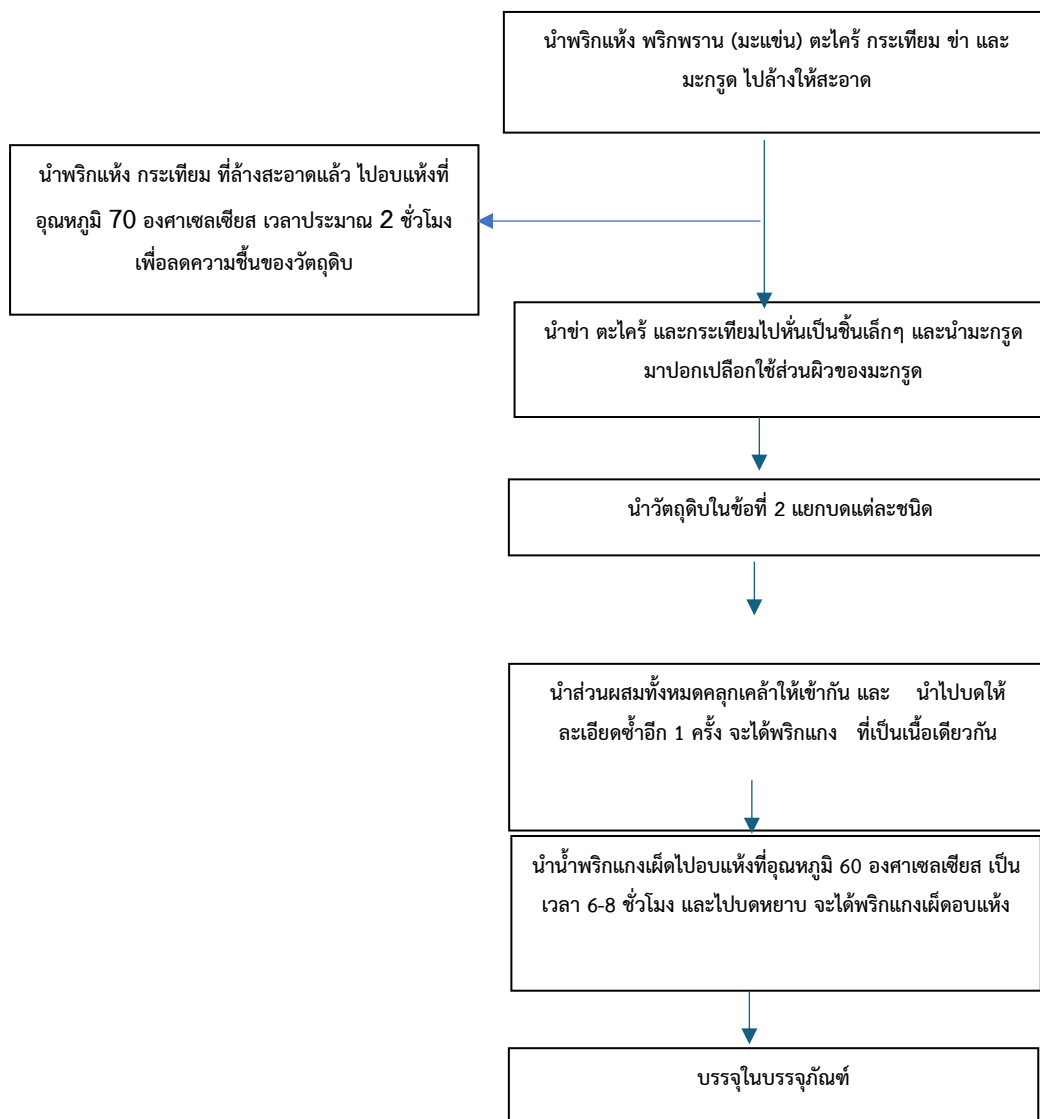
4. นำส่วนผสมทั้งหมดคลุกเคล้าให้เข้ากัน และนำไปบดให้ละเอียดซ้ำอีก 1 ครั้ง จะได้ น้ำพริกแกง
เผ็ด ที่เป็นเนื้อเดียวกัน
5. บรรจุในถุงร้อนมัดยางหรือถุงซิปล็อกใส่



ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ด (แบบเดิม)

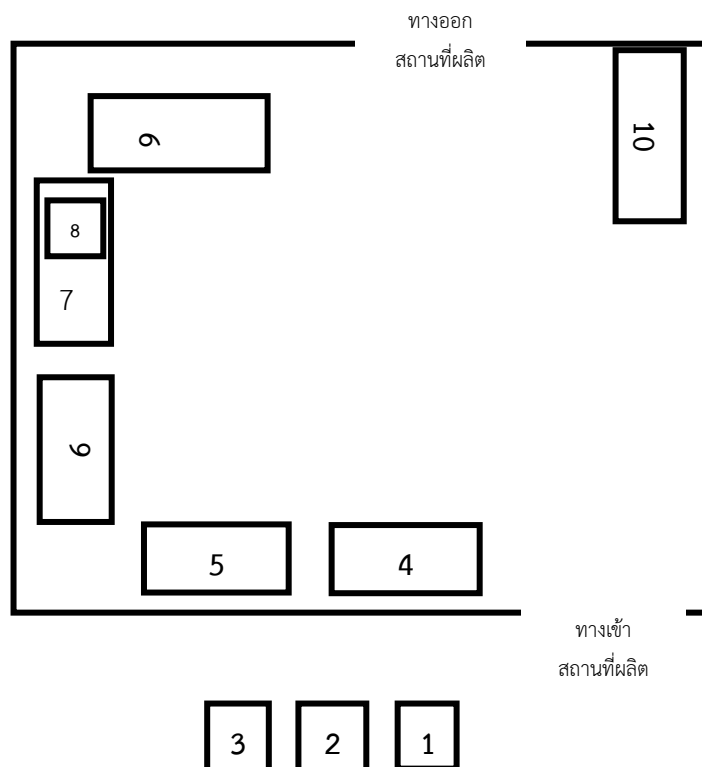
ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ด (กระบวนการใหม่)

1. นำ พริกแห้ง พริกพรวาน (มะเข้่น) ตะไคร้ กระเทียม ข่า และ มะกรูด ไปล้างให้สะอาด
2. นำพริกแห้ง กระเทียม ที่ล้างสะอาดแล้ว ไปอบแห้งที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง เพื่อลดความชื้นของวัตถุดิบ
3. นำข่า ตะไคร้ และกระเทียมไปหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ และนำมะกรูดมาปอกเปลือกใช้ส่วนผิวของมะกรูด
4. นำวัตถุดิบในข้อที่ 2 แยกบดแต่ละชนิด
5. นำส่วนผสมทั้งหมดคลุกเคล้าให้เข้ากัน และนำไปบดให้ละเอียดซ้ำอีก 1 ครั้ง จะได้พริกแกง ที่เป็น เนื้อเดียวกัน
6. จากนั้นนำน้ำพริกแกงเผ็ดไปอบแห้งที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 6-8 ชั่วโมง และไปบดหยาบ จะได้พริกแกงเผ็ดอบแห้ง
7. นำพริกแกงเผ็ดบดหยาบบรรจุในบรรจุภัณฑ์



ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ด (ปรับปรุงกระบวนการผลิต)

แปลนสถานที่ผลิตและบรรจุน้ำพริกแกงเผ็ด



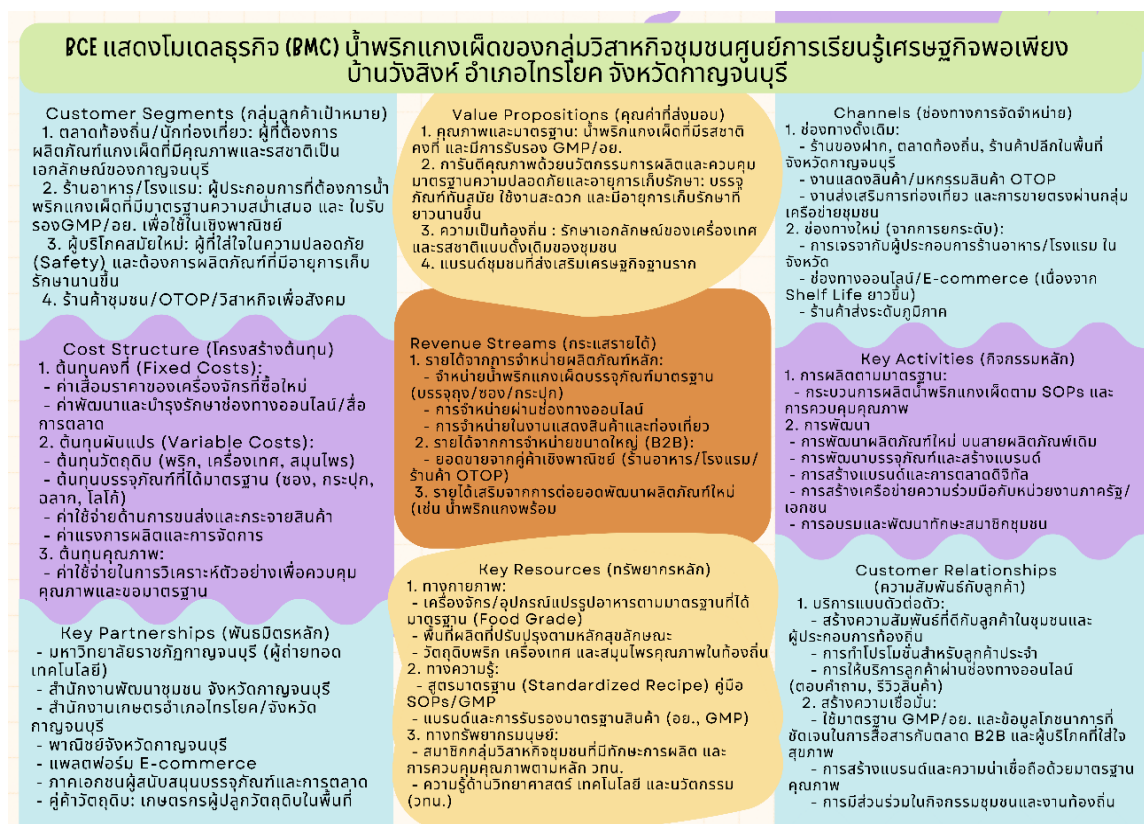
- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1 = อ่างล้างมือ | 2 = บริเวณเปลี่ยนชุดพนักงาน |
| 3 = ชั้นวางรองเท้า | 4 = ชั้นเก็บอุปกรณ์ |
| 5 = โต๊ะเตรียมวัตถุดิบ | 6 = โต๊ะผลิต |
| 7 = โต๊ะบรรจุ | 8 = เครื่องบรรจุ |
| 9 = ชั้นเก็บผลิตภัณฑ์ | 10 = ตู้เก็บบรรจุภัณฑ์ |

หมายเหตุ :

1. กลุ่มวิสาหกิจมีความพร้อมในการลงทุน ทั้งเรื่องสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการสร้างอาคาร และอุปกรณ์เครื่องมือของผลิตภัณฑ์แล้ว
2. กลุ่มวิสาหกิจมีการแบ่งแยกพื้นที่ (Zoning) : พื้นที่การผลิตน้ำพริกแกงออกจากพื้นที่ผลิตกล้วยตาก เนื่องจากพื้นที่กล้วยตากต้องการความสะอาดและควบคุมความชื้นต่ำ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนข้าม (Cross-contamination) ทั้งเรื่องกลิ่นและจุลินทรีย์ โดยพื้นที่ผลิตกล้วยตาก จะใช้โดมพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นสถานที่หลักในการผลิต

11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ :

นำเสนอโมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) และแผนธุรกิจ(Business Plan) ในการพัฒนาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ ตลอดระยะเวลาที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ



12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart) :

ระบุแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อ 12 ตลอดระยะเวลาที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ

12.1 แผนการดำเนินงานรายปี (สอดคล้องกับเป้าหมายของแพลตฟอร์ม)

เทคโนโลยี/องค์กร	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการดำเนินงาน ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
กิจกรรมที่ 1 วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบัน คุณภาพผลิตภัณฑ์													23,600	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์ อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล นายณัฐนันท์ อินดี	การบรรยาย การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 2 พัฒนากระบวนการ การผลิตและการ ควบคุมคุณภาพ น้ำพริกแกงเผ็ด ด้วย วทน.													57,400	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์	การบรรยาย การปฏิบัติการ

เทคโนโลยี/องค์ ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการดำเนินงาน ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
กิจกรรมที่ 3 การอบรมและ ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อการขอรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์													14,700	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์ อ.สุลักษณ์ ฉินตระ กาล นายณัฐนันท์ อินดี	การบรรยาย การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 4 การวิเคราะห์คุณค่า ทางโภชนาการ และ ข้อมูลฉลาก โภชนาการ และขอ มาตรฐาน อย.													70,600	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์	การบรรยาย การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 5 การออกแบบและ พัฒนาบรรจุภัณฑ์													71,000	อ.สุลักษณ์ ฉินตระ กาล นายณัฐนันท์ อินดี	การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 6 การสร้างแบรนด์ และการตลาดดิจิทัล													28,600	อ.สุลักษณ์ ฉินตระ กาล นายณัฐนันท์ อินดี	การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 7 การอบรม ปฏิบัติการจัดทำ แผนธุรกิจสำหรับ การตลาดดิจิทัล													33,500	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์ อ.สุลักษณ์ ฉินตระ กาล	การบรรยาย การปฏิบัติการ
กิจกรรมที่ 8 การอบรมและ ถ่ายทอดองค์การ ดำเนินงานตาม คู่มือกระบวนการ ผลิตและการ ควบคุมคุณภาพ สำหรับกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน และจัดทำคู่มือการ ปฏิบัติการผลิต น้ำพริกแกงเผ็ด และการควบคุม คุณภาพ													18,300	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตินันท์ อ.สุลักษณ์ ฉินตระ กาล	การบรรยาย
สรุปงบประมาณ (บาท)													317,700		

แนวทางการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนเป็นธุรกิจเพื่อสังคม

1. ปรับปรุงโมเดลธุรกิจ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการขยายรูปแบบของช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนให้กลุ่ม
2. ขยายการตลาดเชิงพาณิชย์ โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไปจำหน่ายในวงกว้าง เช่น ร้านของฝาก OTOP และแพลตฟอร์ม E-commerce
3. พัฒนากลุ่มวิสาหกิจให้ได้รับการรับรองเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม และปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคม โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งมาสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบในพื้นที่ และสร้างงานให้สมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความพร้อม (Self-Assessment) เกี่ยวกับเป้าหมายทางสังคม (Social Mission) โมเดลธุรกิจ (Business Model) การจัดสรรกำไรของกลุ่มวิสาหกิจ ในการเตรียมความพร้อมเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.2 แบ่งขั้นตอนการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 5 ระยะ (The 5-Step Roadmap) ประกอบด้วย (1) สร้างความเข้าใจกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ (2) ออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม (Social Lean Canvas) (3) การจัดการระบบบัญชีและการเงิน (Financial Literacy) (4) การสร้างมาตรฐานสินค้า และ อัตลักษณ์ (Branding & Standard) และ (5) การขอรับรองเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

