

# โครงการตลาดเพื่อสร้างรายได้แก่วิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 : สมุทรปราการโมเดล

เอกสารฉบับนี้ได้รับการขออนุญาต  
และเผยแพร่ฟรีโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย  
โดย หน่วย UWN



มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
THAMMASAT UNIVERSITY

# ส่วนที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา



เอกสารฉบับนี้เป็นการขออนุญาต  
และเผยแพร่ผลงานวิจัย  
โดย หน่วย บพท.

# กรอบโจทย์วิจัย

**บริบทพื้นที่สมุทรปราการ** เป็นชุมชนเมืองส่วนใหญ่เป็นภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรมมีน้อย ประชากร 1.3 ล้านคน ประชากรแฝงเท่าตัว GDP อันดับ 4 GDP/capita อันดับ 8 ของประเทศ  
**Covid-19** : โรงงานปิด คนงานกลับต่างจังหวัด คนพื้นที่รายได้ลดลง/ไม่มีรายได้ ผู้ใช้แรงงานตงงาน



วิสาหกิจชุมชนภาคการเกษตร :  
 อำเภอเมือง อำเภอบางบ่อ อำเภอบางพลี

วิสาหกิจชุมชนภาคบริการ :  
 บางโปรง บางเมือง

ค้าปลีก ผู้ใช้แรงงาน



วิเคราะห์ปัญหา Key pain point, Baseline สุขภาพธุรกิจ จาก Supply chain  
 01) ปลาสด/กะปิ : ผลผลิตต่อไร่ต่ำ มาตรฐานการแปรรูป Covid-19 ทำให้ขายสินค้าหน้าร้านไม่ได้ (P02)  
 02) ผัก : ต้นทุนการผลิตสูง ราคาขายต่ำ (P05)  
 03) จาก : ใบจากมวนยาสูบ-ราคาต่ำ จักสานจากก้านจาก-ไม่โดน Covid-19 ทำให้ขายสินค้างาน Event ไม่ได้ (P06)



**Business model** โครงข่ายการตลาด  
**“สมุทรปราการโมเดล”** เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนฐานราก by HCU, TU, NFI  
 01) Content : Plug in, โครงข่ายตลาดใหม่ สร้างโครงข่ายการผลิตใหม่ที่ได้มาตรฐาน & Learning hub (P01)  
 02) กลไกการพัฒนาพื้นที่ : ระบบกำกับ ติดตาม กลไกบริหารภาคีเครือข่าย กลไกบริหาร

วิเคราะห์ปัญหา Key pain point, Baseline สุขภาพการเงิน จาก Supply chain  
 01) ค้าปลีกอาหารแปรรูป (P03) สมุนไพร(P04) : สินค้าไม่มีคุณภาพ Covid-19 ทำให้กำลังซื้อลดลง  
 02) ผู้ใช้แรงงานตงงาน (P01)

Plug in Good boy กลุ่มเป้าหมาย (ชุด) (Fair trade)  
 - Online, Offline (Event)  
 - B2B, B2C, B2D2C  
 - สื่อสารการตลาด

Learning hub by STI  
 พัฒนาลิขิตภัณฑ์  
 I- Upskill/Reskill (Network marketing สื่อสารการตลาด)

**กลไกการพัฒนาพื้นที่**

**Output** : 1) วิสาหกิจชุมชน อย่างน้อย 300 ครั้งเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้นสุทธิ 30% หรือ เพิ่มขึ้นสุทธิ 10,000 บาทต่อครัวเรือน 2) นวัตกรรมการพัฒนาพื้นที่ : กลไกบริหารจัดการ ภาคีเครือข่าย กลไกการบริหารกลุ่มเป้าหมาย

**Outcome** : สมุทรปราการโมเดลที่สามารถขยายผลไปยังชุมชนอื่นสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ อปท.

**Impact** : วิสาหกิจชุมชนมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ในสภาวะวิกฤต

จังหวัดสมุทรปราการ  
 อปท. กมธ. อว. บพท.

ภาครัฐ

การบริหารจัดการภาคีเครือข่าย Stakeholder

Logistics (ThaiPost, Flash, Robinhood)  
 MGK group

ภาคเอกชน

สมาคมท่องเที่ยว  
 สมาคมโรงแรม

ภาคประชาสังคม

# วัตถุประสงค์

1.

เพื่อพัฒนาโครงข่ายการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก ทำให้เกษตรกร/แรงงานภาคบริการที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เพิ่มขึ้นสุทธิ 30% หรือเพิ่มขึ้นสุทธิ 10,000 บาทต่อครัวเรือน

2.

เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กโดยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ให้มีมูลค่าสูงขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

3.

เพื่อสร้างระบบและกลไกการบริหารจัดการโครงข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพ สามารถพึ่งพาตนเองได้ในสภาวะวิกฤต

4.

เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะของคนฐานรากทั้งในภาคการเกษตร และภาคบริการ ให้มีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น ผ่านกระบวนการเสริมและพัฒนาทักษะที่มีอยู่เดิม หรือการสร้างทักษะใหม่ (Reskill & Upskill)

5.

เพื่อบริหารจัดการงานวิจัย ประเมินผลกระทบของโครงการ บริหารจัดการภาคีเครือข่ายและบริหารจัดการกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะไปยังกลุ่มเป้าหมาย

## ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานของชุดโครงการวิจัย



เอกสารฉบับนี้เป็นการขออนุญาต  
และเผยแพร่ผลงานวิจัย  
โดย หน่วย บพท.



# กระบวนการดำเนินงานวิจัย

## วิธีการศึกษา

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัย และภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการวิจัยทุกขั้นตอนตั้งแต่ร่วมคิดร่วมตัดสินใจร่วมทำร่วมตรวจสอบและร่วมรับประโยชน์ควบคู่ไปกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนโดยยึดกลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลางและแก้ปัญหาโดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- เครื่องมือวิเคราะห์ STP
- เครื่องมือวิเคราะห์ 4Ps
- แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิก
- แม่แบบการเสนอคุณค่า (VPC)
- แม่แบบโมเดลธุรกิจ (BMC)
- ทดสอบทางประสาทสัมผัส(9-Point Hedonic Scale)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน/ผลิตภัณฑ์ที่มาจากภาคเกษตร และภาคบริการ ในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย กลุ่มปลาสดบางบ่อ/กะปิ กลุ่มผักสวนครัว กลุ่มจากกลุ่มอาหารแปรรูป กลุ่มสมุนไพร และกลุ่มผู้ใช้แรงงาน

### กลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มปลาสดบางบ่อและกะปิ
- (2) กลุ่มพืชผักสวนครัวและเห็ด
- (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จาก “จาก” ทั้งหัตถกรรมจักสานและเสื้อผ้ามัดย้อม
- (4) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
- (5) กลุ่มอาหารแปรรูป ขนม ของขบเคี้ยว
- (6) กลุ่มผู้ใช้แรงงาน

## พื้นที่เป้าหมาย

พื้นที่เป้าหมายนำร่องครอบคลุม จาก 3 อำเภอ 9 ตำบล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผลิตภัณฑ์	พื้นที่เป้าหมาย	
	อำเภอ	ตำบล
1. ภาคการเกษตร		
1.1 กลุ่มปลาสดบางบ่อ/กะปิ	อำเภอบางบ่อ	ตำบลบางบ่อ ตำบลคลองด่าน ตำบลบ้านระกาศ
	อำเภอบางพลี	ตำบลบางปลา
	อำเภอเมือง	ตำบลท้ายบ้าน
1.2 กลุ่มผักสวนครัว	อำเภอเมือง	ตำบลบางด้วน
1.3 กลุ่มจาก	อำเภอเมือง	ตำบลบางด้วน
2. ภาคบริการ		
2.1 กลุ่มอาหารแปรรูป	อำเภอเมือง	ตำบลบางเมือง ตำบลบางโปรง
2.2 กลุ่มสมุนไพร	อำเภอเมือง	ตำบลบางเมือง
2.3 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน	ตามความสมัครใจ	

# กระบวนการดำเนินงานวิจัย

## การดำเนินการวิจัยของชุดโครงการวิจัย

1. ระบบการกำกับติดตามประเมินผลโครงการย่อย ได้แก่ จัดเวทินำเสนอความก้าวหน้า ลงพื้นที่เพื่อติดตามความก้าวหน้า จัดเวทีเพื่อสรุปผล ถอดบทเรียนเป็นชุดองค์ความรู้ การวิเคราะห์ข้อมูล การประเมินผลสัมฤทธิ์ รายงานฉบับสมบูรณ์ของชุดโครงการวิจัย
2. ระบบการประเมินผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ (ROI) และประเมินผลกระทบทางด้านสังคม (SROI) ของโครงการ
3. ระบบการบริหารจัดการกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
  - 3.1 ระดับบุคคล (ภาคเกษตรและภาคการบริการ)
  - 3.2 ระดับกลุ่ม (พื้นพลังทางสังคม)
4. ระบบการจัดการความสัมพันธ์ของภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การสื่อสารงานวิจัยสู่สาธารณะตลอดจนสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้