12.2 แผนการดำเนินงานของปีที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ (สอดคล้องกับเป้าหมายของแพลตฟอร์ม)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ ดำเนินงาน
1. การวิเคราะห์สถานภาพ ปัจจุบัน คุณภาพผลิตภัณฑ์													23,600	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตอนันท์ อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล นายณัฐนันท์ อินดี	การบรรยาย การ ปฏิบัติการ
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก แกงอับแห้ง กระบวนการ ผลิตและการควบคุม คุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ดด้วย วทน.													31,200	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตอนันท์	การบรรยาย การ ปฏิบัติการ
3. การอบรมและถ่ายทอด องค์ความรู้เพื่อการขอ รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์													14,700	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตอนันท์ อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล นายณัฐนันท์ อินดี	การบรรยาย การ ปฏิบัติการ
4. การวิเคราะห์คุณค่าทาง โภชนาการ และข้อมูลฉลาก โภชนาการ และขอมาตรฐาน อย.													33,300	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตอนันท์	การบรรยาย การ ปฏิบัติการ

5. การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์													44,000	อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล นายณัฐนันท์ อินดี	การ ปฏิบัติการ
6. การสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัล													28,600	อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล นายณัฐนันท์ อินดี	การ ปฏิบัติการ
7. การอบรมปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับการตลาดดิจิทัล													14,700	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตธนนันท์ อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล	การบรรยาย การ ปฏิบัติการ
เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ ดำเนินงาน
8. การอบรมและถ่ายทอดองค์การดำเนินงานตามคู่มือกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และจัดทำคู่มือการปฏิบัติการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ดและการควบคุมคุณภาพ													18,300	ดร.บรรจบพร อินดี ผศ.กษิรา นิตธนนันท์ อ.ศุภลักษณ์ ฉินตระกูล	การบรรยาย
สรุปงบประมาณ													208,400		

13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ :

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายในแต่ละปี		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	25		
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (ระบุรายละเอียดองค์ความรู้เทคโนโลยี)	เรื่อง			
-การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงอบแห้ง		1		
-การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงสำเร็จรูปพร้อมปรุง			1	
-กระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ดด้วย วทน.		1		
-การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ และข้อมูลฉลากโภชนาการ และการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์		1		
-การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์		1	1	
-การสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัล		1	1	
-การจัดทำแผนธุรกิจสำหรับการตลาดดิจิทัล		1	1	
-จัดทำคู่มือการปฏิบัติการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ดและการควบคุมคุณภาพ		1	1	
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3	

4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	90	90	
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	25	25	
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	เท่า	1	1	
7. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่	ผลิตภัณฑ์	1	1	
8. ร้อยละของผู้รับบริการที่นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ไม่น้อยกว่า	ร้อยละ	60	60	
9. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.	ผลิตภัณฑ์	1	1	

14. หน่วยงานสนับสนุน :

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน ระบุชื่อหน่วยงานที่ร่วมให้การสนับสนุนโครงการ	รูปแบบการสนับสนุน ระบุรูปแบบของการสนับสนุน เช่น งบประมาณ อาคารสถานที่ วิทยากร การจัดกิจกรรม ฯลฯ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	- สนับสนุนอาคารสถานที่ในการจัดประชุม - จัดหาวิทยากรให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจ
สำนักงานเกษตรอำเภอไทรโยค และ สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี	สนับสนุนการให้คำปรึกษาแก่กลุ่มวิสาหกิจ และข้อมูลด้าน ผลผลิตทางการเกษตร
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี	- สนับสนุนการคำปรึกษาและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์
องค์การบริหารส่วนตำบลสิงห์	- สนับสนุนอาคารสถานที่ในการจัดประชุม - ให้คำปรึกษาแก่กลุ่มวิสาหกิจ และข้อมูลด้านผลผลิตทาง การเกษตร

15. ผลกระทบ : (แสดงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการทั้งที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการ)

15.1 เศรษฐกิจ

เพิ่มรายได้ (แสดงรายการ วิธีการหารายได้จากการนำองค์ความรู้/เทคโนโลยีไปพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการ) โปรตรระบุ

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม ทำให้สามารถผลิตควบคุมคุณภาพ และลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตได้อย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ได้รับการยกระดับสู่มาตรฐานเชิงพาณิชย์ มีคุณภาพคงที่ ปลอดภัย และสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าสู่ตลาดระดับสูงขึ้น สามารถเพิ่มรายได้และผลตอบแทนให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

ลดรายจ่าย (แสดงรายการ วิธีการที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการเมื่อได้นำองค์ความรู้/เทคโนโลยีไปปรับใช้ในการประกอบธุรกิจ) โปรตรระบุ

15.2 สังคม (ผลกระทบของธุรกิจในด้านสังคม เช่น การพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน เพิ่มอัตราการจ้างงานในชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดูแลกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ เป็นต้น) โปรตรระบุ

1. สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความรู้ในการใช้ วนน. เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนและเกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม ทำให้ชุมชนสามารถควบคุมคุณภาพ และลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตได้อย่างยั่งยืน

2. สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ และผู้ปลูกวัตถุดิบในพื้นที่ ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

3. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ ซึ่งเป็นผู้สูงอายุ มีสุขภาพดีขึ้นทั้งทางร่างกายและจิตใจ จากการได้มาทำกิจกรรมร่วมกันในกระบวนการเตรียมวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง

15.3 สิ่งแวดล้อม (ผลกระทบของธุรกิจในด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลดปัญหามลพิษ การจัดการขยะ การเพิ่มพื้นที่ป่า การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น) โปรตระกูล

ชุมชนมีการบริหารจัดการทรัพยากรในพื้นที่ และสามารถใช้ทรัพยากรเพื่อการสร้างมูลค่าได้ในระดับที่สูงขึ้น

16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน :

จำนวนทั้งสิ้น317,700..... บาท (รวมทุกปีที่ได้รับงบประมาณ)

ปีที่ 1 พ.ศ.....2569.....จำนวน.....208,400..... บาท

ปีที่ 2 พ.ศ.....2570.....จำนวน.....109,300..... บาท

ปีที่ 3 พ.ศ.....จำนวน..... บาท

รายการงบประมาณ ดังนี้

(คำอธิบาย : แยกแยะเฉพาะปีงบประมาณที่ขอรับการสนับสนุนในปีปัจจุบัน โดยให้แจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการดำเนินโครงการรายกิจกรรมที่ตรงกับข้อ 12.2 โดยจัดทำ เป็นงบตัวคูณ [ราคาต่อหน่วย: จำนวนคน/ครั้ง/วัน/ชิ้น] โดยใช้ระเบียบและอัตราของทางราชการ)

ปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 208,400 บาท ประกอบด้วย
ตัวอย่างการแจกแจงงบประมาณตัวคูณ (แจกแจงเป็นรายการกิจกรรมตามข้อ 12.2)

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย	รวมเงิน
1. การวิเคราะห์สถานภาพปัจจุบันคุณภาพผลิตภัณฑ์	-ค่าตอบแทนวิทยากร	2 คน * 6 ชม.	600	7,200
	-ค่าอาหารกลางวัน	30 คน	100	3,000
	-ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	2 มื้อ * 30 คน	35	2,100
	-ค่าจ้างเหมาจัดทำเอกสารสำรวจและวิเคราะห์ปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าปัจจุบัน	1 งาน	5,000	5,000
	-ค่าวัสดุวิทยาศาสตร์ และค่าวัสดุงานบ้านงานครัว	1 งาน	6,300	6,300

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงอบแห้ง กระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ดด้วยวทน.	-ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญในการถ่ายทอดเทคโนโลยี	2 คน * 6 ชม.	600	7,200
	-ค่าวัสดุวิทยาศาสตร์ และค่าวัสดุงานบ้านงานครัว (การพัฒนา น้ำพริกแกงอบแห้ง และทดสอบการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ด)	2 งาน	8,000	16,000
	-ค่าจ้างเหมาเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจผู้บริโภคผลิตภัณฑ์พริกแกงอบแห้ง (sensory test)	1 งาน	3,000	3,000
	-ค่าวัสดุดิบ	1 งาน	5,000	5,000
3. การอบรมและถ่ายทอด องค์ความรู้เพื่อการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	-ค่าตอบแทนวิทยากร	2 คน * 6 ชม.	600	7,200
	-ค่าอาหารกลางวัน	30 คน	100	3,000
	-ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	2 มื้อ * 30 คน	35	2,100
	-ค่าเอกสารประกอบการอบรม	30 ชุด	30	900
	-ค่าวัสดุสำนักงาน/วัสดุประกอบการอบรม เช่น ปากกา กระดาษ กระเป๋าเอกสาร ฯลฯ	1 ครั้ง	1,500	1,500
กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย	รวมเงิน
4. การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ และข้อมูลฉลากโภชนาการ และขอมาตรฐาน อย.	-ค่าวัสดุวิทยาศาสตร์ และค่าวัสดุงานบ้านงานครัว	1 งาน	5,000	5,000
	-ค่าวัสดุดิบ	1 งาน	5,000	5,000
	-ค่าจ้างเหมาวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ (ฉลากโภชนาการ) ประกอบด้วย ชนิดและปริมาณของสารอาหาร, วิตามิน และแร่ธาตุ รวมถึงการจัดทำฉลากตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด	1 ผลิตภัณฑ์	7,500	7,500
	-ค่าจ้างวิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และสารปนเปื้อนตามประกาศของผลิตภัณฑ์ เพื่อเช็คค่าจุลชีวะวิทยา (TVC, coliform, Salmonella ถ้าจำเป็น) และทดสอบ water activity (aw) และความชื้นเพื่อประเมิน shelf life	1 ผลิตภัณฑ์	5,000	5,000
	-ค่าตอบแทนวิทยากรภายใน ในการให้คำปรึกษา และร่วมปรึกษา	3 คน * 6 ชม.	600	10,800
5. การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	-ค่าจัดทำบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	2 ผลิตภัณฑ์	12,000	24,000
	-ค่าวัสดุในการจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์	2 ผลิตภัณฑ์	10,000	20,000
	-ค่าวัสดุเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	1 งาน	10,000	10,000

6. การสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัล	-ค่าจ้างเหมาในการจัดสื่อประชาสัมพันธ์	1 งาน	15,000	15,000
	-ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญในการถ่ายทอดเทคโนโลยี	1 คน * 6 ชม.	600	3,600
7. การอบรมปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับการตลาดดิจิทัล	ค่าตอบแทนวิทยากรในการถ่ายทอดเทคโนโลยี	2 คน * 6 ชม.	600	7,200
	ค่าอาหารกลางวัน	30 คน	100	3,000
	ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	2 มื้อ * 30 คน	35	2,100
	ค่าเอกสารประกอบการอบรม	30 ชุด	30	900
	ค่าวัสดุสำนักงาน/วัสดุประกอบการอบรม เช่น ปากกา กระดาษ กระเป๋าเอกสาร ฯลฯ	1 ครั้ง	1,500	1,500
8. การอบรมและถ่ายทอด องค์การดำเนินงานตามคู่มือกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	ค่าตอบแทนวิทยากร	3 คน * 6 ชม.	600	10,800
	ค่าอาหารกลางวัน	30 คน	100	3,000
	ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	2 มื้อ * 30 คน	35	2,100
	ค่าเอกสารประกอบการอบรม	30 ชุด	30	900
	ค่าวัสดุสำนักงาน/วัสดุประกอบการอบรม เช่น ปากกา กระดาษ กระเป๋าเอกสาร ฯลฯ	1 ครั้ง	1,500	1,500

หมายเหตุ

- ขอความร่วมมือเครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีไม่คิดค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมหักเข้าหน่วยงาน
- ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง เบิกตามระเบียบและอัตราที่ทางราชการกำหนด
- ค่าจ้างออกแบบงานกับบุคคลภายนอก ให้ยึดความประหยัดงบประมาณเป็นหลักและแสดงหลักฐานการจ้างงานชัดเจน
- ค่าจ้างเหมาทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ให้แนบรายละเอียดอัตราค่าบริการ
- ค่าวัสดุ/อุปกรณ์ ค่าวัสดุสำนักงานที่ใช้ในการจัดกิจกรรม ต้องให้รายละเอียดว่ามีวัสดุและอุปกรณ์อะไรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ บางอย่างผู้ประกอบการสามารถรวมออกค่าใช้จ่ายได้หรือไม่
- ค่าวัสดุการเกษตรค่าวัสดุวิทยาศาสตร์และสารเคมี ให้แนบแจงรายละเอียดว่าคืออะไร

17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล : ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการ ดังนี้

- (1) รายงานความก้าวหน้าโครงการผ่านระบบคลินิกเทคโนโลยีออนไลน์ (CMO) รายไตรมาส
- (2) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบสำรวจวัดความพึงพอใจผู้รับบริการในขณะจัดกิจกรรม และผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบติดตามผลการนำไปใช้ประโยชน์หลังสิ้นสุดการดำเนินงานของโครงการ ก่อนจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
- (3) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ B/C ratio ของโครงการ (ระบุที่มาของตัวเลข และแสดงวิธีการคำนวณให้ชัดเจน)
- (4) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์เป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์พร้อมหนังสือนำส่งจากหน่วยงาน ภายใน 15 วันหลังสิ้นสุดปีงบประมาณ (ภายในวันที่ 15 ตุลาคม) หรือนับจากวันสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ (กรณีขอขยายเวลา) ยกเว้นมีเหตุจำเป็น หรือสุดวิสัย โดยต้องแจ้งให้ สป.อว. ทราบล่วงหน้าและต้องระบุเหตุผลไว้ในหนังสือจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ถึง สป.อว. ให้ชัดเจน

(5) การขอขยายเวลา หากคาดว่าโครงการจะไม่สามารถจัดกิจกรรมตามแผนที่วางไว้และมีความจำเป็นต้องขอขยายเวลา ผู้รับผิดชอบโครงการต้องจัดทำหนังสือขอขยายเวลาโดยผู้บริหารหน่วยงานเป็นผู้ลงนาม ในหนังสือถึง ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แจ้งให้ สป.อว. ทราบ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ ไม่เกิน 15 วัน เพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ :

การจัดกิจกรรมหรือการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว วารสาร และสื่ออื่นใด **ต้องมีข้อความและสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนงบประมาณปรากฏทุกครั้ง และโครงการยินดีให้ความร่วมมือเข้าร่วมจัดแสดงผลงานในกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ สป.อว. ร้องขอ พร้อมทั้งทำตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ระบุในคู่มือการดำเนินงาน



(ดร.บรรจบพร อินดี)

ผู้เสนอโครงการ

ตำแหน่ง อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี



แบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ
แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569



เรื่อง ขอเข้าร่วมแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายชื่อสมาชิกของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

ด้วย (ชื่อ นามสกุล) ดร.บรรจบพร อินดี มีความประสงค์ที่จะนำความรู้และงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและความรู้ในการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์

ที่ตั้งสถานประกอบการ เลขที่ 155 หมู่ที่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

พิกัดละติจูด : 14.0834811

ลองติจูด: 99.2268667

ชื่อประธาน นายยอด อัมพลับ

เบอร์โทร 095 682 4958

ชื่อผู้ประสานงาน นายยอด อัมพลับ

เบอร์โทร 095 682 4958

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประกอบการ

รูปแบบธุรกิจ ☐ ผู้ประกอบการรายเดียว ☐ หุ้นส่วน/ห้างหุ้นส่วน จำกัด ☐ บริษัทจำกัด

☐ ผู้ประกอบการ OTOP ☒ วิสาหกิจชุมชน ☐ สหกรณ์ ☐ กลุ่มอาชีพ

☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ยังไม่จดทะเบียน ☐ ผู้ประกอบการรายเดียว

จำนวนสมาชิกปัจจุบัน 38 คน ปีที่ก่อตั้ง 2557 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปี ทุนจดทะเบียน -

บาท

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่

- ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำพริกแกงเผ็ด ยอดขายต่อเดือน 150 กิโลกรัม รายได้ต่อเดือน 15,000

บาท

- ชื่อผลิตภัณฑ์ กลัวยตาก ยอดขายต่อเดือน 100 กิโลกรัม รายได้ต่อเดือน 12,000

บาท

กลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าประจำ และผู้ประกอบการที่นำน้ำพริกแกงไปขายต่อ เป็นลูกค้าจากจังหวัด ราชบุรี นครปฐม และระยอง

แหล่งจำหน่ายสินค้า (ออฟไลน์/ออนไลน์) จำหน่ายในชุมชน ร่วมออกบูทกับหน่วยงานราชการ ได้แก่ สำนักงาน

พัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด

ส่วนที่ 3 ประเด็นความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการ

ระบุประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น และความต้องการในการพัฒนา

ปัญหาที่เกิดขึ้น	ความต้องการด้าน วัฒน.
1. ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค 2. ผลิตภัณฑ์ยังมีอายุการเก็บรักษาสั้น 3. ชนิดของผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย 4. บรรจุภัณฑ์ ยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค 5. ช่องทางการตลาดยังเป็นการตลาดในท้องถิ่น	1. ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด 2. พัฒนาระบบการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ 3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่บนสายผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด และตอบพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น แปรรูปเป็นน้ำพริกแกงเผ็ดอบแห้ง เพื่อให้มีอายุการเก็บรักษานานขึ้น หรือ น้ำแกงเผ็ดสำเร็จรูปพร้อมปรุง เพื่อความสะดวกในการทำอาหารมากขึ้น 4. บรรจุภัณฑ์ และสร้างแบรนด์ที่เหมาะสมกับตลาด 5. พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และการจำหน่ายเชิงพาณิชย์

ลงชื่อ



(ดร.บรรจบพร อินดี)

หมายเลขโทรศัพท์ 081 8370991

ผู้สำรวจข้อมูล

วันที่ 25 / พ.ย. / 2568

ลงชื่อ



(นายยอด อัมพล)

หมายเลขโทรศัพท์ 095 682 4958

ผู้ให้ข้อมูล

วันที่ 25 / พ.ย. / 2568

รายชื่อสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์
ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่
1.	นายยอด อิมพลับ	155 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
2.	นายศักดิ์ชาย เสงี่ยมไพศาล	1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
3.	นายประสิทธิ์ ห้วยหงษ์ทอง	77/1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
4.	นางบุปผา ลาภเทวี	62/3 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
5.	นายบุญมา อิ่มนุ้ย	157 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
6.	นางบุญไพร อิ่มนุ้ย	181 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
7.	นายสมศักดิ์ เกียรติวนาภูมิ	199 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
8.	นางสำเนียง มุลสวัสดิ์	92 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
9.	นางสาวสายฝน รุ่งงาม	10 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
10.	นางสุริยา แจ่มเล็ก	3/2 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
11.	นางพยับ สายทอง	133 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
12.	นางบานชื่น หอมฟุ้ง	79 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
13.	นางสาวพรพิไล อิมพลับ	154 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
14.	นางสวัสดิ์ ศรีมงคล	176 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
15.	นางลำพวน แซ่ตัน	18 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
16.	นางจันทร์พร วงษ์ประเสริฐ	37 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
17.	นางสาววรรณ แซ่ควี่	32 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
18.	นางรุ่งเรือง คิ้วเจริญพร	39/1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
19.	นายจิรวัดน์ พรหมชาติ	145 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
20.	นางศรีไพร ทับทา	194 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
21.	นายต๋น รอดเม่น	186 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
22.	นางสมพร เทียมผูก	84 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
23.	นายประทีม รอดสิน	170 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
24.	นางเบ็จวรรณ ห้วยหงษ์ทอง	109 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
25.	นางสาวสุวรรณา ชมภูวรัช	175/1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
26.	นางสาวเรณู กลิ่นขจร	98/9 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
27.	นางสาวเรไร กลิ่นขจร	198 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่
28.	นางทองพิน เกียรติชนะศิริ	188/2 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
29.	นางทองใบ แก้วซัง	17 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
30.	นายไชยพัฒน์ มีตา	169 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
31.	นายสายันต์ แสงเคลือบ	128 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
32.	นายวีระชาติ คิ้วเจริญพร	155 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
33.	นางบาง นกตารา	59 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
34.	นางสำเนียง สุขภาพ	16/1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
35.	นายแดง กาวหอม	85/1 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
36.	นางเสมียน รงค์ฤทธิไกร	78 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
37.	นางสาวเมือง วรวงศ์	156 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
38.	นายเปลื้อง ชมภูธวัช	175 หมู่ 2 ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 2 การดำเนินงาน

การวิเคราะห์สถานภาพปัจจุบัน (Baseline Assessment)

1. ขั้นตอนและวิธีการรวบรวมข้อมูล

การดำเนินงานออกเป็น 3 ประเด็นหลัก เพื่อให้ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และคุณภาพผลิตภัณฑ์

ก. การวิเคราะห์กระบวนการผลิตและมาตรฐาน (Production Audit)

เป้าหมาย : ดำเนินการประเมินความสะอาด กระบวนการผลิต มาตรฐาน GMP/HACCP หรือมาตรฐาน อย. เพื่อระบุจุดเสี่ยงและโอกาสในการปรับปรุง

วิธีการ : การสังเกตการณ์เชิงลึก (Direct Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ผลิต

ข. การวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality Analysis)

เป้าหมาย : ประเมินคุณลักษณะทางกายภาพ เคมี และจุลชีววิทยา รวมถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

วิธีการ : การวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการและการทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation)

ค. การวิเคราะห์สถานะการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย (Market & Consumer Insights)

เป้าหมาย : เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค คู่แข่ง และช่องทางการจัดจำหน่าย

วิธีการ : การสำรวจแบบสอบถาม (Survey) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

2. เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล (Research Tools)

มิติการวิเคราะห์	เครื่องมือที่ใช้ (Tool)	สิ่งที่ต้องเตรียม
กระบวนการผลิต	Checklist (GMP/HACCP)	แบบฟอร์มประเมินสถานที่ผลิตตามเกณฑ์ อย.
คุณภาพผลิตภัณฑ์	Sensory Profile Test	แบบทดสอบการประเมินค่าความชอบ (9-Point Hedonic Scale)
คุณภาพเชิงเทคนิค	Laboratory Analysis	การทดสอบค่า (Water Activity), ความชื้น, ปริมาณเกลือ, จุลินทรีย์
พฤติกรรมผู้บริโภค	Structured Questionnaire	แบบสอบถาม (รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และราคาที่ยอมรับได้)
จุดแข็ง-จุดอ่อน	SWOT Analysis	กรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

3. จุดเน้นในเก็บข้อมูล

1. การศึกษาเอกลักษณ์ทางวัตถุดิบ (Local Context) มีวัตถุดิบใดในพื้นที่ (เช่น พริก สมุนไพรท้องถิ่น) ที่สามารถสร้าง "Storytelling" เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างจากน้ำพริกแกงเผ็ดทั่วไปในท้องตลาดได้

2. การวิเคราะห์อายุการเก็บรักษา (Shelf-life Study) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่า หากสามารถ ยืดอายุการเก็บรักษาได้โดยไม่ใช้สารกันเสีย จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการขยายช่องทางการจำหน่าย สู่ระดับ ประเทศได้ทันที

3. บรรจุกัญท์ (Packaging Engineering) ใช้เครื่องมือ Focus Group เพื่อสอบถามผู้บริโภค ว่าบรรจุกัญท์ แบบใดที่ตอบโจทย์ความสะดวกและการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ดีที่สุดในปัจจุบัน

3. แผนการดำเนินการ (Methodology)

เพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งด้าน “ตัวผลิตภัณฑ์” และ “กระบวนการผลิต” ได้ใช้การประเมินแบบ 360 องศา

1. การสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ (Field Survey) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบจนถึงขั้นตอนการบรรจุ

2. การวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ (Laboratory Testing) ส่งตัวอย่างตรวจวิเคราะห์เพื่อใช้เป็น “ค่ามาตรฐาน (Baseline)”

3. การประเมินจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Assessment) จัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ผลิตตัวแทนจำหน่าย และผู้บริโภคในพื้นที่

ตารางเครื่องมือและประเด็นการรวบรวมข้อมูล (Research Tools Matrix)

ขั้นตอน	เครื่องมือวิจัย	วัตถุประสงค์การเก็บข้อมูล
วิเคราะห์กระบวนการผลิต	แบบฟอร์มบันทึกการผลิต (Process Mapping)	บันทึกขั้นตอนการผลิตจริงเปรียบเทียบกับมาตรฐาน GMP
วิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์	ใบส่งตรวจวิเคราะห์ (Lab Request)	ตรวจค่าความชื้น, ค่า pH, , และปริมาณจุลินทรีย์ (เพื่อยืนยันความปลอดภัย)
ประเมินประสาทสัมผัส	แบบทดสอบความพึงพอใจ (Sensory Test)	ใช้ 9-Point Hedonic Scale กับผู้บริโภค 30-50 คน ประเมิน: สี, กลิ่น, รสชาติ, ความละเอียด
วิเคราะห์ต้นทุน/การจัดการ	แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Interview Guide)	เจาะลึกปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบ (พริก, สมุนไพร) ในพื้นที่ไทรโยค
การมีส่วนร่วม	Focus Group Discussion (FGD)	ระดมสมองกับชาวบ้านถึง "เอกลักษณ์" หรือ "Story" ของน้ำพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์

4. การออกแบบเครื่องมือ

ก. แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Sensory Test Form) ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก

1. ความสมดุลของรสชาติ ความเผ็ด, ความเค็ม, และความกลมกล่อมของเครื่องแกง
2. เอกลักษณ์ของกลิ่น กลิ่นสมุนไพรสด (ความแตกต่างจากการใช้เครื่องแกงโรงงาน)
3. ความสะดวกในการนำไปใช้ ความละเอียดของพริกแกง การละลายตัวในน้ำกะทิ
4. ความพึงพอใจโดยรวม (Overall Liking)

ข. เครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ (Value Chain Analysis) ใช้แนวทาง “Supply Chain Mapping” เพื่อดูว่า

1. วัตถุดิบใน ต.สิงห์ อ.ไทรโยค มีความโดดเด่นอย่างไร (เช่น พริกพื้นถิ่นที่มีความเผ็ดเฉพาะตัว)
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีข้อจำกัดด้านเครื่องมือหรือไม่ (เช่น เครื่องโม่พริก, เครื่องซีลสุญญากาศ)

5. การเก็บข้อมูลควบคู่ไปกับการทำกิจกรรม (Action Research)

1. Pre-test/post-test ก่อนปรับปรุงสูตรหรือกระบวนการ ให้ทำแบบทดสอบ Sensory Test ไว้เป็นข้อมูลตั้งต้น เพื่อใช้เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงแล้วในอนาคต
2. Product Passport จัดทำ “สมุดบันทึกคุณภาพ” เพื่อเก็บประวัติการผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งจะเป็นรากฐาน สำหรับการขอรับรองมาตรฐาน ออย. หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

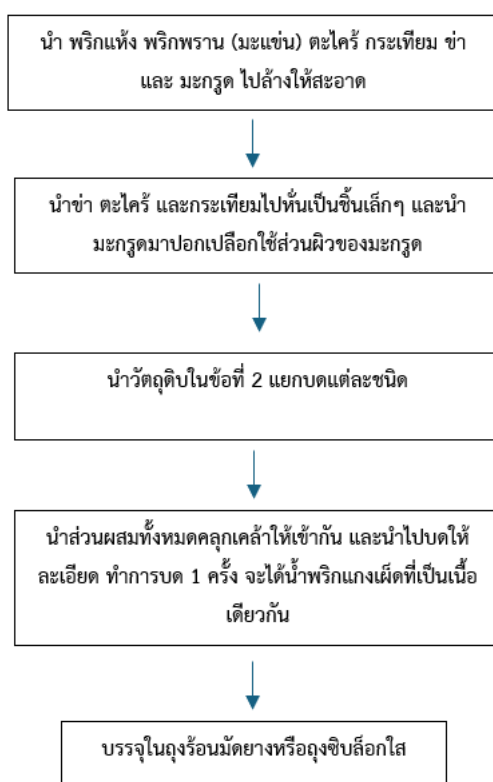
พัฒนากระบวนการ การผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ดด้วย วทน.