## การดำเนินการวิจัยของโครงการวิจัยย่อย

1. ประชุมร่วมกับวิสาหกิจชุมชนเพื่อชี้แจงโครงการ
2. สร้างความร่วมมือและความรู้ความเข้าใจการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน
3. เก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน
4. วิเคราะห์ข้อมูลด้านตลาด และข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน
  - 4.1 วิเคราะห์ STP และ 4Ps (โครงการวิจัยย่อยที่ 1)
  - 4.2 วิเคราะห์ Supply Chain (โครงการวิจัยย่อยที่ 2-6)
  - 4.3 วิเคราะห์ VPC และ BMC (โครงการวิจัยย่อยที่ 2-6)
5. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด
6. การ Reskill & Upskill ให้วิสาหกิจชุมชน และผู้ได้รับผลกระทบ
7. ขยายช่องทางการตลาด สื่อสารทางการตลาด และจำหน่ายผลิตภัณฑ์
8. ประเมินผล และถอดบทเรียน (ROI&SROI, ตัวแบบเชิงธุรกิจ, แผนธุรกิจ ฯลฯ)

## การเปรียบเทียบการดำเนินงานที่ปฏิบัติได้จริง กับ Action Plan และการปรับกระบวนการทำงาน

	ขั้นตอนการดำเนินงาน	การปรับกระบวนการทำงาน
ทุกโครงการ	ช่วง 4 เดือนแรก การลงพื้นที่วิสาหกิจชุมชน และเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไม่สามารถทำได้ในลักษณะ on site เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19	- โทรศัพท์สอบถาม หรือใช้ช่องทางออนไลน์ การวิดีโอคอลให้ดูสถานที่และภาพพื้นที่ โดยมีการสอนและฝึกการลงแอปพลิเคชันให้กับวิสาหกิจชุมชน - ลงพื้นที่กลุ่มเล็ก และมีมาตรการป้องกัน
	การจัดกิจกรรมอบรม Reskill & Upskill ช่วงสถานการณ์โควิด-19	- ปรับขนาดกลุ่มผู้เข้าร่วมให้เป็นกลุ่มเล็ก โดยผู้เข้าร่วมได้รับวัคซีน และตรวจ ATK และเพิ่มจำนวนครั้งจัดกิจกรรม - จัดแบบออนไลน์ในบางหัวข้อ
โครงการย่อยที่ 2-6	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ล่าช้าจากแผนที่วางไว้ 1-2 เดือน ด้วยติดอกรารรับรองมาตรฐาน เครื่องมือ และการรวมตัวของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	- การพัฒนาช่องทางการตลาดโดยขายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ก่อน เพื่อสร้างรายได้
โครงการย่อยที่ 1	การจัดตลาดออนไลน์ในช่วงโควิด-19	ลดกิจกรรมการดำเนินงานบนเวที และปรับเปลี่ยนกิจกรรมบนเวที โดยต้องมีกำหนดได้รับวัคซีน 2 เข็ม และตรวจ ATK
โครงการย่อยที่ 4	การหาผู้ปลูกสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรในจังหวัด ด้านต้นน้ำ ไม่สามารถหารายใหญ่ได้	ด้วยสมุนไพรที่ปลูกมูลค่าไม่มากและการขยายตัวของเมือง ทำให้ในปัจจุบันเกษตรกรไม่ได้ปลูกแล้วหรือปลูกเพียงเล็กน้อยในแต่ละครัวเรือน จึงเปลี่ยนเป็นทดลองตลาดให้ขายก่อน ถ้าสนใจจะผลิตจึงถ่ายทอด
โครงการย่อยที่ 2-4	สถานที่ OEM ที่ยื่นได้รับผลิตผลิตภัณฑ์ lot เล็ก ๆ	ใช้สถานที่ผลิตของมหาวิทยาลัย/สถาบันอาหาร โดยกำหนดเป็นข้อตกลงร่วมกัน

## เปรียบเทียบ Output/Key Result ที่ทำได้จริง กับ Output/Key Result ที่กำหนดไว้ พร้อมการวิเคราะห์

Output/Key Result	ผลการวิเคราะห์
จำนวนครัวเรือน รวม 300 ครัวเรือน (ภาพรวมจำนวนครัวเรือนครบ แต่บางโครงการวิจัยย่อย ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย)	- สถานการณ์โควิด-19 ทำให้สมาชิกที่มีอยู่แต่เดิมหายไป และเปลี่ยนอาชีพ - การขยายผลจำนวนสมาชิกทำได้ล่าช้ากว่าแผนที่วางไว้ เนื่องจากอกรกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ - วิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาสดบางกลุ่ม มีสมาชิกจำนวนไม่มาก และยังไม่เข้มแข็ง - วิสาหกิจชุมชนด้านสมุนไพร องค์ความรู้ด้านสมุนไพรอยู่ที่หัวหน้ากลุ่ม สมาชิกต้องไปช่วยในส่วนอื่น เช่น การตลาด - วิสาหกิจชุมชนด้านจักสาน ยังขยายกลุ่มไม่ได้มาก เนื่องจากต้องการผู้ที่มีทักษะและมีมือในงานจักสาน ซึ่งต้องใช้เวลาในการเรียนรู้และฝึกฝน
รายได้ที่เพิ่มขึ้น ROI 30% หรือเพิ่มขึ้นสุทธิ 10,000 บาท (ทำได้บางครัวเรือน ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายทุกครัวเรือน)	- ด้วยสถานการณ์โควิด-19 ทำให้มีข้อจำกัดด้านการลงพื้นที่ และการใช้พื้นที่/เครื่องมือในหน่วยงานของนักวิจัย ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด ระยะเวลาการจำหน่ายจึงทำได้ในช่วงปลายโครงการ (1-2 เดือน) รายได้จึงเพิ่งเริ่มต้นเข้ามา - ผลิตภัณฑ์ยาสีพื้นสมุนไพรสูตรเข้มข้นหมอบุญเรื่องเป็นสินค้าใหม่ (เดิมเป็นผงสีพื้น) ในช่วงแนะนำตลาด วิสาหกิจชุมชนตั้งใจอยากให้เกิดการตลาดซื้อใช้ จึงตั้งราคาขายที่ไม่สูงมากนัก ทำให้รายได้ยังไม่เป็นไปตามแผน - ผลิตภัณฑ์เคลือบที่ได้รับการพัฒนาเป็นต้นแบบในการขยายผล มีช่วงเวลากการปลูกเคลมากกว่าสมาชิกกลุ่มขยายผลที่กำลังมีผลผลิตตามมา และด้วยเกิดศัตรูพืชระบาดทำให้เคลของสมาชิกขยายผลถูกทำลายต้องมีการกำจัดศัตรูพืชและปลูกเพิ่มเติม - ผลิตภัณฑ์ก้อนเห็ดหูหนูค่อนข้างจำกัด เพราะแหล่งผลิตก้อนเห็ดที่ได้มาตรฐานน้อย และต้องใช้ระยะเวลาในการเดินเชื้อของเห็ดใช้ระยะเวลาในเพาะเห็ด และหาแหล่งก้อนเห็ดเพื่อเพิ่มจำนวนการผลิต และด้วยการดูแลเห็ดต้องมีความต่อเนื่องและมีความเอาใจใส่ จึงทำให้สมาชิกขยายผลน้อยรายที่สามารถทำได้ - ผลิตภัณฑ์จักสานและผ้ามัดย้อมเปลือกลูกจาก เป็นสินค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะ และรายได้หลักยังมาจากการจัดตลาดแสดงสินค้า เนื่องจากผู้ใช้งานได้จับผลิตภัณฑ์ และเกิดความพึงพอใจ จึงเกิดการซื้อหรือบอกต่อ



# ส่วนที่ 3 การถอดชุดองค์ความรู้



เอกสารฉบับนี้ได้รับการขออนุญาต  
และเผยแพร่ผลงานวิจัย  
โดย หน่วย บพท.