ผลการดำเนินงาน คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจเพื่อประชุมหารือกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ด และการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน อย. จากการประชุมสรุปประเด็นได้ดังนี้

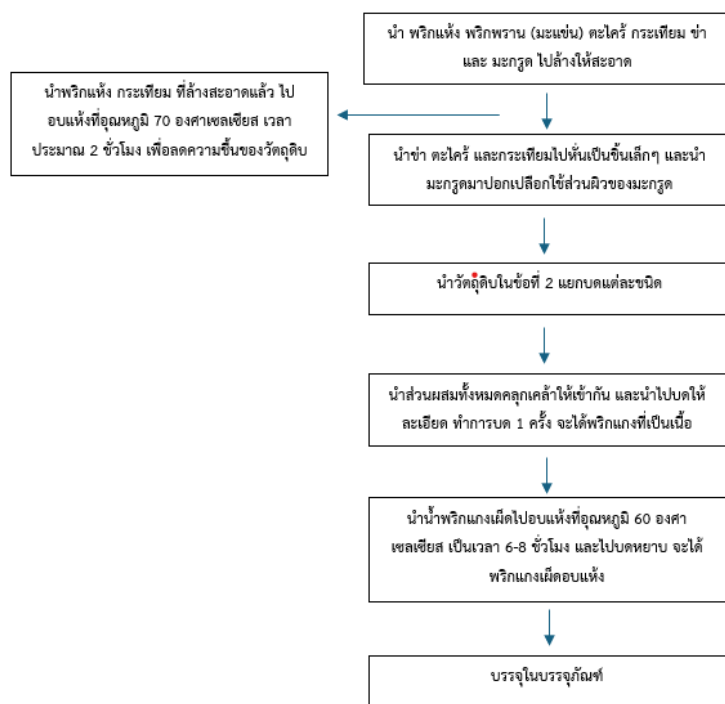
1. ด้านกระบวนการผลิต การปรับกระบวนการผลิตในบางขั้นตอนเพื่อลดความเสี่ยงการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ รวมถึงการคัดเลือกที่มาของวัตถุดิบที่ในการผลิตต้องแหล่งที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

2. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการ ได้แก่ พริกแกงเผ็ดผง และพริกแกงเผ็ดที่ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยการให้ความร้อนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เพิ่มขึ้น

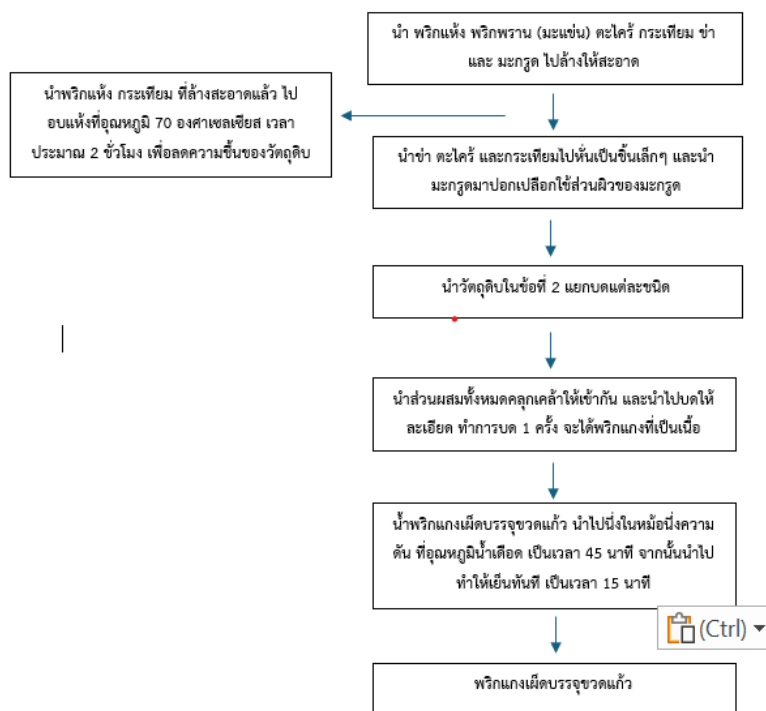
คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปรับปรุงกระบวนการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม การปรับขั้นตอนการผลิต ในขั้นตอนการผลิตที่มีการปรับปรุง เพิ่มในส่วนการนำพริกแห้ง กระเทียม ล้างให้สะอาด และนำไปอบที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เพื่อเป็นการลดจำนวนจุลินทรีย์ที่อาจจะปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิตเดิม แสดงดังภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตปรับปรุงและผลิตพริกแกงเผ็ดผง แสดงดังภาพที่ 2 และขั้นตอนการผลิตพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ แสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 1 : ขั้นตอนการผลิตเดิม



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการผลิตพริกแกงเผ็ดอบแห้ง (ปรับปรุง)



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ





การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ และข้อมูลฉลากโภชนาการ และขอมาตรฐาน อย.

คณะผู้วิจัย นำตัวอย่างพริกแกงเผ็ดเพื่อวิเคราะห์ ข้อมูลโภชนาการ ได้ผลการวิเคราะห์ฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ด แสดงดังภาพที่ 4



บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด
Central Laboratory (Thailand) Co., Ltd.
สาขากรุงเทพ: 2179 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
Bangkok Branch: 2179 Phaholyothin Road, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand
Tel: (662) 940 6881-3 Ext. 164, 202, 204, 218 Fax: (662) 579 4895
http://www.centralabthai.com เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105546096453




ISO/IEC 17025
Accreditation No. 105147

Central Lab
One Stop & Fast Services

วันที่ออกรายงาน 10 กรกฎาคม 2569

เลขที่รายงาน TRBK69/51339

หน้า 02/03

รายงานผลการทดสอบ

ข้อมูลโภชนาการ

กินได้ ประมาณ 33 ครั้ง ต่อซอง

คุณค่าทางโภชนาการต่อการกินหนึ่งครั้ง : 1 ซ้อนโต๊ะ (15 กรัม)

พลังงาน	20 กิโลแคลอรี
ร้อยละของค่าอ้างอิงต่อวัน*	
ไขมันทั้งหมด 0.5 ก.	1%
ไขมันอิ่มตัว 0 ก.	0%
คอเลสเตอรอล 0 มก.	0%
โปรตีน น้อยกว่า 1 ก.	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 3 ก.	1%
น้ำตาลทั้งหมด น้อยกว่า 1 ก.	
โซเดียม 230 มก.	12%
โพแทสเซียม 90 มก.	3%

*ร้อยละของค่าอ้างอิงสารอาหารต่อวันสำหรับคนไทย จากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี



บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด
Central Laboratory (Thailand) Co., Ltd.
สาขากรุงเทพ: 2179 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
Bangkok Branch: 2179 Phaholyothin Road, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand
Tel: (662) 940 6881-3 Ext. 164, 202, 204, 218 Fax: (662) 579 4895
http://www.centralabthai.com เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105546096453




ISO/IEC 17025
Accreditation No. 105147

Central Lab
One Stop & Fast Services

วันที่ออกรายงาน 10 กรกฎาคม 2569

เลขที่รายงาน TRBK69/51339

หน้า 03/03

รายงานผลการทดสอบ

คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 ซอง

ควรแบ่งกิน ประมาณ 33 ครั้ง

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
660	18	16	7,590
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
*33%	*28%	*25%	*380%

* คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน

~End of Report~



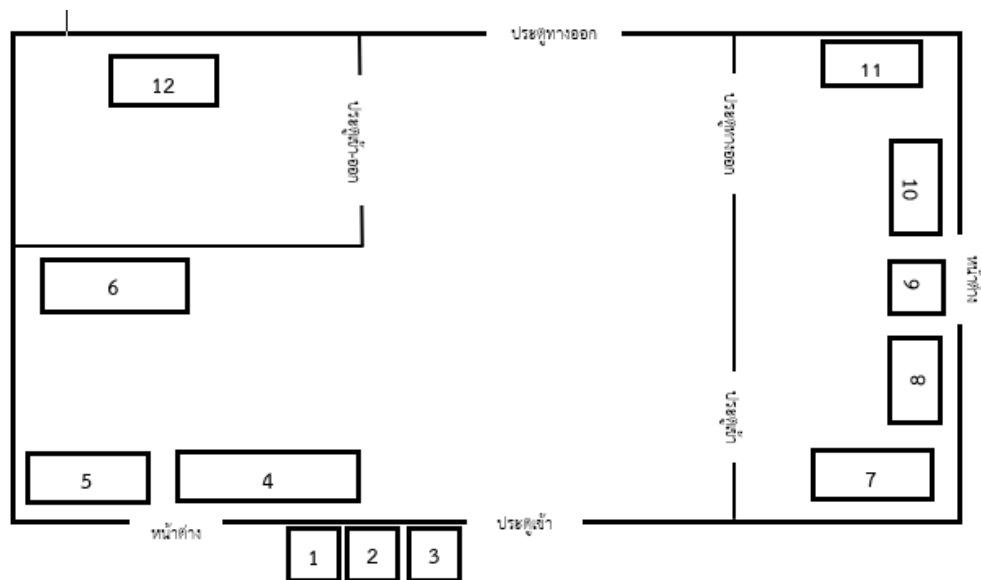
นุศศิรินทร์ นุศศิรินทร์
(นางสาวนุศศิรินทร์ นุศศิรินทร์)
ผู้ควบคุมคุณภาพ

บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด สาขากรุงเทพ

CERTIFIED

ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ฉลากโภชนาการ

คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้จัดทำแผนผังกระบวนการผลิต เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนการขออนุญาตสถานที่ผลิต และการขอเลขสารบบอาหาร แผนผังกระบวนการผลิตในอาคารการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แสดงดังภาพที่ 5 ผลการดำเนินงานการขออนุญาตฐาน อย. อยู่ระหว่างขั้นตอนการยื่นเอกสารการขอประเมินสถานที่ผลิต



- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1 = อ่างล้างมือ | 2 = บริเวณเปลี่ยนชุดพนักงาน |
| 3 = ชั้นวางรองเท้า | 4 = ซิงค์ล้างวัตถุดิบและอุปกรณ์ |
| 5 = ชั้นเก็บอุปกรณ์ | 6 = โต๊ะเตรียมวัตถุดิบ |
| 7 = โต๊ะวางวัตถุดิบ | 8 = โต๊ะผลิต |
| 9 = เครื่องบดพริกแกง | 10 = โต๊ะบรรจุ |
| 11 = ชั้นเก็บบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์ | 12 = ห้องเก็บผลิตภัณฑ์ |

ภาพที่ 5 แผนผังสถานที่ผลิตพริกแกงเผ็ด

การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ถ่ายทอด องค์ความรู้เพื่อการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดโครงการ ได้ทำการประเมินความพึงพอใจในด้านต่างๆ

1. ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 เพศ กลุ่มวิชาชีพที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนทั้งหมด 38 คน เป็นเพศชายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 34.21 เป็นเพศหญิงจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 65.79

2. ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการ

การประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม ได้ทำการประเมินความพึงพอใจในด้านต่างๆ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านวิทยากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยระดับความพึงพอใจจำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 0.00 – 1.50 หมายถึง การดำเนินงานต้องปรับปรุงเร่งด่วน
- ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง การดำเนินงานต้องปรับปรุง
- ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง การดำเนินงานระดับพอใช้
- ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง การดำเนินงานระดับดี
- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง การดำเนินงานระดับดีมาก

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมในด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน แสดงในตารางที่ 1 โดยมีรายละเอียดผลการประเมินดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการในด้านต่างๆ

ลำดับที่	รายการประเมิน	ความพึงพอใจ	ผลการดำเนินงาน
1	ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	4.82	ดีมาก
2	ด้านวิทยากร	4.74	ดีมาก
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.84	ดีมาก
4	ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	4.66	ดีมาก
ผลรวมการประเมิน		4.77	ดีมาก

3. ความพึงพอใจในร่วมกิจกรรมแต่ละด้าน

3.1 ความพึงพอใจด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ จำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด ซึ่งสามารถสรุปความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการด้านวิทยากรในประเด็นต่างๆ ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ผลการดำเนินงาน
1. มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างชัดเจนและทั่วถึง	4.84	ดีมาก
2. ความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.79	ดีมาก
3. ระยะเวลาการอบรมเหมาะสมกับเนื้อหา	4.89	ดีมาก
ผลรวมการประเมิน	4.84	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการในประเด็นต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ระยะเวลาการอบรมเหมาะสมกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 (การดำเนินงานระดับดีมาก) มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างชัดเจนและทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 (การดำเนินงานระดับดีมาก) และความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 (การดำเนินงานระดับดีมาก) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการในทุกๆ ประเด็นอยู่ที่ 4.84 ซึ่งจัดว่ามีผลการดำเนินงานในระดับดีมาก

3.2 ความพึงพอใจด้านวิทยากร

ระดับความพึงพอใจด้านวิทยากรจำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด ซึ่งสามารถสรุปความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการด้านวิทยากรในประเด็นต่างๆ ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านวิทยากร

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ผลการดำเนินงาน
1. วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ	4.66	ดีมาก
2. วิทยากรมีวิธีบรรยายที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายและน่าสนใจ	4.71	ดีมาก
ผลรวมการประเมิน	4.68	ดีมาก

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านวิทยากร ในประเด็นต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ วิทยากรมีวิธีบรรยายที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 (การดำเนินงานระดับดีมาก) และวิทยากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 (การดำเนินงานระดับดีมาก) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านวิทยากร ประเด็นอยู่ที่ 4.68 ซึ่งจัดว่ามีผลการดำเนินงานในระดับดีมาก

3.3 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด ซึ่งสามารถสรุปความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในประเด็นต่างๆ ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ผลการดำเนินงาน
1. เอกสารประกอบ / วัสดุ อุปกรณ์ มีเพียงพอต่อความต้องการ	4.87	ดีมาก
2. สถานที่จัดอบรม สะอาด เป็นระเบียบ	4.82	ดีมาก
ผลรวมการประเมิน	4.85	ดีมาก

จากตารางที่ 4 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในประเด็นต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ สถานที่จัดอบรม สะอาด เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 (การดำเนินงานระดับดีมาก) และเอกสารประกอบ / วัสดุ อุปกรณ์ มีเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 (การดำเนินงานระดับดีมาก) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประเด็นอยู่ที่ 4.85 ซึ่งจัดว่ามีผลการดำเนินงานในระดับดีมาก

3.4 ความพึงพอใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์

ระดับความพึงพอใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์ จำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด ซึ่งสามารถสรุปความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการด้านการนำไปใช้ประโยชน์ในประเด็นต่างๆ ได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านการนำไปใช้ประโยชน์

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ผลการดำเนินงาน
1. ได้รับความรู้ไปพัฒนาตนเอง ก่อให้เกิดอาชีพ สร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชนของตนเองได้	4.82	ดีมาก
2. สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ ถ่ายทอดแก่ชุมชนได้	4.79	ดีมาก
ผลรวมการประเมิน	4.79	ดีมาก

จากตารางที่ 4 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ในประเด็นต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ได้รับความรู้ไปพัฒนาตนเอง ก่อให้เกิดอาชีพ สร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชนของตนเองได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 (การดำเนินงานระดับดีมาก) และสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ ถ่ายทอดแก่ชุมชนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 (การดำเนินงานระดับดีมาก) และ เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ประเด็นอยู่ที่ 4.79 ซึ่งจัดว่ามีผลการดำเนินงานในระดับดีมาก

การออกแบบฉลากและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมประชุมออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดแบบผง และพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยการนึ่ง จากการประชุมสรุปได้ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์พริกแกงผง บรรจุภัณฑ์เป็นซองฟลอยด์ และพริกแกงพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยการนึ่งบรรจุขวดแก้ว สำหรับฉลากผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 6-8