# องค์ความรู้ที่เกิดตลอดทั้ง Value Chain

ต้นน้ำ

กระบวนการ/การบริหารจัดการ	ผลิตภัณฑ์	หลักสูตร Reskill/Upskill
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การปลูกผักเคล และเห็ดให้ได้มาตรฐาน GAP</li> <li>- การขยายกำลังการผลิต และสมาชิกที่ปลูก</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผักเคล</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- เห็ดหูหนูสด</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมการปลูกเคลที่เป็นเกษตรอินทรีย์ และมีการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการผลิตพืชผักเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ปลอดภัยทั้งต่อผู้ผลิตและ ผู้บริโภค</li> <li>- อบรมการเพาะเห็ดและมีการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการผลิตพืชผักเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ปลอดภัยทั้งต่อผู้ผลิตและ ผู้บริโภค</li> <li>- การให้ความรู้การปลูกเห็ดแก่โรงเรียนวัดกาหลง</li> </ul> 

กลางน้ำ

กระบวนการ/การบริหารจัดการ	ผลิตภัณฑ์	หลักสูตร Reskill/Upskill
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานด้านอาหาร</li> <li>- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์</li> <li>- การเรียนรู้กระบวนการทำ OEM</li> <li>- การคิดต้นทุน และราคาขาย</li> <li>- การบริหารจัดการกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาสดหอม และกะปิหวานทรงเครื่อง (มาตรฐาน อย.)</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ปลาสดแดดเดียวและปลาสดแผ่นพร้อมบริโภค</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ปลาสดทอดกรอบโดยใช้เครื่องทอดสุญญากาศ</li> <li>- ผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาสดสำหรับบริโภค</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ปลาสดแดดเดียวพร้อมบริโภค ปลาสดแผ่นพร้อมบริโภค ปลาสดทอดกรอบโดยใช้เครื่องทอดสุญญากาศ และกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาสดสำหรับบริโภค</li> <li>- อบรมการเตรียมพร้อมเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร</li> </ul>

กระบวนการ/การบริหารจัดการ	ผลิตภัณฑ์	หลักสูตร Reskill/UpSkill
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานด้านอาหาร</li> <li>- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์</li> <li>- การคิดต้นทุน และราคาขาย</li> <li>- การบริหารจัดการกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไข่เค็ม</li> <li>- ผลิตภัณฑ์นางเล็ดซอสหมักคิอาโต้</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ทองม้วนที่มีส่วนผสมของแป้งข้าวกล้องและฟักทองผง</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีเซอร์เดิลเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา การฆ่าเชื้อบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไข่เค็ม</li> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีการใช้สารกฤษีเซอร์อลในการเพิ่มอายุการเก็บของนางเล็ดและซอสหมักคิอาโต้</li> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัตถุดิบที่มีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การทำทองม้วนที่มีส่วนผสมของแป้งข้าวกล้องและฟักทองผงเพื่อควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ</li> <li>- อบรมการเตรียมพร้อมเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานด้านอาหาร</li> <li>- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์</li> <li>- การคิดต้นทุน และราคาขาย</li> <li>- การบริหารจัดการกลุ่ม จัดตั้งศูนย์เรียนรู้</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำเค็ม และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักเคล</li> <li>- เห็ดหูหนูอบแห้ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักเห็ดหูหนู</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเคลและเห็ดหูหนู</li> <li>- อบรมการเตรียมพร้อมเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร</li> </ul> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเครื่องสำอาง</li> <li>- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์</li> <li>- การคิดต้นทุน และราคา</li> <li>- การบริหารจัดการกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาสีฟันสมุนไพรสูตรเข้มข้นหอบุญเรือง (มาตรฐาน อย.)</li> <li>- mask drop</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมมาตรฐานสถานที่ผลิตเครื่องสำอางสำหรับวิสาหกิจชุมชน</li> </ul> 



กระบวนการ/การบริหารจัดการ	ผลิตภัณฑ์	หลักสูตร Reskil/Upskill
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การปรับปรุงแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย</li> <li>- การพัฒนาเครื่องเหลาจาก</li> <li>- การแก้ไขปัญหาสีมัตย้อมตก</li> <li>- การคิดต้นทุน และราคาขาย</li> <li>- การบริหารจัดการกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์จักสาน 3 ชั้น ที่ใส่กระถางต้นไม้ และโคมไฟ</li> <li>- ผ้ามัตย้อมเปลือกลูกจากที่สีไม้ตัก</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้การจักสาน</li> <li>- อบรมและถ่ายทอดความรู้การทำผ้ามัตย้อม และผ้า Eco-printing</li> </ul> 

กระบวนการ/การบริหารจัดการ	หลักสูตร Reskil/Upskill
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการทางการตลาด</li> <li>- กระบวนการและชุดความรู้การเข้าสู่ตลาดจริงใจ และตลาดเครือข่ายรายไดซ์ ตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขที่กำหนด</li> <li>- ช่องทางการตลาด             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Facebook</li> <li>(2) งาน event เช่น พาราไดซ์ ศาลากลาง</li> <li>(3) ร้านประจำ เช่น lasunya, ร้านยา</li> </ol> </li> <li>- บทเรียนการเข้าตลาดจริงใจ</li> <li>- การจัดตั้งกลุ่มการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ในชุมชน (ธนาคารขยะอ้อมทรัพย์)</li> <li>- การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้การปลูกเคลและเห็ด</li> <li>- การจัดตั้งกลุ่มฮักสมุทราปราการ</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมการตลาดออนไลน์</li> <li>- อบรมการทำบัญชีครัวเรือนและระบบภาษีของวิสาหกิจชุมชน</li> </ul> 

# องค์ความรู้ที่เกิดตลอดทั้ง Value Chain

## นวัตกรรม 13 คน



คุณจรัญ แสงวัฒน์  
คุณวนิดา ศิริบรรจง  
คุณรุจิรา เกาจี  
คุณพีรพัฒน์ นवलแก้ว  
คุณสุนทรี นาคจู  
คุณเกษศร พิมพาภัย  
คุณกมล โชคดี  
คุณแก้วพิมพา คงประดิด  
คุณสมัย ละครพล  
คุณสุวิมล มีศรีคุณ  
คุณหทัยรัตน์ แซ่ฮ้อ  
คุณสมคิด น่วมศิริ  
คุณชฎาพร ชมพูแสง  
คุณบำรุง พูลสวัสดิ์



## ชุดองค์ความรู้ 6 ชุด



1. ชุดองค์ความรู้ทางการตลาดออนไลน์ 3 ชุด และระบบบันทึกบัญชี 1 ชุด
2. ชุดองค์ความรู้การผลิตสินค้าด้านอาหาร (พลาสติก และกะปิ) จำนวน 4 ชุด ได้แก่ การผลิตน้ำพริก พลาสติกหอม การผลิตกะปิหวานทรงเครื่อง การผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพลาสติก และกระบวนการผลิตน้ำมันพลาสติกสำหรับบริโภค
3. ชุดองค์ความรู้การผลิตสินค้าด้านอาหาร (ขนม และน้ำพริก) จำนวน 3 ชุด ได้แก่ สูตรและเทคนิคในการผลิตน้ำพริกเผาไข่เค็ม รวมถึงชุดความรู้ในการเพิ่มอายุการเก็บรักษาของน้ำพริก สูตรและเทคนิคในการผลิตนางเล็ดมัคคิอาโต้ รวมถึงชุดความรู้ในการเพิ่มอายุการเก็บรักษาของนางเล็ด และสูตรและเทคนิคในการผลิตขนมทองม้วน รวมถึงชุดความรู้การอบแห้ง แป้งข้าวกล้องและฟักทองผง
4. ชุดความรู้มาตรฐานสถานที่ผลิตสำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง
5. ชุดความรู้ด้านการปลูก การแปรรูป และการตลาดผักเคล และเห็ด
6. ชุดความรู้ด้านโครงข่ายการตลาด

## การประเมินผลกระทบทางสังคม (SROI)

กำหนดผลลัพธ์ทางสังคม 6 เรื่อง ได้แก่ 1) กลุ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้น 2) ครอบครัวมีความสุขเพิ่มขึ้น 3) การลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม 4) การเป็นเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้มแข็งมากขึ้น 5) นวัตกรรมที่โครงการวิจัยสร้างขึ้นสามารถถ่ายทอดหรือเผยแพร่ความรู้ได้ และ 6) กลุ่มเป้าหมายมีความรู้และนำความรู้ไปพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการตนเองและกลุ่มได้ เบื้องต้นพบว่าโครงการวิจัยย่อยที่ 5 มีผลตอบแทนทางสังคมมากที่สุด 1.71 จากเงินลงทุนดำเนินการ 1 บาท และทุกโครงการวิจัยย่อยมีผลตอบแทนสังคมเฉลี่ย 0.47 จากเงินลงทุนดำเนินการ 1 บาท



# องค์ความรู้ที่เกิดตลอดทั้ง Value Chain

## การสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะ เพื่อสร้างการรับรู้

เศรษฐกิจฐานราก

"โครงการที่ใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกร อย่างน้อย 10,000 บาท/เดือน"

สมุทรปราการโมเดล @SamutPrakarnModel - องค์กรชุมชน

+ เพิ่มรูป

เศรษฐกิจฐานราก คือ ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นที่พึ่งตนเองได้... ชุมชนเกิดการพัฒนาอย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีความสุข...

สมุทรปราการโมเดล

BWV



สมุทรปราการโมเดล 15 Nov ·

พ.ศ.นี้ ใครยังไม่รู้จัก #สมุทรปราการโมเดล ต้องดูคลิปนี้แล้วแหละ...