พริกแกงเผ็ด
สูตรเข้มข้น จากพริกพราวน และดอกกะเพรา

ผลิตภัณฑ์บ้านวังสิงห์

ตราสิงห์แดง

ส่วนผสมสำคัญ

ตะไคร้	39%
พริกแห้ง	19%
กระเทียม	17%
เครื่องเทศอื่นๆ	14%
กะปิ	11%

วิธีใช้ (พริกแกงสด)

- ใช้พริกแกง 300 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 40 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 10 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม

พลังงาน	ไขมัน	โปรตีน	คาร์โบไฮเดรต
155	15	10	12
(กิโลแคลอรี)	กรัม	กรัม	กรัม
+33%	+28%	+22%	+30%

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ: สารกันบูดในผลิตภัณฑ์

ผลิตโดย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์
เลขที่ 155 หมู่ 2 ต.สิงห์ อ.วังยาง
จ.กาญจนบุรี 71150
โทร. 086-613-7462

พริกแกงเผ็ด
สูตรเข้มข้น จากพริกพราวน และดอกกะเพรา

ผลิตภัณฑ์บ้านวังสิงห์

ตราสิงห์แดง

ส่วนผสมสำคัญ

ตะไคร้	39%
พริกแห้ง	19%
กระเทียม	17%
เครื่องเทศอื่นๆ	14%
กะปิ	11%

วิธีใช้ (พริกแกงสด)

- ใช้พริกแกง 300 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 40 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 10 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม

พลังงาน	ไขมัน	โปรตีน	คาร์โบไฮเดรต
155	15	10	12
(กิโลแคลอรี)	กรัม	กรัม	กรัม
+33%	+28%	+22%	+30%

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ: สารกันบูดในผลิตภัณฑ์

ผลิตโดย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์
เลขที่ 155 หมู่ 2 ต.สิงห์ อ.วังยาง
จ.กาญจนบุรี 71150
โทร. 086-613-7462

พริกแกงเผ็ด
สูตรเข้มข้น จากพริกพราวน และดอกกะเพรา

ผลิตภัณฑ์บ้านวังสิงห์

ตราสิงห์แดง

ส่วนผสมสำคัญ

ตะไคร้	39%
พริกแห้ง	19%
กระเทียม	17%
เครื่องเทศอื่นๆ	14%
กะปิ	11%

วิธีใช้ (พริกแกงสด)

- ใช้พริกแกง 300 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 40 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 10 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม

พลังงาน	ไขมัน	โปรตีน	คาร์โบไฮเดรต
155	15	10	12
(กิโลแคลอรี)	กรัม	กรัม	กรัม
+33%	+28%	+22%	+30%

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ: สารกันบูดในผลิตภัณฑ์

ผลิตโดย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์
เลขที่ 155 หมู่ 2 ต.สิงห์ อ.วังยาง
จ.กาญจนบุรี 71150
โทร. 086-613-7462

พริกแกงเผ็ด
สูตรเข้มข้น จากพริกพราวน และดอกกะเพรา

ผลิตภัณฑ์บ้านวังสิงห์

ตราสิงห์แดง

ส่วนผสมสำคัญ

ตะไคร้	39%
พริกแห้ง	19%
กระเทียม	17%
เครื่องเทศอื่นๆ	14%
กะปิ	11%

วิธีใช้ (พริกแกงสด)

- ใช้พริกแกง 300 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 40 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที
- ใช้พริกแกง 10 กรัม ผสมน้ำ 2 ลิตร ใช้ไฟปานกลาง นึ่งประมาณ 10 นาที

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม

พลังงาน	ไขมัน	โปรตีน	คาร์โบไฮเดรต
155	15	10	12
(กิโลแคลอรี)	กรัม	กรัม	กรัม
+33%	+28%	+22%	+30%

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ: สารกันบูดในผลิตภัณฑ์

ผลิตโดย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์
เลขที่ 155 หมู่ 2 ต.สิงห์ อ.วังยาง
จ.กาญจนบุรี 71150
โทร. 086-613-7462

ภาพที่ 6 ฉลากผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ด



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์พริกแกงผองอบแห้ง



ภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดนี้ฆ่าเชื้อด้วยความร้อน



ภาพที่ 8 กิจกรรมการออกแบบฉากผลิตภัณฑ์

การสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัล

คณะผู้วิจัยร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประชุมและถ่ายคลิปีวิดีโอเพื่อทำสื่อประชาสัมพันธ์ และอบรมการทำแผนธุรกิจสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดสด พริกแกงเผ็ดผง และพริกแกงเผ็ดที่นึ่งฆ่าเชื้อด้วยความร้อน รวมทั้งวางแผนการขยายตลาดในรูปแบบออนไลน์เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดผง และพริกแกงเผ็ดที่นึ่งฆ่าเชื้อด้วยความร้อน

การประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดดิจิทัล ได้ทำการประเมินด้านต่างๆ

1. ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 เพศ กลุ่มวิสาหกิจที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนทั้งหมด 50 คน เป็นเพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 เป็นเพศหญิงจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60

1.2 อายุ ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ช่วงอายุ 41-45 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็น ร้อยละ 44 ช่วงอายุ 46-50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12

1.3 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 พนักงานเอกชน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รับจ้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 แม่บ้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 เกษตรกรรม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22

1.4 รายได้ (ต่อเดือน) รายได้ต่อเดือน ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16

1.5 ความถี่ในการซื้อน้ำพริกแกงเผ็ด

- นานๆ ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8
- เดือนละครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20
- สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38
- เป็นประจำ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34

1.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (ที่รับประทานอาหารร่วมกันในครัวเรือนเป็นประจำ)

- น้อยกว่า 3 คน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22
- 3 – 5 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40
- 6 – 8 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20
- 8 คนขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

1.7 ความถี่ในการประกอบอาหารรับประทานเอง ครั้ง/สัปดาห์

- 1 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14
- 2 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28
- 3 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20
- มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38

1.8 ปกติทานได้น้ำพริกแกงเผ็ดมาจากช่องทางใด

- ทำเอง / ทำเองที่บ้าน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26
- ซื้อแบบสดจากตลาดสด/ตลาดนัด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36
- ซื้อแบบสำเร็จรูป (บรรจุซอง/กระปุก/แช่แข็ง) จากซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 11 คน

คิดเป็นร้อยละ 22

- ซื้อจากร้านขายแกงถุงสำเร็จรูป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16

1.9 ประเภทของน้ำพริกแกงเผ็ดสำเร็จรูปที่ท่านเลือกซื้อบ่อยที่สุด

- แบบแบ่งขายเป็นซีต (ตลาดสด) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 26
- แบบกระปุกพร้อมใช้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26
- แบบซองพร้อมทำแบรนด์ในห้างสรรพสินค้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26

2. ผลการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์

ผลการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาดดิจิทัล ได้ทำการประเมินด้านต่างๆ

ประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ได้ทำการประเมินในด้านต่างๆ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal) ด้านการสื่อสารคุณค่า (Communication Value) ด้านการใช้งาน (Usability) และด้านการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) โดยระดับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จำแนกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 0.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

1. ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal)

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal) ในประเด็นต่างๆ แสดงดังตารางที่ได้ตั้งตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal)

การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. สีสັນบนบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย	4.58	0.49	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาเมื่อวางจำหน่ายบนชั้นวาง	4.28	0.67	เห็นด้วยมาก
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดูพรีเมียมขึ้น	4.38	0.63	เห็นด้วยมาก
4. ราคาของสินค้าเหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.28	0.70	เห็นด้วยมาก
รวม	4.38	0.62	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 6 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal) ในประเด็นต่างๆ พบว่า สีสັນบนบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดูพรีเมียมขึ้น มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.38 บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาเมื่อวางจำหน่ายบนชั้นวาง และราคาของสินค้าเหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ตารางที่ 7 ด้านการสื่อสารคุณค่า (Communication Value)

การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ชื่อผลิตภัณฑ์มองเห็นชัดเจน	4.32	0.65	เห็นด้วยมาก
2. ข้อมูลฉลากอ่านง่าย และมีข้อมูลครบถ้วนตามมาตรฐาน อย.	4.48	0.57	เห็นด้วยมาก
3. ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ท่านเข้าใจเรื่องราวของกลุ่มวิสาหกิจ	4.42	0.57	เห็นด้วยมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารแหล่งที่มาและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์	4.56	0.54	เห็นด้วยมาก
5. ฉลากให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบ/มาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้	4.30	0.58	เห็นด้วยมาก
รวม	4.41	0.58	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 7 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านการสื่อสารคุณค่า (Communication Value) ในประเด็นต่างๆ พบว่า บรรจุกัญท์สามารถสื่อสารแหล่งที่มาและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ข้อมูลฉลากอ่านง่าย และมีข้อมูลครบถ้วนตามมาตรฐาน อยู่ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.48 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ท่านเข้าใจเรื่องราวของกลุ่มวิสาหกิจ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.42 ชื่อผลิตภัณฑ์มองเห็นชัดเจน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ฉลากให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบ/มาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ตารางที่ 8 ด้านการใช้งาน (Usability)

การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. บรรจุกัญท์เปิด-ปิด ใช้งานได้ง่ายและสะดวก	4.52	0.54	เห็นด้วยมากที่สุด
2. วัสดุเหมาะกับการสัมผัสอาหาร และการเก็บรักษาหรือพกพา	4.38	0.60	เห็นด้วยมาก
3. บรรจุกัญท์ปิดผนึกแน่นหนา สามารถป้องกันความชื้น ป้องกันกลิ่นและการสูญเสียกลิ่นหอมของน้ำพริกแกงเผ็ด	4.44	0.64	เห็นด้วยมาก
4. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.36	0.59	เห็นด้วยมาก
5. บรรจุกัญท์สามารถจัดเก็บและขนส่งสะดวก	4.40	0.67	เห็นด้วยมาก
รวม	4.42	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 8 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านการใช้งาน (Usability) ในประเด็นต่างๆ พบว่า บรรจุกัญท์เปิด-ปิด ใช้งานได้ง่ายและสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 บรรจุกัญท์ปิดผนึกแน่นหนา สามารถป้องกันความชื้น ป้องกันกลิ่นและการสูญเสียกลิ่นหอมของน้ำพริกแกงเผ็ด มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 บรรจุกัญท์สามารถจัดเก็บและขนส่งสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 วัสดุเหมาะกับการสัมผัสอาหาร และการเก็บรักษาหรือพกพา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ตารางที่ 9 ด้านการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision)

การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. บรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่าน	4.32	0.55	เห็นด้วยมาก
2. ท่านยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น หากบรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.36	0.59	เห็นด้วยมาก
3. ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดซ้ำในอนาคต	4.44	0.50	เห็นด้วยมาก
4. ท่านมีความยินดีที่จะแนะนำหรือบอกต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดให้แก่ผู้อื่น	4.42	0.57	เห็นด้วยมาก
5. ท่านพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดเพื่อเป็นของฝาก	4.45	0.58	เห็นด้วยมาก
6. ท่านมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด	4.36	0.63	เห็นด้วยมาก
รวม	4.39	0.57	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 9 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) ในประเด็นต่างๆ พบว่า ท่านพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดเพื่อเป็นของฝาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดซ้ำในอนาคต มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 ท่านมีความยินดีที่จะแนะนำหรือบอกต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดให้แก่ผู้อื่น มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ท่านยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นหากบรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้เป็นอย่างดี และท่านมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.บรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่าน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ตารางที่ 10 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Product Image)

การตลาดดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีมาตรฐานการผลิตที่น่าเชื่อถือ	4.36	0.59	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน	4.30	0.54	เห็นด้วยมาก
3. บรรจุภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีภาพลักษณ์ที่ดูพรีเมียม	4.32	0.51	เห็นด้วยมาก
4. ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง	4.24	0.59	เห็นด้วยมาก
5. ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความไว้วางใจ	4.54	0.57	เห็นด้วยมาก
รวม	4.42	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 10 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Product Image) ในประเด็นต่างๆ พบว่า ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความไว้วางใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีมาตรฐานการผลิตที่น่าเชื่อถือ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีภาพลักษณ์ที่ดูพรีเมียม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ตารางที่ 11 แสดงการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ในประเด็นต่างๆ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ชัดเจน และดึงดูดใจเพียงพอที่จะสนับสนุนให้เกิดการบอกต่อหรือรีวิวสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอหรือสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียได้อย่างน่าสนใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น และเอื้อต่อการสร้างคอนเทนต์ภาพถ่ายบนสื่อดิจิทัล มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รูปแบบและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และผลิตภัณฑ์เอื้อต่อการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบดิจิทัลได้เป็นอย่างดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ตารางที่ 11 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การตลาดดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. รูปแบบและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์	4.36	0.56	เห็นด้วยมากที่สุด
2. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น และเอื้อต่อการสร้างคอนเทนต์ภาพถ่ายบนสื่อดิจิทัล	4.42	0.57	เห็นด้วยมาก
3. ผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอหรือสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียได้อย่างน่าสนใจ	4.48	0.57	เห็นด้วยมาก
4. ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ชัดเจน และดึงดูดใจเพียงพอที่จะสนับสนุนให้เกิดการบอกต่อหรือรีวิวนสินค้า	4.53	0.50	เห็นด้วยมาก
5. ผลิตภัณฑ์เอื้อต่อการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบดิจิทัลได้เป็นอย่างดี	4.28	0.60	เห็นด้วยมาก
รวม	4.42	0.60	มากที่สุด

แผนธุรกิจ (Business Model Canvas : BMC)
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังสิงห์

1. Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

1. ตลาดท้องถิ่น/นักท่องเที่ยว ผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์แกงเผ็ดที่มีคุณภาพและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของกาญจนบุรี
2. ร้านอาหาร/โรงแรม ผู้ประกอบการที่ต้องการน้ำพริกแกงเผ็ดที่มีมาตรฐานความสม่ำเสมอ และใบรับรองGMP/อย. เพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์
3. ผู้บริโภคสมัยใหม่ ผู้ที่ใส่ใจในความปลอดภัย (Safety) และต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษานานขึ้น
4. ร้านค้าชุมชน/OTOP/วิสาหกิจเพื่อสังคม

2. Value Propositions (คุณค่าที่ส่งมอบ)

1. คุณภาพและมาตรฐาน น้ำพริกแกงเผ็ดที่มีรสชาติคงที่ (Standardized Quality) และมีการรับรองอย.
2. การันตีคุณภาพด้วยนวัตกรรมการผลิตและควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยและอายุการเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ทันสมัย ใช้งานสะดวก และมีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานขึ้น
3. ความเป็นท้องถิ่น (Authenticity) : รักษาเอกลักษณ์ของเครื่องเทศและรสชาติแบบดั้งเดิมของชุมชน
4. แปรณด์ชุมชนที่ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