สมุทรปราการโมเดล เศรษฐกิจฐานราก

สมุทรปราการโมเดล ภูมิใจนำเสนอ

"ความสำเร็จที่เกิดขึ้น และสิ่งที่ได้เรียนรู้จากโครงการสมุทรปราการโมเดล"

วันที่ 30 มีนาคม 2565 เวลา 18.30 น. เป็นต้นไป

ที่เพจ facebook "สมุทรปราการโมเดล"

รวมพูดคุย

Moderator

ไปพบ "สมุทรปราการโมเดล"

สมุทรปราการโมเดล Posted by Orapa Sinlamuth 26 May ·

วันนี้ 1ทุ่มตรง พบกันนะคะ!!!

อย่ากรู๊วต.บางตัว จ.สมุทรปราการมีอะไรดี ห้ามพลาด!!!

วันนี้...เรามีนัดกัน!!!

LIVEสดผ่านเฟซบุค 1 ทุ่มตรง!!!

คุยกับอ.ก็ และกำนันได้ของข้างฉันท

ไปพบ "สมุทรปราการโมเดล"

ผักเคล ทำอะไรก็ได้บ้าง

- แกงส้ม
- ผักคะน้า
- สลัดผัก
- ต้มยำ
- ผัดผัก
- แกงจืด
- แกงส้ม
- แกงหน่อไม้ฝรั่ง
- แกงหน่อไม้ฝรั่ง
- แกงหน่อไม้ฝรั่ง
- แกงหน่อไม้ฝรั่ง

สมุทรปราการโมเดล Posted by Nattanun Siricharoen 10 Oct ·

มาแล้วครับบบบ.....พี่แจ๊ส + พี่อัมพร สองพี่น้องผู้นำชาวมุสลิม "บ้านสีเขียว ณ บางตัว" EP.2 กับสาระของชีวิตและการทำงานอย่างเป็นมืออาชีพ เพื่อชาวเกษตรกรและเพื่อนนักวิจัย ด้วยแนวคิด "ไม่รอ...ไม่ขอ ลูกชิ้นทำด้วยตัวเอง" อธิบายเกี่ยวกับข้อดีสินค้าต่างๆ ของคนไทยด้วยกัน และสินค้าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของโครงการจังหวัดโมเดล ทั้ง 9 จังหวัดด้วยนะครับ..... #ทีมสื่อสารสมุทรปราการโมเดล 10 ต.ค.2564 #บทพ #สกลว #สอวช #อว #คณะกรรมาธิการการวิทยาศาสตร์สภาผู้แทนราษฎร #หัวใจเขียว #ธรรมศาสตร์ #สถาบันอาหาร #คนไทยใจดีช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของไทย #โครงการเศรษฐกิจฐานราก

ส่ง Sticker

ขอส่งคลิปที่หาหรือกับทางสสจ.เมื่อวานครับ

<https://drive.google.com/file/d/1VFEH0UUXU0qpx47P-1WmLdtdjFKxhd-1/view?usp=sharing>

ขอส่งคลิปที่หาหรือกับทางสสจ.เมื่อวานครับ

ขอบคุณมากคะอาจารย์กอล์ฟ

"สมุทรปราการโมเดล" คืออะไร? 🤔 และเราจะช่วยเกษตรกรชาวจ.สมุทรปราการให้มีรายได้เพิ่มขึ้นได้อย่างไร? 🤔

อยากรู้ หรือ อยากร่วมงานกับเราคลิกเลยจ้า... 🙌🙌🙌

👍

# ความใหม่ของการประกอบการในพื้นที่

ประเด็นความใหม่ (ผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมองค์ความรู้/การตลาด)	รายละเอียด
การเข้าสู่ตลาดจริงใจ	- ช่องทางตลาดใหม่ เป็นการยกระดับสินค้าทางการเกษตรเข้าสู่ตลาดบน
การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ	เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกันเองที่มาจากหลากหลายผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาช่องทางทางการตลาด และการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พลาสติกแตกเดี่ยวพร้อมบริโภาค</li> <li>- พลาสติกแผ่นพร้อมบริโภาค</li> <li>- พลาสติกทอกรอบ โดยใช้เครื่องทอสูญญากาศ</li> <li>- น้ำมันพลาสติก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถเก็บรักษาได้ที่อุณหภูมิห้อง และไม่มีใครเคยคิดค้น</li> <li>- สามารถบริโภาคได้ทันที สามารถเก็บรักษาได้ที่อุณหภูมิห้อง และไม่มีใครเคยคิดค้น</li> <li>- มีความกรอบ โปร่ง เบา ไม่อมน้ำมัน ปริมาณน้ำมันตกค้างลดลง 50 % จากวิธีทอแบบดั้งเดิม</li> <li>- เป็นน้ำมันที่มีกรดไขมันโอเมก้า 3 และ 6 และมีวิตามินเอสูง โดยไม่มีใครเคยคิดค้น</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำพริกเผาไข่เค็ม</li> <li>- นางเล็ดซอสผักคิอาโต้</li> <li>- ทongs ม้วนที่มีส่วนผสมของแป้งข้าวกล้องและผักทองผง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้เทคโนโลยีเฮอร์เดลในการเพิ่มอายุการเก็บรักษาของน้ำพริก</li> <li>- การใช้สารกลีเซอรอลในการเพิ่มอายุการเก็บของนางเล็ดและซอส</li> <li>- การใช้แป้งข้าวกล้องและผักทองผงในการปรับปรุงเนื้อสัมผัส</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การผลิตน้ำเคลสกัดเย็น</li> <li>- ขนมปังกรอบโรยหน้ากากเคล (เคลปังกรอบ)</li> <li>- ทongs ม้วนเคล</li> <li>- พาสต้าเคล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นน้ำเคลสกัดเย็นที่ผลิตวันต่อวันมีความสด สะอาด รสชาติดีเหมาะกับคนรักสุขภาพ ในชุมชนยังไม่มีจำหน่ายหรือทราบประโยชน์ของเคลในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้</li> <li>- เป็นการนำกากใยเคลที่ได้จากการสกัดน้ำเคลสกัดเย็นมาใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่า</li> <li>- เป็นการเพิ่มมูลค่าของทongs ม้วนโดยการนำใบเคลมาเป็นส่วนผสมในการทำขนม ไม่มีการทำสูตรเคลทongs ม้วนมาก่อน</li> <li>- เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเคลโดยทำเป็นผงแล้วนำมาผสมกับแป้งพาสต้า นำไปทำอาหารที่มีการเพิ่มมูลค่าจากเส้นสดพาสต้า ยังไม่มีการจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการนำผักชนิดอื่นมาผสมเช่นผักโขม เป็นต้น และเป็นการทำจำหน่ายเป็นเส้นสดและแปรรูปอาหารเป็นที่แรกในชุมชน</li> </ul>
Mask Drop	ในพื้นที่ยังไม่มีวิสาหกิจชุมชนทำการคิดค้น Mask Drop จากน้ำมันหอมระเหย
เครื่องเหลาก้านจาก	เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้การเหลาก้านจากเพื่อจะทำจกสานมีความเรียบ ขนาดแต่ละใกล้เคียงกันทำให้ชิ้นงานในการจักสานมีความละเอียดสวยงาม