3. Channels (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

1. ช่องทางเดิม
 - ร้านของฝาก, ตลาดท้องถิ่น, ร้านค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
 - งานแสดงสินค้า/มหกรรมสินค้า OTOP
 - งานส่งเสริมการท่องเที่ยว และการขายตรงผ่านกลุ่มเครือข่ายชุมชน
2. ช่องทางใหม่ (จากการยกระดับ)
 - การเจรจากับผู้ประกอบการร้านอาหาร/โรงแรม ในจังหวัด
 - ช่องทางออนไลน์/E-commerce (เนื่องจาก Shelf Life ยาวขึ้น)
 - ร้านค้าส่งระดับภูมิภาค

4. Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

1. บริการแบบตัวต่อตัว
 - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น
 - การทำโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำ

- การให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (ตอบคำถาม, รีวิวสินค้า)

2. สร้างความเชื่อมั่น

- ใช้มาตรฐาน GMP/อย. และข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจนในการสื่อสารกับตลาด B2B และผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

- การสร้างแบรนด์และความน่าเชื่อถือด้วยมาตรฐานคุณภาพ
- การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนและงานท้องถิ่น

5. Revenue Streams (กระแสรายได้)

1. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก

- จำหน่ายน้ำพริกแกงเผ็ดบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน (บรรจุถุง/ซอง/กระปุก)
- การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์
- การจำหน่ายในงานแสดงสินค้าและท่องเที่ยว

2. รายได้จากการจำหน่ายขนาดใหญ่ (B2B)

- ยอดขายจากคู่ค้าเชิงพาณิชย์ (ร้านอาหาร/โรงแรม/ร้านค้า OTOP)

3. รายได้จากการเพิ่มมูลค่า การกำหนดราคาที่สูงขึ้นตามคุณภาพและมาตรฐานที่ยกระดับขึ้น

4. รายได้เสริมจากการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (เช่น น้ำพริกแกงพร้อมปรุง, ชุดของฝาก)

6. Key Resources (ทรัพยากรหลัก)

1. ทางกายภาพ

- เครื่องจักร/อุปกรณ์แปรรูปอาหารตามมาตรฐานที่ได้มาตรฐาน (Food Grade)
- พื้นที่ผลิตที่ปรับปรุงตามหลักสุขลักษณะ
- วัตถุดิบพริก เครื่องเทศ และสมุนไพรคุณภาพในท้องถิ่น

2. ทางความรู้

- สูตรมาตรฐาน (Standardized Recipe) คู่มือ SOPs/GMP
- แบนด์และการรับรองมาตรฐานสินค้า (อย., GMP)

3. ทางทรัพยากรมนุษย์

- สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทักษะการผลิต และการควบคุมคุณภาพตามหลัก วทน.
- ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.)

7. Key Activities (กิจกรรมหลัก)

1. การผลิตตามมาตรฐาน

- กระบวนการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ดตาม SOPs และการควบคุมคุณภาพ

2. การพัฒนา

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสร้างแบรนด์
- การสร้างแบรนด์และการตลาดดิจิทัล

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน
- การอบรมและพัฒนาทักษะสมาชิกชุมชน

8. Key Partnerships (พันธมิตรหลัก)

- มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี (สถาบันอุดมศึกษา/ผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยี)
- สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี
- สำนักงานเกษตรอำเภอไทรโยค/จังหวัดกาญจนบุรี (ด้านวัตถุดิบและการเกษตร)
- พาณิชย์จังหวัดกาญจนบุรี
- แพลตฟอร์ม E-commerce (Shopee, Lazada, TikTok Shop)
- ภาคเอกชนผู้สนับสนุนบรรจุภัณฑ์และการตลาด
- ภาครัฐ: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) /หน่วยงานรับรองมาตรฐาน
- คู่ค้าวัตถุดิบ: เกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบในพื้นที่ (เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพต้นน้ำ)

9. Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs):

- ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรที่ซื้อใหม่
- ค่าพัฒนาและบำรุงรักษาช่องทางออนไลน์/สื่อการตลาด

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) :

- ต้นทุนวัตถุดิบ (พริก, เครื่องเทศ, สมุนไพร)
- ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน (ซอง, กระปุก, ฉลาก, โลโก้) (เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพื่อรองรับ

Shelf Life),

- ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและกระจายสินค้า
- ค่าแรงการผลิตและการจัดการ

3. ต้นทุนคุณภาพ :

- ค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์ตัวอย่างเพื่อควบคุมคุณภาพและขอมาตรฐาน
- ค่าอบรม/ที่ปรึกษาด้าน วทน. และการพัฒนาธุรกิจ

คู่มือกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ด
ผลิตภัณฑ์ “ตราสิงห์แดง”
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์
ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

บทนำ

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติมาตรฐาน (Standard Operating Procedures: SOP) ในการผลิตและการควบคุมคุณภาพน้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ในการจัดระบบกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การบันทึกข้อมูล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด โดยเรียบเรียงจากข้อมูลการลงพื้นที่ การวิเคราะห์กระบวนการผลิต การพัฒนากระบวนการลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดผงและพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ ตลอดจนการดำเนินงานด้านฉลาก บรรจุภัณฑ์และการเตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตสถานที่ผลิต และเลขสารบบอาหาร โดยมุ่งเน้นการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่น (เช่น พริกพราวน สมุนไพรพื้นบ้าน) การปรับปรุงสุขลักษณะในกระบวนการผลิตเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอด (พริกแกงเผ็ดอบแห้ง และพริกแกงเผ็ดนึ่งฆ่าเชื้อบรรจุขวดแก้ว) ตลอดจนการเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับรองมาตรฐานอย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

คู่มือนี้เน้นการนำไปใช้จริงในระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงจัดทำในลักษณะ “ขั้นตอนปฏิบัติ-จุดควบคุม-แบบบันทึก-การตรวจสอบ” เพื่อให้สมาชิกสามารถใช้ เป็นเอกสารอ้างอิงร่วมกัน และสามารถ พัฒนาต่อยอดสู่ระบบมาตรฐานที่เกี่ยวข้องได้

วัตถุประสงค์ของคู่มือ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งยกระดับทั้งกระบวนการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญ กับความสะอาด การลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน การคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบ และการเตรียมความพร้อม ต่อมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของคู่มือ

1. เพื่อกำหนดขั้นตอนการผลิตให้เป็นแนวทางเดียวกันสำหรับสมาชิกกลุ่ม
2. เพื่อกำหนดจุดควบคุมคุณภาพตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการบรรจุ
3. เพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนจุลินทรีย์ในกระบวนการผลิต
4. เพื่อสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดผงและพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ
5. เพื่อจัดให้มีระบบบันทึกข้อมูลการผลิตแต่ละครั้งเพื่อใช้ตรวจสอบและสอบย้อนกลับ
6. เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ผลิตและการขอเลขสารบบอาหาร

หลักการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

แนวทางจากการประเมินเดิมให้ความสำคัญกับการประเมินกระบวนการผลิตตามแนวคิด GMP/HACCP การตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ และการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส รวมถึงการจัดทำ Product Passport เพื่อเก็บประวัติการผลิตแต่ละครั้ง

มิติการควบคุม	สิ่งที่ต้องควบคุม	แนวทางปฏิบัติ
วัตถุดิบ	แหล่งที่มาและความสะอาด	เลือกแหล่งวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองตามแนวทางของโครงการ และตรวจสอบสภาพก่อนรับเข้า
สุขลักษณะ	ความสะอาดของพื้นที่ และอุปกรณ์	ทำความสะอาดก่อนและหลังการผลิต และแยกพื้นที่/อุปกรณ์ตามความเหมาะสม
กระบวนการ	ขั้นตอนการล้าง อบ บด/โม่ ผสม และบรรจุ	ปฏิบัติตามขั้นตอนเดียวกันและบันทึกข้อมูลทุกครั้ง
การลดจุลินทรีย์	การอบวัตถุดิบและการนึ่งฆ่าเชื้อ	ผลิตตามกระบวนการที่พัฒนาขึ้น โดยบันทึกอุณหภูมิ/เวลาเมื่อมีการกำหนดในกระบวนการ
ผลิตภัณฑ์	ลักษณะ สี กลิ่น รสชาติ ความละเอียด และความพึงพอใจ	ตรวจสอบด้วยแบบประเมินคุณภาพและการทดสอบทางประสาทสัมผัส
เอกสาร	ข้อมูลประจำรุ่นการผลิต	จัดทำ Product Passport และเก็บผลตรวจที่เกี่ยวข้อง

การเตรียมความพร้อมก่อนการผลิต

1. ตรวจพื้นที่ผลิต

- 1.1 ตรวจความสะอาดของพื้นผิว พื้นที่ทำงาน และบริเวณที่เกี่ยวข้อง
- 1.2 จัดเตรียมอุปกรณ์และภาชนะให้สะอาดและพร้อมใช้งาน
- 1.3 จัดวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบ ลดโอกาสการปนเปื้อนข้าม
- 1.4 ตรวจความพร้อมของเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการผลิตและการบรรจุ

2. ตรวจวัตถุดิบ

รายงานการพัฒนากระบวนการระบุการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบที่ได้รับการรับรอง และได้ปรับกระบวนการโดยนำพริกแห้งและกระเทียมมาล้างให้สะอาดก่อนนำไปอบ

รายการตรวจ	เกณฑ์การปฏิบัติ	บันทึก
แหล่งที่มา	มีข้อมูลแหล่งที่มาและตรวจสอบได้	ชื่อแหล่ง/ผู้จำหน่าย
สภาพวัตถุดิบ	ไม่ผิดปกติและเหมาะสมต่อการผลิต	ผ่าน/ไม่ผ่าน
การล้าง	ล้างพริกแห้งและกระเทียมให้สะอาดตามกระบวนการที่กำหนด	วันเวลา/ผู้ปฏิบัติ
การเตรียมก่อนผลิต	จัดเตรียมแยกเป็นรายการ	จำนวน/น้ำหนัก

ส่วนผสมและสูตรมาตรฐาน (สัดส่วนวัตถุดิบ)

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดตราสิงห์แดง มีส่วนผสมสำคัญตามสัดส่วนมาตรฐาน ดังนี้

1. ตะไคร้ 39%
2. พริกแห้ง 19%
3. กระเทียม 17%
4. เครื่องเทศอื่นๆ (เช่น พริกพราวน/มะแขว่น) 14%
5. กะปิ 11%

ผังสถานที่ผลิตและโซนการปฏิบัติงาน (Facility Layout)

เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสถานที่ผลิต อาคารผลิตของวิสาหกิจชุมชนได้รับการจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่เพื่อป้องกันการปนเปื้อนข้าม (Cross-contamination) ดังนี้

1. อ่างล้างมือ
2. บริเวณเปลี่ยนชุดพนักงาน
3. ชั้นวางรองเท้า
4. ซิงค์ล้างวัตถุดิบและอุปกรณ์
5. ชั้นเก็บอุปกรณ์
6. โต๊ะเตรียมวัตถุดิบ
7. โต๊ะวางวัตถุดิบ
8. โต๊ะผลิต
9. เครื่องบดพริกแกง
10. โต๊ะบรรจุ
11. ชั้นเก็บบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์
12. ห้องเก็บผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนกระบวนการผลิต (Production Processes)

1. ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบเบื้องต้น (ใช้ร่วมกันทุกผลิตภัณฑ์)

1. การล้างทำความสะอาด : นำพริกแห้ง, พริกพราวน (มะแขว่น), ตะไคร้, กระเทียม, ข่า และมะกรูด ไปล้างทำความสะอาดอย่างทั่วถึง

2. การเตรียมชิ้นส่วน : นำข่า ตะไคร้ และกระเทียมมาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ สำหรับมะกรูดให้นำมาปอกเปลือกและใช้เฉพาะส่วนผิว

3. ขั้นตอนการลดความชื้นและลดจุลินทรีย์ (กระบวนการปรับปรุงใหม่) : นำพริกแห้งและกระเทียมที่ล้างสะอาดแล้ว ไปเข้าตู้อบแห้งที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส เป็นเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง เพื่อลดความชื้นและลดจำนวนจุลินทรีย์ที่อาจปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 : พริกแกงเผ็ดอบแห้ง

บรรจุภัณฑ์ : ซองพอยด์

ขั้นตอนการผลิต :

1. นำวัตถุดิบที่ผ่านการเตรียมและอบแห้งแล้ว แยกบดทีละชนิด
2. นำส่วนผสมทั้งหมดมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน จากนั้นนำไปบดให้ละเอียด ทำการบด 1 ครั้ง
จะได้น้ำพริกแกงเผ็ดที่เป็นเนื้อเดียวกัน
3. นำน้ำพริกแกงเผ็ดไป อบแห้งที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 6-8 ชั่วโมง แล้วนำไป
บดหยาบ จะได้เป็น “พริกแกงเผ็ดอบแห้ง”
4. นำไปบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ซองพอยด์ที่สะอาดและปิดผนึกให้สนิท

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 : พริกแกงเผ็ดผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ (แบบเปียกบรรจุขวดแก้ว)

บรรจุภัณฑ์ : ขวดแก้ว

ขั้นตอนการผลิต :

1. นำวัตถุดิบที่เตรียมไว้แยกบดทีละชนิด และนำมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน บดให้ละเอียด 1 ครั้ง
จนเป็นเนื้อเดียวกัน
2. นำน้ำพริกแกงเผ็ดมา บรรจุลงในขวดแก้ว
3. นำไปนึ่งใน หม้อนึ่งความดัน ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 45 นาที
4. นำออกจากหม้อนึ่งแล้ว ทำให้เย็นทันที เป็นเวลา 15 นาที จะได้ผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ด
บรรจุขวดแก้วพร้อมจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 : พริกแกงเผ็ดอบแห้ง

บรรจุภัณฑ์ : ซองพอยด์

ขั้นตอนการผลิต :

1. นำวัตถุดิบที่ผ่านการเตรียมและอบแห้งแล้ว แยกบดทีละชนิด
2. นำส่วนผสมทั้งหมดมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน จากนั้นนำไปบดให้ละเอียด ทำการบด 1 ครั้ง
จะได้น้ำพริกแกงเผ็ดที่เป็นเนื้อเดียวกัน
3. นำน้ำพริกแกงเผ็ดไป อบแห้งที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 6-8 ชั่วโมง แล้วนำไป
บดหยาบ จะได้เป็น “พริกแกงเผ็ดอบแห้ง”
4. นำไปบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ซองพอยด์ที่สะอาดและปิดผนึกให้สนิท

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 : พริกแกงเผ็ดผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ (แบบเปียกบรรจุขวดแก้ว)

บรรจุภัณฑ์ : ขวดแก้ว

ขั้นตอนการผลิต :