# การเกิดผู้ประกอบการจริง (ภาคเกษตร/ภาคบริการ) ที่แข่งขันในตลาดจริงในพื้นที่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	สิ่งที่จัดจำหน่าย	ตลาดที่จัดจำหน่าย
<p>กลุ่มผู้อบรมและได้รับผลกระทบโควิด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้า</li> <li>- เข้าอบรมการตลาดออนไลน์</li> <li>- โรงเรียนและผู้ปกครอง</li> </ul>	<p>เห็ด ผักเคล จักสานจากจาก ปลาสดทอดกรอบ น้ำพริกพลาสติก กะปิ กะปิหวาน</p> <p>กล้วยตาก อาหารทะเลแห้ง น้ำพริกไข่เค็ม ทองม้วน ขนมนางเล็ด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดจริงใจ</li> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (พาราไดซ์ ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค พอร์จูน)</li> <li>- ตลาดออนไลน์ (เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ผู้ประกอบการ)</li> <li>- ส่งออกตลาดไทยในเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิสาหกิจชุมชนจรัญพลาสติกหอมบางป่อ</li> <li>- วิสาหกิจชุมชนรวมดาวท้ายบ้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำพริกพลาสติกหอม</li> <li>- กะปิหวานทรงเครื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (เดอะไนน์ และพาราไดซ์)</li> <li>- ตลาดนัดสินค้าอุปโภคบริโภคราคาประหยัดของจังหวัด</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิสาหกิจชุมชนบางโปรงอนุรักษ์ถิ่น</li> <li>- วิสาหกิจชุมชนขนมบางเมือง</li> <li>- วิสาหกิจชุมชนภูไท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- น้ำพริกเผาไข่เค็ม</li> <li>- นางเล็ดสูตรซอสมะคั่ว</li> <li>- ทองม้วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดจริงใจ</li> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (เดอะไนน์ และพาราไดซ์) และตลาดนัดของหน่วยงานจังหวัด</li> <li>- ตลาดนัดสินค้าอุปโภคบริโภคราคาประหยัดของจังหวัด</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรพื้นบ้านหมอบุญเรืองแพทย์แผนไทย</li> <li>- วิสาหกิจชุมชนศูนย์เรียนรู้บ้านบางปลากด และกลุ่มรักษ์บางเสาธง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยาสีฟันสมุนไพรสูตรเข้มข้นหมอบุญเรือง (ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเดิม เช่น ผงแช่เท้า ยาหม่อง ชาใบหม่อน ฯลฯ)</li> <li>- Mask drop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดจริงใจ</li> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (เดอะไนน์ และพาราไดซ์) และตลาดนัดของหน่วยงานจังหวัด</li> <li>- ตลาดนัดสินค้าอุปโภคบริโภคราคาประหยัดของจังหวัด</li> <li>- ตลาดออนไลน์ (เพจเฟซบุ๊ก)</li> <li>- ร้านประจำ (lasunya, ร้านยา ร้านของสมาชิกร่วมทุน)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิสาหกิจชุมชน บ้านสีเขียว ณ บางตัวน</li> <li>- วิสาหกิจชุมชน เกษตรพัฒนา บางตัวน</li> </ul>	<p>ผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ (ต้นเคล/ใบเคล/น้ำหมักมูลไส้เดือน/ดินมูลไส้เดือน)</p> <p>ผลิตภัณฑ์กลางน้ำ (น้ำเคลสกัดเย็น/ขนมปังหน้ากากเคล (เคลปังกรอบ) /เคลทองม้วน/คุกกี้เคล/เคลถั่วอบกรอบสมุนไพร/พาสต้าเคล)</p> <p>ก้อนเห็ดหูหนู/ก้อนเห็ดภูฐาน/เห็ดหูหนูสด/เห็ดหูหนูแห้ง/ก๊วยซ่าเห็ดหูหนู/แหนมเห็ด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดจริงใจ</li> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (เดอะไนน์ และพาราไดซ์) และตลาดนัดของหน่วยงานจังหวัด</li> <li>- ตลาดออนไลน์ (เพจเฟซบุ๊ก)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มจักสาน ณ บางตัวน</li> <li>- วิสาหกิจชุมชนบาติกเฮ้าส์</li> </ul>	<p>ผลิตภัณฑ์จักสานก้านจาก</p> <p>ผ้ามัดย้อมเปลือกลูกจาก และ Eco-print</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดจริงใจ</li> <li>- ตลาดแสดงสินค้า (เดอะไนน์ และพาราไดซ์) และตลาดนัดของหน่วยงานจังหวัด</li> <li>- ตลาดออนไลน์ (เพจเฟซบุ๊ก)</li> </ul>

# สิ่งที่ชุมชนเรียนรู้

	ประเด็นเรียนรู้	เรียนรู้ได้อย่างไร	ความสำเร็จที่เกิดขึ้น เกิดจากเงื่อนไขใดบ้าง
ด้านการตลาด	การเข้าสู่ตลาดเฉพาะทาง (Niche Market)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ทดลองจริงโดยการนำสินค้าเข้าตลาดจริงใจ</li> <li>- การทดลองจัดแสดงสินค้าออนไลน์ในห้างสรรพสินค้า</li> <li>- การจัดตลาดแสดงสินค้าในพื้นที่แต่ละอำเภอ</li> <li>- การออกแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับตลาด การคิดต้นทุน และกำไร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แคนนำที่มีความเข้มแข็ง และได้รับการยอมรับจากสมาชิก</li> <li>- ความร่วมมือของภาคเอกชน</li> <li>- ความร่วมมือของภาครัฐ</li> </ul>
	การเข้าสู่ตลาดออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเข้าอบรมตลาดออนไลน์</li> <li>- การทดลองเปิดเพจขายสินค้า</li> <li>- การให้ความรู้ด้านการขนส่ง และการลงทะเบียนในระบบขนส่งเพื่อใช้ในการส่งสินค้า</li> <li>- การออกแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับตลาด การคิดต้นทุน และกำไร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพร้อมของเครื่องมือ/โทรศัพท์</li> <li>- ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี และความพร้อมของผู้ดูแลระบบ</li> <li>- การพัฒนาระบบการขาย เช่น การรับ order การปิดการขาย การชำระเงิน การขนส่ง ฯลฯ</li> </ul>
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารให้ได้มาตรฐาน และสามารถยืดอายุได้นาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเข้ารับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการทดลองผลิตจริง การทำให้เห็นความสำคัญของวัตถุดิบ โดยผู้ประกอบการมีส่วนร่วม</li> <li>- การเข้าร่วมอบรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าด้านอาหาร และเครื่องสำอาง</li> <li>- การเข้าสู่มาตรฐานอาหารปลอดภัย เช่น อย. GMP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพร้อมของเครื่องมือ, อุปกรณ์ และสถานที่ผลิตตามหลักสุขาภิบาลอาหาร</li> <li>- การปรับเปลี่ยน Mindset ของผู้ประกอบการให้เห็นความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น</li> <li>- ความร่วมมือของภาครัฐในการให้ข้อมูลและสนับสนุนการจัดการ</li> </ul>
	การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรให้ได้มาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอบรมเรื่องมาตรฐานสถานที่ผลิต</li> <li>- เรียนรู้และหาข้อมูลเพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์เดิมที่วิสาหกิจชุมชนมีอยู่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีเครื่องมือและสถานที่ในการผลิตที่ได้มาตรฐาน อย.</li> </ul>
	การออกแบบบรรจุภัณฑ์	การประชุมระหว่างนักวิจัยกับผู้ประกอบการในออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ปลอดภัยในการผลิต การซื้อบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสติ๊กเกอร์ ข้อมูลต่างๆที่ต้องมีบนฉลาก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การปรับเปลี่ยน Mindset ของผู้ประกอบการ ให้เปิดรับเทรนด์ใหม่ ๆ ในปัจจุบัน และการทดสอบให้เห็นความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสินค้า</li> </ul>
	การทำ OEM	การทดลองทำจริง และร่วมกันแก้ไขปัญหา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แคนนำและสมาชิกเห็นความสำคัญในการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน</li> <li>- การมีเงินทุน</li> </ul>
ด้านการรวมกลุ่ม	การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ (กลุ่มฮักสมุทรปราการ, ศูนย์เรียนรู้ผักและเคล, กลุ่มธนาคารขยะออมทรัพย์) และการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การประชุมเพื่อระดมความเห็นในการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่</li> <li>- การกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม การเลือกสมาชิก การรับสมัครสมาชิก และการวางแผนการดำเนินงานจริง</li> <li>- การวางแผนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ วางเป้าหมาย และผลประโยชน์ร่วมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แคนนำที่มีความเข้มแข็ง และได้รับการยอมรับจากสมาชิก</li> <li>- ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของสมาชิก และความเข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน</li> <li>- วัตถุประสงค์ของกลุ่มต้องชัดและทำได้จริง เช่น เกิดการปันผลจริง</li> <li>- การมีแผนงานและจัดกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม การช่วยเหลือและสนับสนุนสมาชิก และเกิดรายได้ เช่น ช่องทางตลาดใหม่ๆ การหนุนเสริมองค์ความรู้</li> <li>- นักวิจัยมีบทบาทเป็นที่ปรึกษา</li> <li>- การยอมรับของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน</li> </ul>



# กลไกความร่วมมือเชิงพื้นที่ในระดับจังหวัด

## กลไกการบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้แก่วิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19

กลุ่มอัครสมุทรปราการ  
ศูนย์เรียนรู้ของกลุ่มเคล/เห็ด  
สถาบันการศึกษา ฯลฯ



ภาคประชา  
สังคม /  
ภาควิชาการ

ระบบและกลไก  
การบริหารจัดการ  
ภายใต้  
“ข้อตกลงร่วมกัน”

ภาคเอกชน

ภาครัฐ



สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด : ตลาดกลุ่ม OTOP (online/event)  
สำนักงานพาณิชย์จังหวัด : Bizz Club, การ Matching, ตลาด online/event  
สำนักงานเกษตรจังหวัด : ตลาด event สินค้าเกษตร  
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

ฯลฯ

คณะทำงานขับเคลื่อน  
นโยบายสมุทรปราการโมเดล



คณะทำงานขับเคลื่อนการนำ  
ผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์  
เพื่อการยกระดับ และการสร้างรายได้  
ให้กับเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน

ขับเคลื่อนผ่าน

เป้าหมาย

สร้างรายได้ พึ่งพาตนเอง และมีคุณภาพที่ชีวิตดีขึ้น

ส่งเสริมและผลักดัน  
เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน

ระบบและกลไก  
การบริหารจัดการ

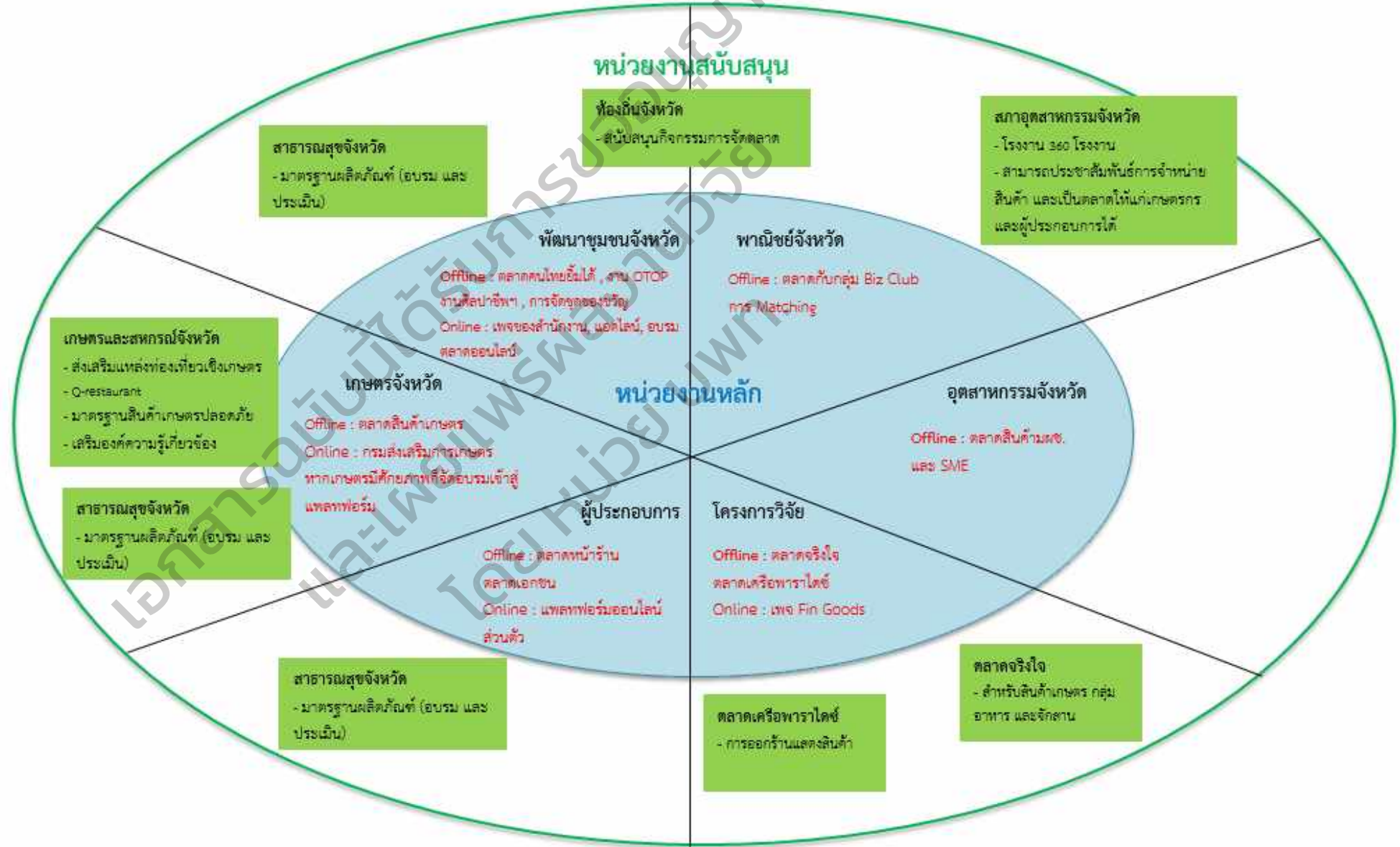
การบริหาร  
จัดการ  
ภาคีเครือข่าย

การบริหาร  
จัดการ  
กลุ่มเป้าหมาย  
(วิสาหกิจชุมชน)





# กลไกความร่วมมือเชิงพื้นที่ในระดับจังหวัด



# กลไกความร่วมมือระดับผู้ประกอบการ



## เป้าหมายของการจัดตั้งกลุ่ม "ฮักสมุทรปราการ"

คือ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ ในการจัดการเรื่องช่องทางตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ให้สามารถจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ ที่เคยมีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาเพิ่มเติมช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายอย่างเหมาะสมกับสมาชิกกลุ่มให้มากขึ้น

## วัตถุประสงค์การดำเนินงานของกลุ่ม กำหนดไว้ 3 ประการ ได้แก่

- 1) ส่งเสริมและร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสมาชิกให้ได้มาตรฐาน ที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้น
- 2) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานให้สามารถเข้าสู่ช่องทางตลาดในระดับที่สูงขึ้นและหลากหลายช่องทาง
- 3) สร้างระบบสนับสนุนช่วยเหลือสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสม

## โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่ม ประกอบด้วย

1. ประธาน : คุณจรรย์ แสงวัฒน์
2. รองประธาน : คุณขวัญเมือง อยู่นาน
3. เลขขา : คุณนรินทร์ เฉลิมลอย
4. เภรัญญิก : คุณบังอร กรุดภู
5. บัญชี : สมคิด น่วมศิริ+ชฎาพร ชมภูแสง
6. การตลาดและประสานงาน : สุกรี รุ่งประกิ์ไพบุลย์
7. ประชาสัมพันธ์ : ชมภัสสร ประกิน



# การผลักดันเพื่อเข้าสู่นโยบาย/ในระดับจังหวัดหรือประเทศ

## ข้อเสนอต่อจังหวัดสมุทรปราการ

### 1. ด้านโครงสร้างการจัดการ



### 2. ด้านนโยบาย

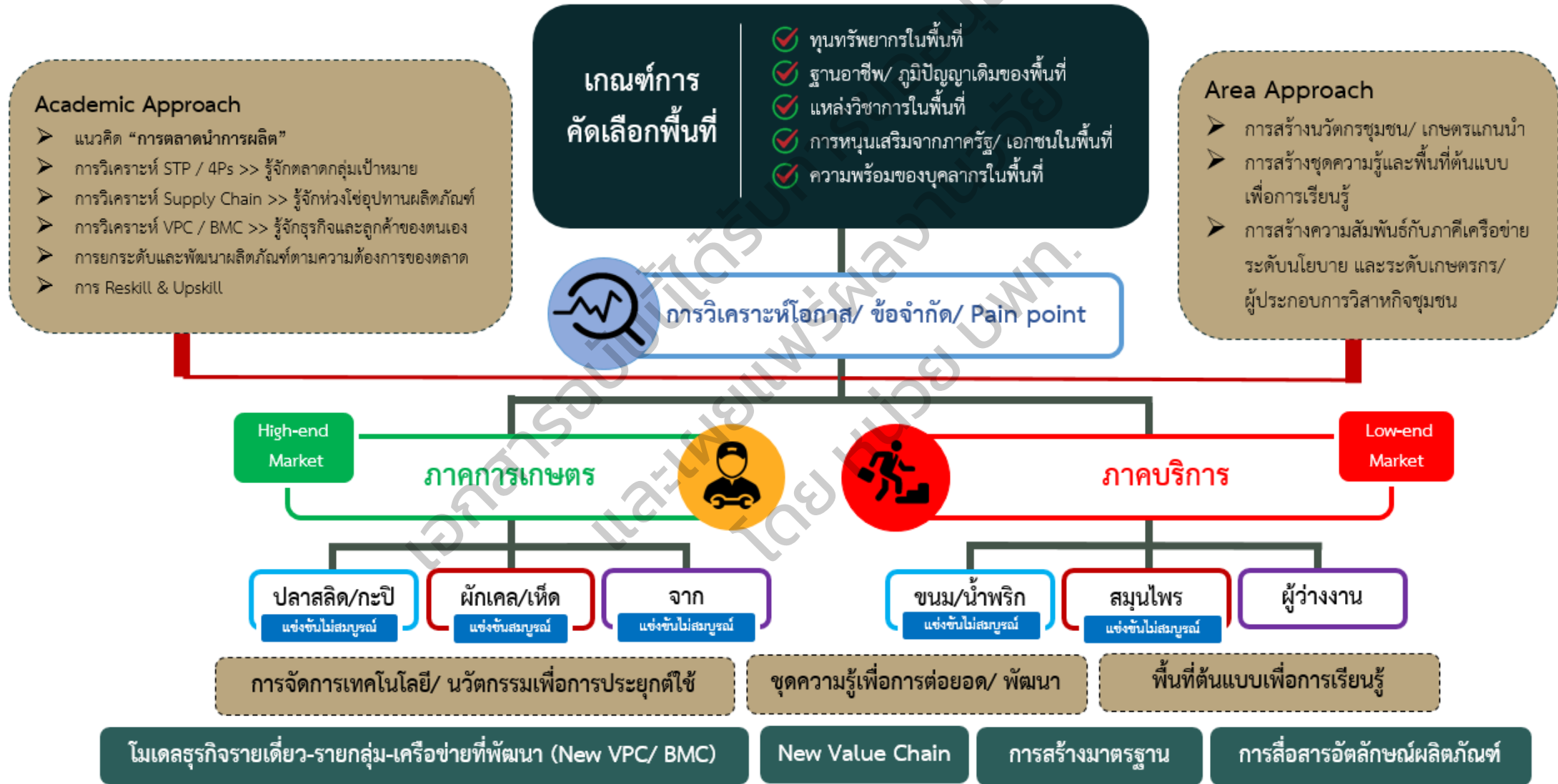


- การใช้แนวคิด “การตลาดนำการผลิต” และการนำตัวแบบเชิงธุรกิจที่พัฒนาขึ้นมาประยุกต์ใช้
- การจัดหาสถานที่กลางเพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หรือทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่มีศักยภาพ และเครื่องมืออุปกรณ์ เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถมาขอใช้บริการได้ในราคาที่ไม่แพง ลดความเสี่ยงในการลงทุน
- การจัดหาสถานที่แหล่งรวมในการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย
- การส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์
- การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น ตลาดจริงใจ ห้างพาราไดซ์ ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในการขอความอนุเคราะห์สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าของจังหวัด



# การผลักดันเพื่อเข้าสู่นโยบาย/ในระดับจังหวัดหรือประเทศ

## Platform การสร้าง Business Model จังหวัดสมุทรปราการ



# Supply Chain

- วสช. บ้านสีเขียว ณ บางด้วน

## ต้นทุน



ต้นทุนวัตถุดิบ  
(เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าพื้นที่)  
รวม 4,500 บ./เดือน

ต้นทุนสไลด์โรล 25 บ./กล่อง

## ผลิตผล



ผักสลัด 90% (กก.ละ 100 บาท)  
ROI 141%

สไลด์โรล 5% (กล่องละ 40 บาท)  
ROI 60%

## ช่องทางการตลาด



ส่งที่หน่วยงานราชการ เช่น โรงพยาบาล  
สรรพากร ส่งที่ตลาดชุมชน 90%



หน้าร้าน (บ้าน 10%)

8,000 บ./เดือน



# New Supply Chain

วสช. บ้านสีเขียว ณ บางด้วน

## ต้นทุน

- ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าพื้นที่  
รวม 4,500 บ./เดือน
- ค่าเมล็ดพันธุ์สลัด รวม 300 บ./เดือน  
ค่าเมล็ดเคล รวม 150 บ./เดือน
- ปุ๋ยผักสลัด รวม 1,500 บ./เดือน  
ปุ๋ยหมักเคล รวม 500 บ./เดือน
- ต้นทุนต้นเคล 20 บ./กระถาง
- ต้นทุนใบเคล 100 บ./กก.
- ต้นทุนน้ำเคล 50 บ./ขวด

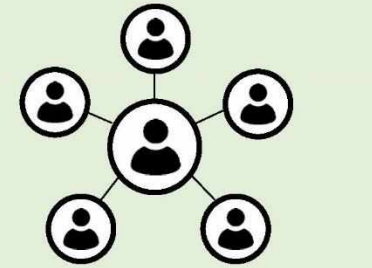
หมายเหตุ คือ \*สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจัดจำหน่าย

## ผลิตผล

- ผักสลัด (60%)\* กก.ละ 200 บาท  
ROI 264% เพิ่มขึ้นจากเดิม 123%
- ต้นเคล (20%)\* ต้นละ 50 บาท  
ROI 150%
- ใบเคล (15%)\* กก. 300 บาท  
ROI 200%
- น้ำเคล (4%)\* ขวดละ 80 บาท  
ROI 60%
- อื่น ๆ เช่น เคลปังกรอบ เคลทองจีบ  
กรอบ ทองม้วนเคล คุกกี้เคล เส้นพาสต้า  
เคล และน้ำหมักมูลไส้เดือน ดินมูล  
ไส้เดือน ปุ๋ยหมักชีวภาพ ประมาณ (1%)

## ช่องทางการตลาด

- ตลาดบางน้ำผึ้ง 5%
- หน้าร้าน (บ้าน) สมาชิกกลุ่ม/ผู้สนใจ 5%
- ตลาดจริงใจ 80%  
ห้างเซ็นทรัลพลาซ่า บางนา
- ตลาดออนไลน์ 3%
- ออกร้านของหน่วยงาน 7%



ศูนย์การเรียนรู้การปลูก  
การแปรรูปและการขาย  
(อบรมให้ความรู้/รับซื้อใบเคล)

- กคน. สป
- กษ.จว
- พณ.จว

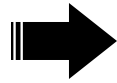
บริหารจัดการกลุ่มและศูนย์เรียนรู้ให้เข้มแข็งจัดกิจกรรมเป็นระยะ ที่สามารถก่อให้เกิดรายได้ที่เกื้อกูลกันในชุมชน

สมาชิกกลุ่มขายผล มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เคลให้สมาชิกชุมชนและมีการช่วยแรงงานในการปลูกเคล

# การผลักดันเพื่อเข้าสู่นโยบาย/ในระดับจังหวัดหรือประเทศ

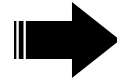
## 3. ด้านเครื่องมือและกลไก

ฐานข้อมูล



ข้อมูลของเกษตรกรและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งต้องมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน โดยการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย แผนงาน และการบริหารจัดการของจังหวัด

การรวมกลุ่มเกษตรกร/  
ผู้ประกอบการ



ภาครัฐสนับสนุนทรัพยากร งบประมาณ หรือองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็น ให้กับเกษตรกร/ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนรวมตัวกัน ให้สามารถบริหารจัดการตนเองได้ มีอำนาจต่อรอง และมีความสามารถในการแข่งขัน

แพลตฟอร์มตลาดสินค้าออนไลน์



การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค และยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์



# การผลักดันเพื่อเข้าสู่นโยบาย/ในระดับจังหวัดหรือประเทศ

## 4. ด้านข้อเสนอรายการโครงการวิจัยย่อยระดับนโยบาย

### โครงการย่อยที่ 1

**ด้านนโยบาย** **ปลายทาง** 1. การสร้างโครงข่ายทางการตลาดใหม่ที่เชื่อมโยงในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ มุ่งเน้น 2 หน่วยงานรัฐ ที่ให้ความสำคัญต่อช่องทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด)

2. การสร้างความเข้าใจผลักดันสินค้าเข้าสู่ตลาดระดับบน ต้องมีระบบมาตรฐานสินค้าโดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ (**ผู้เกี่ยวข้อง**: หน่วยงานสำนักงานประมงจังหวัด และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด)

### โครงการย่อยที่ 2

**ด้านนโยบาย** **กลางน้ำ** 1. จัดตั้งศูนย์จัดจำหน่าย OTOP ของสมุทรปราการ

**และปลายทาง** 2. เชื่อมโยงเครือข่ายตลาดออนไลน์

3. งบประมาณและบุคลากรที่ให้คำแนะนำในการปรับสถานที่ให้ถูกหลัก อย. เพื่อให้สินค้าสามารถขึ้นทะเบียนเลขสารบบอาหาร

4. จัดตั้งศูนย์กลางรับผลิต/แปรรูปสินค้าจากปลาสด (**ผู้เกี่ยวข้อง**: 1.วิสาหกิจชุมชนชาวลิ้มรส/ เครือข่ายผู้แปรรูปปลาสดจังหวัด สมุทรปราการ/ วิสาหกิจชุมชนแม่อำวนปลาสดบางบ่อ/ พาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการ/ สาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ/ อุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ)

### โครงการย่อยที่ 3

**ด้านนโยบาย** **กลางน้ำ** 1. จัดตั้งศูนย์จัดจำหน่าย OTOP ของสมุทรปราการ

**และปลายทาง** 2. เชื่อมโยงเครือข่ายตลาดออนไลน์

3. งบประมาณและบุคลากรที่ให้คำแนะนำในการปรับสถานที่ให้ถูกหลัก อย. เพื่อให้สินค้าสามารถขึ้นทะเบียนเลขสารบบอาหาร (**ผู้เกี่ยวข้อง**: วิสาหกิจบางโปรง/ วิสาหกิจบางเมือง/ วิสาหกิจกุไฮ/ พาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการ/ สาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ)

### โครงการย่อยที่ 4

**ด้านนโยบาย** **กลางน้ำ** 1. ระบบการสนับสนุนให้วิสาหกิจแปรรูปสมุนไพรเข้าสู่มาตรฐาน

2. ระบบเพาะกล้า สำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ยังไม่พร้อมในการลงทุนสถานที่ผลิตของตนเอง

3. ระบบพี่เลี้ยง สำหรับวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการสร้างสถานที่ผลิตมาตรฐาน (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สสจ : มาตรฐาน/ เกษตรจังหวัด : ประเมินความพร้อมและศักยภาพวิสาหกิจชุมชน)