1. นำวัตถุดิบที่เตรียมไว้แยกบดทีละชนิด และนำมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน บดให้ละเอียด 1 ครั้ง
จนเป็นเนื้อเดียวกัน

2. นำน้ำพริกแกงเผ็ดมา บรรจุลงในขวดแก้ว
3. นำไปนึ่งใน หม้อนึ่งความดัน ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 45 นาที
4. นำออกจากหม้อนึ่งแล้ว ทำให้เย็นทันที เป็นเวลา 15 นาที จะได้ผลิตภัณฑ์พริกแกงเผ็ดบรรจุ

ขวดแก้วพร้อมจัดจำหน่าย

การควบคุมบรรจุภัณฑ์และฉลาก

การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์พริกแกงอบแห้งใช้ซองฟอยล์ และผลิตภัณฑ์ พริกแกงเผ็ด ที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยการนึ่งใช้ขวดแก้ว

รายการตรวจ	แนวทางควบคุม
ภาชนะ	ใช้รูปแบบที่กำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
ความสะอาด	ตรวจภาชนะก่อนบรรจุ
การปิดผนึก	ตรวจความสมบูรณ์หลังบรรจุ
ฉลาก	ตรวจสอบฉลากให้ตรงกับผลิตภัณฑ์และรุ่นการผลิต
การเชื่อมโยงรุ่นผลิต	กำหนดรหัสรุ่น/วันที่ผลิตให้สัมพันธ์กับ Product Passport

ระบบการบันทึกและสอยย้อนกลับ (Product Passport)

“สมุดบันทึกคุณภาพ” หรือ Product Passport เพื่อเก็บประวัติการผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาระบบคุณภาพและการเตรียมความพร้อมต่อการขอรับรองมาตรฐาน

ข้อมูลที่ต้องบันทึก	ตัวอย่างรายการ
ข้อมูลรุ่นผลิต	วันที่ผลิต รหัสรุ่น ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	แหล่งที่มา ปริมาณ ผลการตรวจรับ
กระบวนการ	ขั้นตอนสำคัญ อุณหภูมิ/เวลาในจุดที่กำหนด
คุณภาพ	ผลตรวจลักษณะผลิตภัณฑ์/ผลห้องปฏิบัติการ
บรรจุภัณฑ์	ชนิดภาชนะ จำนวนที่บรรจุ ผลตรวจการปิดผนึก
การปล่อยผลิตภัณฑ์	ผู้ตรวจสอบและผลผ่าน/ไม่ผ่าน
ข้อผิดพลาด	ปัญหาที่พบและการแก้ไข
การติดตาม	ผลตอบรับ/ข้อร้องเรียน/การดำเนินการแก้ไข

การตรวจประเมินและการปรับปรุงกระบวนการ

ควรประเมินกระบวนการแบบเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงข้อมูลจากการสังเกตการณ์ การตรวจทางห้องปฏิบัติการ การประเมินประสาทสัมผัส และความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ตรวจสอบกระบวนการจริงเทียบกับขั้นตอนในคู่มือ
2. ทบทวนข้อมูล Product Passport ของแต่ละรุ่น

3. ทบทวนผลตรวจคุณภาพและปัญหาที่เกิดขึ้น
4. ระบุจุดที่ต้องปรับปรุงและกำหนดผู้รับผิดชอบ
5. ทดลองปรับปรุงกระบวนการ แล้วเปรียบเทียบผลก่อนและหลัง
6. ปรับปรุงคู่มือเมื่อมีการเปลี่ยนสูตร กระบวนการ หรือบรรจุภัณฑ์

ตัวอย่างแบบฟอร์มสำหรับการบันทึกข้อมูล

แบบฟอร์มที่ 1 ใบตรวจรับวัตถุดิบ

วันที่	วัตถุดิบ	แหล่งที่มา	ปริมาณ	สภาพวัตถุดิบ	ผลตรวจ	ผู้ตรวจ

แบบฟอร์มที่ 2 บันทึกกระบวนการผลิต

รหัสรุ่น	วันที่	ขั้นตอน	อุณหภูมิ	เวลา	ผู้ปฏิบัติ	หมายเหตุ

แบบฟอร์มที่ 3 ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยจำหน่าย

รหัสรุ่น	ลักษณะ/สี	กลิ่น	รสชาติ	ความละเอียด	บรรจุภัณฑ์	ผ่าน/ไม่ผ่าน	ผู้ตรวจ

แบบฟอร์มที่ 4 บันทึกข้อผิดพลาดและการแก้ไข

วันที่	รหัสรุ่น	ปัญหาที่พบ	สาเหตุเบื้องต้น	การแก้ไข	ผลหลังแก้ไข	ผู้รับผิดชอบ

จุดควบคุมระหว่างกระบวนการ

ขั้นตอน	ความเสี่ยง/ประเด็นที่ต้องระวัง	การควบคุม	หลักฐาน
รับวัตถุดิบ	วัตถุดิบไม่เหมาะสม/ปนเปื้อน	ตรวจแหล่งที่มาและสภาพวัตถุดิบ	ใบรับวัตถุดิบ
ล้าง	สิ่งสกปรกตกค้าง	ล้างให้สะอาดและปฏิบัติอย่างถูกสุขลักษณะ	บันทึกการเตรียม
อบ	ลดจุลินทรีย์ไม่เพียงพอหากไม่ควบคุมกระบวนการ	ควบคุมอุณหภูมิ 70 °C ตามกระบวนการที่กำหนด	บันทึกอุณหภูมิ/เวลา
บด	การปนเปื้อนจากอุปกรณ์	ใช้อุปกรณ์สะอาดและตรวจสอบสภาพ ก่อนใช้	Checklist อุปกรณ์
ผสม	สูตรไม่สม่ำเสมอ	ชั่งตามสูตรและบันทึกการการผลิต	Batch record
บรรจุ	การปนเปื้อนหลังการผลิต/การปิดผนึกไม่สมบูรณ์	ตรวจภาชนะและการปิดผนึก	บันทึกการบรรจุ

การควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอน

การตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ระบุในโครงการประกอบด้วย การวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการและการประเมินทางประสาทสัมผัส โดยประเด็นที่ใช้ประเมิน ได้แก่ ความชื้น ค่า pH ปริมาณเกลือ จุลินทรีย์ และคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส

ด้านคุณภาพ	รายการประเมิน	การใช้ผล
กายภาพ	สี กลิ่น ความละเอียด ลักษณะผลิตภัณฑ์	ตรวจสอบความสม่ำเสมอของแต่ละรุ่น
ประสาทสัมผัส	ความสมดุลของความเค็ม ความเค็ม ความกลมกล่อม กลิ่นสมุนไพร ความสะดวกในการใช้ และความพึงพอใจโดยรวม	เปรียบเทียบคุณภาพก่อนและหลังปรับปรุง
เคมี/กายภาพเชิงเทคนิค	ความชื้น ค่า pH ปริมาณเกลือ	ใช้เป็นข้อมูลมาตรฐานพื้นฐาน (Baseline)
จุลชีววิทยา	ปริมาณจุลินทรีย์	ใช้ยืนยันความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

การประเมินทางประสาทสัมผัส

ข้อมูลโครงการกำหนดการใช้ 9-Point Hedonic Scale กับผู้บริโภคระมาณ 30–50 คน โดยประเมินสี กลิ่น รสชาติ และความละเอียด รวมถึงความพึงพอใจโดยรวม

1. จัดทำแบบประเมินให้เหมือนกันทุกครั้งที่ต้องการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์
2. เก็บผลเป็นรายรุ่นและเปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนปรับปรุง (Pre-test) และหลังปรับปรุง (Post-test)

3. ใช้ผลเพื่อประกอบการตัดสินใจเรื่องสูตร คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาต่อไป

ข้อมูลโภชนาการ (ต่อ 1 หน่วยบริโภค)

ขนาดบริโภค : 1 ช้อนโต๊ะ (15 กรัม) (กินได้ประมาณ 33 ครั้งต่อซอง/ขวด)

พลังงานทั้งหมด : 20 กิโลแคลอรี

สารอาหารสำคัญ

1. ไขมันทั้งหมด : 0.5 ก. (1% ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน)
2. โปรตีน : น้อยกว่า 1 ก.
3. คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด : 3 ก. (1% ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน)
4. โซเดียม : 230 มก. (12% ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน)
5. โพแทสเซียม : 90 มก. (3% ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน)

สรุปแนวทางการดำเนินงาน

กระบวนการควบคุมคุณภาพของน้ำพริกแกงเผ็ดบ้านวังสิงห์ ควรดำเนินการเป็นวงจร ตั้งแต่การคัดเลือก และตรวจรับวัตถุดิบ การเตรียมวัตถุดิบ การลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน การผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การบรรจุ การติดฉลาก และการบันทึกข้อมูล หัวใจสำคัญของกระบวนการที่ได้รับการพัฒนาคือการเพิ่มขั้นตอนล้างพริกแห้งและกระเทียม และ การอบ ที่ 70 °C เพื่อช่วยลดจำนวนจุลินทรีย์ที่อาจปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ สำหรับผลิตภัณฑ์ต่อยอด กลุ่มมีแนวทางพัฒนาทั้งพริกแกงเผ็ดผงและพริกแกงเผ็ดที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ โดยพริกแกงผงใช้ซองฟอยล์ และผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการนึ่งใช้ขวดแก้ว ทั้งนี้ค่ากระบวนการเฉพาะ เช่น เวลาในการอบ หรือเงื่อนไขการนึ่งฆ่าเชื้อ ควรกำหนดจากข้อมูลการทดลอง และผลการตรวจวิเคราะห์ ของผลิตภัณฑ์จริง ไม่ควรกำหนดจากการประมาณ ระบบ Product Passport เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำให้การผลิตแต่ละรุ่นมีหลักฐาน สามารถตรวจ สอบย้อนกลับ และใช้ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเตรียมความพร้อม ด้านมาตรฐาน อย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะต่อไป

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการ “การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอยะโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม” คณะผู้ดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ตามแผนที่วางไว้ และสามารถสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ รวมทั้งการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่เหมาะสมและสวยงาม โดนใจผู้บริโภค และอยู่ระหว่างการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน



ภาคผนวก ก

การเก็บข้อมูลแบบมีส่วนร่วมและเป็นระบบ

แบบบันทึกขั้นตอนการผลิต (Process & Standardization Log)

เป้าหมาย: เพื่อหาจุดอ่อนในกระบวนการผลิตและมาตรฐานความปลอดภัย

ข้อมูลทั่วไป

- ☐ วัน/เดือน/ปี เวลาที่เริ่ม-เสร็จ
- ☐ สถานที่ผลิต
- ☐ ชื่อผู้ผลิต/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตารางบันทึกการผลิต (Production Step)

ขั้นตอนการผลิต	เครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ใช้	การจดบันทึก (เวลา/อุณหภูมิ/สัดส่วน)	ข้อสังเกต/ปัญหาที่พบ
1. คัดเลือกวัตถุดิบ			
2. การเตรียม (ล้าง/หั่น)			
3. การโหลก/ปั่น			
4. การบรรจุ			
5. การจัดการเศษเหลือ ทิ้งและการจัดการความ สะอาดพื้นที่			

แบบบันทึกข้อมูลต้นทุนและโอกาสเชิงธุรกิจ (Cost & Market Insight)

เป้าหมาย: เพื่อประเมินต้นทุนแฝงและการขยายตลาด

ข้อมูลต้นทุน (ต่อ 1 รอบการผลิต)

1. ค่าวัตถุดิบหลัก (พริก, สมุนไพร, เครื่องปรุง)บาท
2. ค่าแรง (คนโสด, คนบรรจุ)บาท
3. ค่าบรรจุภัณฑ์และฉลากบาท
4. ค่าเชื้อเพลิง/ไฟฟ้าบาท
- รวมต้นทุนการผลิตต่อรอบบาท

ข้อมูลการจำหน่าย

1. ราคาขายปัจจุบันบาท ต่อ (กรัม/ขีด)
2. กลุ่มลูกค้าหลักคือใคร
3. ปัญหาที่พบในการขาย/ขนส่ง

แบบบันทึกข้อมูลเจาะจง (Probing Matrix) เกี่ยวกับการผลิตน้ำพริกแกงเผ็ด

หัวข้อจุดขาย	คำถามที่ต้องถามให้ได้ (Probing Questions)	สิ่งที่จะได้ (Output)
วัตถุดิบ	พริกที่ใช้เป็นพันธุ์อะไร/ปลูกในพื้นที่ใดของไทย	ข้อมูลสำหรับทำ Storytelling
รสชาติ	ลูกค้ามักชมว่าอะไรที่สูตรระหว่าง เผ็ด/หอม/กลมกล่อม	ข้อมูลการตลาด (Customer Voice)
ความสด	เคยมีปัญหาพริกแกงเสียก่อนเวลาไหม/แก้ด้วยวิธีใด	ข้อมูลเพื่อการจัดการ Shelf-life
ภูมิปัญญา	ขั้นตอนไหนที่ถ้าขาดไป จะไม่ใช่ บ้านวังสิงห์ทันที่	ข้อมูลการรักษาเอกลักษณ์แบรนด์

ท่านคิดวาระชาติของน้ำพริกบ้านวังสิงห์ “ต่างจากเจ้าอื่น” อย่างไร

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดระบุความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่านในแต่ละด้าน เพื่อนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ น้ำพริกแกงเผ็ดให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1. ด้านลักษณะปรากฏและสีกลิ่น (เช่น ความเข้มของสีแดง, ความมันเยิ้ม, การแยกชั้นของน้ำมัน)

.....

.....

.....

2. ด้านกลิ่นรสและรสชาติ (เช่น ระดับความเผ็ด, ความเค็ม, กลิ่นฉุนของสมุนไพรตัวใดตัวหนึ่ง เช่น ข่า ตะไคร้ หรือผิวมะกรูด)

.....

.....

.....

3. ด้านเนื้อสัมผัส (เช่น ความหยาบ/ละเอียดของเครื่องแกง, เศษกากใยของสมุนไพร)

.....

.....

.....

4. หากท่านต้องการให้ปรับปรุงน้ำพริกแกงเผ็ดสูตรนี้ ท่านอยากให้ปรับปรุงในจุดใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นอื่นๆ

.....

.....

.....

แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกแกงเผ็ด

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกแกงเผ็ด ภายใต้โครงการ “การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างแบรนด์ พัฒนาช่องทาง การตลาดดิจิทัล และการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดกาฬสินธุ์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตัวเลือก (Checklist)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อน้ำพริกแกงเผ็ด เป็นแบบตัวเลือก (Checklist)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคน้ำพริกแกงเผ็ด เป็นแบบตัวเลือก (Checklist)

ส่วนที่ 5 ความต้องการเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ☐ 3. อื่นๆ

2. ช่วงอายุ

- ☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. 20-30 ปี ☐ 3. 31-40 ปี
☐ 4. 41-50 ปี ☐ 5. 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 3. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ☐ 5. แม่บ้าน/เกษียณอายุ ☐ 6. อื่นๆ ระบุ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 2. 10,000-20,000 บาท
☐ 3. 20,001-30,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 30,000 บาท

5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมตัวท่านเอง)

- ☐ 1. 1-2 คน ☐ 2. 3-4 คน ☐ 3. 5 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อน้ำพริกแกงเผ็ด

1. ท่านเป็นผู้ทำอาหารเองที่บ้านหรือไม่

- ☐ 1. ใช่ (ทำเป็นประจำ) ☐ 2. นานๆ ครั้ง ☐ 3. ไม่เคยทำ (ซื้อทานสำเร็จรูป)

2. ความถี่ในการซื้อน้ำพริกแกงเผ็ด

- ☐ 1. ทุกวัน ☐ 2. 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 3. 1 ครั้ง/สัปดาห์
☐ 4. 1-2 ครั้ง/เดือน ☐ 5. นานๆ ครั้ง

3. ท่านนิยมซื้อน้ำพริกแกงเผ็ดในรูปแบบใด

- ☐ 1. พริกแกงสด (ตำสดตามตลาด/ซูเปอร์มาร์เก็ต)
☐ 2. พริกแกงสำเร็จรูปบรรจุซอง/กระปุก (พร้อมปรุง)

4. ท่านมักประกอบอาหารประเภทใดจากน้ำพริกแกงเผ็ดมากที่สุด (เลือกตอบได้ 1 ข้อ)

- ☐ 1. แกงเผ็ด/แกงแดง (เช่น แกงเผ็ดไก่) ☐ 2. แกงคั่ว/แกงกะทิ
☐ 3. ผัดเผ็ด (เช่น ผัดเผ็ดหมูป่า) ☐ 3. อื่นๆ (ระบุ _____)

5. ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง

- ☐ 1. น้อยกว่า 100 กรัม ☐ 2. 100-300 กรัม ☐ 3. มากกว่า 300 กรัม

6. สถานที่/ช่องทางที่ท่านเลือกซื้อประจำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. ตลาดสด/ตลาดชุมชน ☐ 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต ☐ 3. ร้านสะดวกซื้อ
☐ 4. สั่งซื้อออนไลน์ ☐ 5. อื่นๆ (ระบุ.....)

7. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

- ☐ 1. ตนเอง ☐ 2. คนในครอบครัว ☐ 3. สื่อโซเชียลมีเดีย/รีวิว
☐ 4. โปรโมชัน ณ จุดขาย ☐ 5. แนะนำโดยเพื่อน ☐ 6. สื่อโฆษณา/ป้ายจากร้านค้า

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ (ระดับความสำคัญของปัจจัย 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. รสชาติเข้มข้น จัดจ้าน					
2. มีกลิ่นหอมของสมุนไพร					
3. น้ำพริกแกงมีความสะอาด และสดใหม่					
4. สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก					
5. มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิต (อย.)					
6. ความสะดวกในการเก็บรักษา					
ด้านราคา (Price)					
7. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
8. คำนวณเงินค่าใช้จ่าย					
9. มีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย					
10. แจ้งราคาสินค้าชัดเจน					
ด้านบรรจุภัณฑ์ (Package)					
11. บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท					
12. สะอาด เก็บรักษาได้นาน					
13. ระบุวันหมดอายุชัดเจน					
14. รูปแบบ และดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์					
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
15. หาซื้อง่าย					
16. มีวางขายในแหล่งใกล้บ้านหรือสะดวกเดินทาง					
17. มีการกระจายสินค้าหลายช่องทาง					
18. สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้					
19. ซื้อสินค้าใกล้บ้านหรือที่ทำงาน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
20. มีโปรโมชั่นลดราคา					
21. มีบริการจัดส่งถึงบ้าน					
22. ป้ายโฆษณาที่ดึงดูด					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความพึงพอใจต่อตราสินค้า (Brand)					
23. มีการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย					
24. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ					
25. ความหลากหลายของชนิดเครื่องแกง					
26. ความคงที่ของรสชาติในแต่ละครั้งที่ซื้อ					
27. ความสะดวกในการนำไปประกอบอาหาร					
28. ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคน้ำพริกแกงเผ็ด

1. รสชาติของน้ำพริกแกงเผ็ดในอุดมคติของท่านเป็นอย่างไร

- ☐ 1. รสจัดจ้าน เผ็ดร้อน ถึงเครื่องแกงเข้มข้น
 ☐ 2. เผ็ดปานกลาง กลมกล่อม (ทานง่าย)
- ☐ 3. เค็ม / ไม่มีรส
 ☐ 4. อื่นๆ (ระบุ _____)

2. บรรจุภัณฑ์รูปแบบใดที่ท่านสะดวกในการใช้งานมากที่สุด

- ☐ 1. ถุงพลาสติกใส (ราคาประหยัด ใช้ทำอาหารปริมาณมาก)
- ☐ 2. กระปุกพลาสติกปิดสนิท (เปิด-ปิดง่าย ตักแบ่งใช้สะดวก เก็บแช่ตู้เย็นสะดวก)
- ☐ 3. กระปุกแก้ว (ถนอมอาหารได้ดี)
- ☐ 4. ถุงฟอยล์/ซองสุญญากาศ (จัดเก็บง่าย ทนทาน ประหยัดพื้นที่)
- ☐ 5. ถุงพลาสติกซีล (ราคาประหยัด เน้นใช้หมดในครั้งเดียว)

3. ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและท่านมักเลือกซื้อมากที่สุด

- ☐ 1. ขนาด 50-80 กรัม (สำหรับ 1-2 มื้อ)
- ☐ 2. ขนาด 100-200 กรัม (สำหรับครอบครัวขนาดเล็ก)
- ☐ 3. ขนาด 500 กรัมขึ้นไป (สำหรับทำอาหารปริมาณมาก)

4. ขนาดบรรจุภัณฑ์และราคาที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

- ☐ 1. ขนาดเล็ก (50-80 กรัม) ราคา 10 - 15 บาท
- ☐ 2. ขนาดเล็ก (50-80 กรัม) ราคา 16 - 20 บาท
- ☐ 3. ขนาดกลาง (100-200 กรัม) ราคา 20 - 30 บาท
- ☐ 4. ขนาดกลาง (100-200 กรัม) ราคา 31 - 40 บาท

- ☐ 5. ขนาดใหญ่ (500 กรัมขึ้นไป) ราคา 60 - 80 บาท
- ☐ 6. ขนาดใหญ่ (500 กรัมขึ้นไป) ราคา 81 - 100 บาท
- ☐ 7. อื่นๆ

6. อายุการเก็บรักษาของน้ำพริกแกงเผ็ด

- ☐ 1. น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ☐ 2. 1 สัปดาห์ ☐ 3. 1 เดือน
- ☐ 4. 2 เดือน ☐ 5. 3 เดือน ☐ 6. มากกว่า 3 เดือนขึ้นไป

ส่วนที่ 5 ความต้องการเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

1. ท่านมีความต้องการให้ผู้ผลิตพัฒนาหรือปรับปรุงน้ำพริกแกงเผ็ดในด้านใดเพิ่มเติม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เพิ่มความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์
- ☐ 2. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เก็บได้นานขึ้นโดยไม่ต้องแช่เย็น (เช่น สเตอริไลซ์)
- ☐ 3. ผลิตเครื่องแกงสูตรโซเดียมต่ำ หรือสูตรมังสวิรัติ
- ☐ 4. อื่นๆ

2. คุณสมบัติเพิ่มเติมที่ท่านอยากให้มีในอนาคต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. สูตรโซเดียมต่ำ (Low Sodium) เพื่อคนรักสุขภาพ
- ☐ 2. สูตรมังสวิรัติ / เจ (ไม่ใส่กะปิ)
- ☐ 3. เทคโนโลยีเก็บได้นานขึ้นโดยไม่ต้องแช่เย็น (เช่น สเตอริไลซ์)
- ☐ 4. บรรจุภัณฑ์แบบมีฝาจุกหมุนเปิด-ปิดได้ (คล้ายถุงมายองเนส)

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

แบบประเมินความพึงพอใจ โครงการ “การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และ/หรือ กรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการโครงการ/กิจกรรม

ขอให้ท่านพิจารณาในแต่ละประเด็นการให้บริการ และประเมินว่า ท่านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด

ประเด็นวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ					
1.1 มีการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างชัดเจนและทั่วถึง					
1.2 ความสะดวกในการเข้าร่วมโครงการ					
1.3 ระยะเวลาการอบรมเหมาะสมกับเนื้อหา					
2. ด้านวิทยากร					
2.1 วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ					
2.2 วิทยากรมีวิธีบรรยายที่ทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายและน่าสนใจ					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.1 เอกสารประกอบ / วัสดุ อุปกรณ์ มีเพียงพอต่อความต้องการ					
3.2 สถานที่จัดอบรม สะอาด เป็นระเบียบ					
4. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์					
4.1 ได้รับความรู้ไปพัฒนาตนเอง ก่อให้เกิดอาชีพ สร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน ของตัวเองได้					
4.2 สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ ถ่ายทอดแก่ชุมชนได้					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

..... 😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือนี้อตอบแบบสอบถาม 😊

แบบสอบถาม

การรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด ผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดดิจิทัล

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบโครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ และเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัลและการจำหน่ายเชิงพาณิชย์

ความกรุณาท่านโปรดตอบตามความเป็นจริง ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

☐ 3) อื่นๆ

2. ช่วงอายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 25 ปี

☐ 2) 25-30 ปี

☐ 3) 31-35 ปี

☐ 4) 36-40 ปี

☐ 5) 41-45 ปี

☐ 5) 46-50 ปี

☐ 6) 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2) พนักงานเอกชน

☐ 3) รับจ้าง

☐ 4) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ 6) แม่บ้าน

☐ 7) เกษตรกรรม

☐ 8) อื่น ๆ

4. รายได้ (ต่อเดือน)

- ☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,000 – 10,000 บาท
- ☐ 3) 10,001 – 15,000 บาท ☐ 4) 15,001 – 20,000 บาท
- ☐ 5) 20,001 – 25,000 บาท ☐ 6) มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป

5. ความถี่ในการซื้อน้ำพริกแกงเผ็ด

- ☐ 1) ไม่เคย ☐ 2) นานๆ ครั้ง ☐ 3) เดือนละครั้ง
- ☐ 4) สัปดาห์ละครั้ง ☐ 5) เป็นประจำ

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (ที่รับประทานอาหารร่วมกันในครัวเรือนเป็นประจำ)

- ☐ 1) น้อยกว่า 3 คน ☐ 2) 3 – 5 คน
- ☐ 3) 6 – 8 คน ☐ 4) 8 คนขึ้นไป

7. ความถี่ในการประกอบอาหารรับประทานเอง ครั้ง/สัปดาห์

- ☐ 1) 1 ครั้ง ☐ 2) 2 ครั้ง
- ☐ 3) 3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

8. ปกติท่านได้นำน้ำพริกแกงเผ็ดมาจากช่องทางใด

- ☐ 1) ทำเอง / ตำเองที่บ้าน ☐ 2) ซื้อแบบสดจากตลาดสด/ตลาดนัด
- ☐ 3) ซื้อแบบสำเร็จรูป (บรรจุซอง/กระปุก/แช่แข็ง) จากซูเปอร์มาร์เก็ต
- ☐ 4) ซื้อจากร้านขายแกงถุงสำเร็จรูป

9. ประเภทของน้ำพริกแกงเผ็ดสำเร็จรูปที่ท่านเลือกซื้อบ่อยที่สุด

- ☐ 1) แบบแบ่งขายเป็นขีด (ตลาดสด) ☐ 2) แบบกระปุกพร้อมใช้
- ☐ 3) แบบซองพร้อมทำแบรนด์ในห้างสรรพสินค้า

ส่วนที่ 2 การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์

(โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดย 5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)

การรับรู้และพฤติกรรมต่อบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความดึงดูดใจ (Visual Appeal)					
1. สีสັນบนบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย					
2. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาเมื่อวางจำหน่ายบนชั้นวาง					
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดูพรีเมียมขึ้น					
4. ราคาของสินค้าเหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์					
ด้านการสื่อสารคุณค่า (Communication Value)					
5. ชื่อผลิตภัณฑ์มองเห็นชัดเจน					
6. ข้อมูลฉลากอ่านง่าย และมีข้อมูลครบถ้วนตามมาตรฐาน อย.					
7. ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ท่านเข้าใจเรื่องราวของกลุ่มวิสาหกิจ					
8. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารแหล่งที่มาและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์					
9. ฉลากให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบ/มาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้					
ด้านการใช้งาน (Usability)					
10. บรรจุภัณฑ์เปิด-ปิด ใช้งานได้ง่ายและสะดวก					
11. วัสดุเหมาะกับการสัมผัสอาหาร และการเก็บรักษาหรือพกพา					
12. บรรจุภัณฑ์ปิดผนึกแน่นหนา สามารถป้องกันความชื้น ป้องกันกลิ่นและการสูญเสียกลิ่นหอมของน้ำพริกแกงเผ็ด					
13. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน					
14. บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเก็บและขนส่งสะดวก					
ด้านการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision)					
15. บรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของท่าน					
16. ท่านยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น หากบรรจุภัณฑ์สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้เป็นอย่างดี					
17. ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดซ้ำในอนาคต					
18. ท่านมีความยินดีที่จะแนะนำหรือบอกต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริก แกงเผ็ดให้แก่ผู้อื่น					
19. ท่านพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดเพื่อเป็นของฝาก					
20. ท่านมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และการตลาดดิจิทัล

(โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดย 5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)

การตลาดดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Product Image)					
1. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีมาตรฐานการผลิตที่น่าเชื่อถือ					
2. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน					
3. บรรจุภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ดมีภาพลักษณ์ที่ดูพรีเมียม					
4. ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง					
5. ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความไว้วางใจ					
การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)					
6. รูปแบบและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์					
7. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น และเอื้อต่อการสร้างคอนเทนต์ภาพถ่ายบนสื่อดิจิทัล					
8. ผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอหรือสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียได้อย่างน่าสนใจ					
9. ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ชัดเจน และดึงดูดใจเพียงพอที่จะสนับสนุนให้เกิดการบอกต่อหรือรีวิวสินค้า					
10. ผลิตภัณฑ์เอื้อต่อการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบดิจิทัลได้เป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

1. บรรจุภัณฑ์นี้ควรปรับปรุงในส่วนใดเพื่อให้เป็น “ของฝากที่น่าซื้อ” มากขึ้น

.....

2. เพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ สิ่งที่คุณเน้นย้ำจุดเด่นเรื่องใดเป็นอันดับแรก

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงเผ็ด

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