### โครงการย่อยที่ 5

**ด้านนโยบาย** **ต้นน้ำ** 1. การมีแผนส่งเสริมให้เคลและเห็ดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน

2. การมีแผนการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์เคลและเห็ดอย่างต่อเนื่อง

3. การจัดตั้งหน่วยงานที่เป็นพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำและสนับสนุนทรัพยากรในระหว่างการผลิตด้านโรคพืชและแมลงในพื้นที่ชุมชน (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สنج.เกษตร)

**กลางน้ำ** 1. จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะที่จำเป็นให้กับผู้นำกลุ่ม/สมาชิก เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการประกอบอาชีพ เช่น การขายของออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันของขนส่งต่างๆ เพื่อทำการค้าขาย การทำการตลาดให้เหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

2. มีกิจกรรมการส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์เคลและเห็ดไปแปรรูปในผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สنج.เกษตร/สจ.พ.จ.ว./พช)

**ปลายทาง** 1. การจัดทำเครือข่ายทางการตลาดหรือช่องทางการตลาด

2. การจัดการกลไกการจำหน่ายสินค้าในช่องทางจังหวัด มีข้อกำหนด แนวปฏิบัติ การให้ความรู้แก่เกษตรกร มีรูปแบบที่ชัดเจนสร้างการรับรู้โอกาสการจำหน่ายสินค้า (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สنج.เกษตร/สจ.พ.จ.ว./พช)

**อื่น ๆ** 1. กลไกการบริหารจัดการกลุ่มด้านการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดที่สูงขึ้น

2. การติดต่อกับตลาดเอกชน การสร้างโอกาสการรับรู้แก่เกษตรกร (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สจ.พ.จ.ว./พช)

### โครงการย่อยที่ 6

**ด้านนโยบาย** **ต้นน้ำ** การมีแผนการบริหารจัดการเศษวัสดุเหลือใช้จากธรรมชาติ (**ผู้เกี่ยวข้อง**: อบต. บางด้วน/ วัดบางด้วน/ โรงเรียน/ ชุมชน)

**กลางน้ำ** กิจกรรมการส่งเสริมให้นำเศษวัสดุจากธรรมชาติมาเพิ่มมูลค่า (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สنج.เกษตร/สจ.พ.จ.ว./พช/อบต.)

**ปลายทาง** 1. การจัดทำเครือข่ายทางการตลาดหรือช่องทางการตลาด

2. การจัดการกลไกการจำหน่ายสินค้าในช่องทางจังหวัด มีข้อกำหนด แนวปฏิบัติ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อสร้างการรับรู้และโอกาสการจำหน่ายสินค้า

3. การสร้างภาคีเครือข่ายของหน่วยราชการกับชุมชน (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สنج.เกษตร/สจ.พ.จ.ว./พช/อบต.)

**อื่น ๆ** กลไกการบริหารจัดการกลุ่มด้านการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดที่สูงขึ้น (**ผู้เกี่ยวข้อง**: สจ.พ.จ.ว./พช)



Next

Movement

# ข้อเสนอการศึกษาวิจัยระยะต่อไปของโครงการวิจัยย่อย

## โครงการย่อยที่ 1

**ปลายทาง** สร้างตลาดนัดจัดจำหน่ายสินค้าถาวร  
(ผู้เกี่ยวข้อง: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ให้พื้นที่การจัดตลาดนัด)

## โครงการย่อยที่ 2

**กลางน้ำ**

- ผลิตภัณฑ์พลาสติกแตกเตี้ยพร้อมบริโภาค : ปรับปรุงลักษณะเนื้อสัมผัส
- ผลิตภัณฑ์พลาสติกแผ่นพร้อมบริโภาค : ปรับแต่งกลิ่นรสกลบกลิ่นคาวปลา ปรับลักษณะปรากฏและเนื้อสัมผัส
- ผลิตภัณฑ์พลาสติกห่อครอบโดยใช้เครื่องทอดสุญญากาศ : เพิ่มความหลากหลายด้านรสชาติ เช่น รสไข่เค็ม รสยำแซบ
- ผลิตภัณฑ์น้ำมันพลาสติกสำหรับบริโภาค : ทำเป็นรูปแบบแคปซูล, ทำบริสุทธิ์, เพิ่มความเข้มข้นของโอเมก้า

(ผู้เกี่ยวข้อง: วิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ/ เครื่องช่วยผู้แล่พลาสติกจังหวัดสมุทรปราการ/ วิสาหกิจชุมชนแม่อำนวยพลาสติกบางบ่อ)

## โครงการย่อยที่ 3

**กลางน้ำ**

- น้ำพริกเผาไข่เค็ม : เพิ่มระดับความเผ็ด, น้ำพริกเผาแบบแผ่น
- นางเล็ด : จำนวนการทอดซ้ำของน้ำมัน
- ทองม้วน : เพิ่มความหลากหลายของรสชาติ

(ผู้เกี่ยวข้อง: วิสาหกิจบางโปรง/ วิสาหกิจบางเมือง/ วิสาหกิจภูไท)

## โครงการย่อยที่ 4

**กลางน้ำ** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถวางขายในตลาดที่หลากหลายมากขึ้น  
ควรศึกษาแนวทางเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้เข้าสู่มาตรฐานตามกฎหมายอย่างเป็นระบบ

**ปลายทาง** การพัฒนาช่องทางการตลาดอย่างยั่งยืน ต้องปรับให้เหมาะสมกับประเภทผลิตภัณฑ์ ศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชน

## โครงการย่อยที่ 5

**ต้นน้ำ** 1. การศึกษาองค์ประกอบปริมาณสารสำคัญในผักเคลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเปรียบเทียบกับแหล่งปลูกอื่น  
2. ศึกษาสภาวะและวัสดุที่เหมาะสมในการปลูกให้มีคุณภาพแม้มิมีพื้นที่จำกัด

**กลางน้ำ** การแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางอาหารและคุณค่าทางโภชนาการเช่น functional food, medical food เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

**ปลายทาง**

- การพัฒนากลไกการทำงานศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนรองรับการสร้างอาชีพ สร้างรายได้
- การพัฒนาหน่วยงานพี่เลี้ยงที่ส่งเสริมทักษะทางการตลาดและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานให้สร้างความยั่งยืนในชุมชน

## โครงการย่อยที่ 6

**ต้นน้ำ** การศึกษาองค์ประกอบปริมาณสารสำคัญในปุ๋ยที่ได้จากเศษวัสดุธรรมชาติก้านจากเป็นส่วนผสม  
(ผู้เกี่ยวข้อง: วัดและโรงเรียน/ หน่วยงานการศึกษาและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง)

**กลางน้ำ** 1. การแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์  
2. การนำเศษวัสดุเหลือใช้ในชุมชนมาเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปต่าง ๆ  
(ผู้เกี่ยวข้อง: หน่วยงานการศึกษาและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง)

**ปลายทาง** 1. การพัฒนากลไกการทำงานศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนรองรับการสร้างอาชีพ สร้างรายได้  
2. การพัฒนาหน่วยงานพี่เลี้ยงที่ส่งเสริมทักษะทางการตลาดและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานให้สร้างความยั่งยืนในชุมชน  
3. การพัฒนาส่งเสริมกลุ่มการแปรรูปเศษวัสดุเหลือใช้เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ธนาคารขยะออมทรัพย์)  
4. การสร้างเครือข่ายชุมชนที่เพิ่มมูลค่าของที่เหลือใช้ในชุมชน (ธนาคารขยะออมทรัพย์)

(ผู้เกี่ยวข้อง: สนง.เกษตร/สนง.พณ.จว./พช/อบต.)

## ส่วนที่ 4 Key Result



เอกสารฉบับนี้ได้รับการขออนุญาต  
และเผยแพร่ผลทางวิจัย  
โดย หน่วย บพท.



ผลผลิต (output) ที่ระบุไว้ในสัญญา	ผลการดำเนินงาน	บรรลุเป้าหมาย
1. เกษตรกร/แรงงานภาคบริการที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เพิ่มขึ้นสุทธิ 30% หรือเพิ่มขึ้นสุทธิ 10,000 บาทต่อครัวเรือน	- หากพิจารณาค่า ROI มีครัวเรือนที่มีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้นก่อนเข้าโครงการ ROI มากกว่า 30% จำนวนทั้งสิ้น 97 ครัวเรือน จากจำนวน 312 ครัวเรือน หากพิจารณา ROI ที่เพิ่มขึ้นจำแนกตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มอาหารและขนม ROI เพิ่มขึ้น 14.78 - 162.27 % กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ROI เพิ่มขึ้น 15.15 - 56.00 % กลุ่มผักและเห็ด ROI เพิ่มขึ้น 13.4 - 123% และกลุ่มผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ROI เพิ่มขึ้น 24.4 - 53 % - หากพิจารณารายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นต่อเดือนภายหลังเข้าร่วมโครงการ พบว่า สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน จำนวน 140 ครัวเรือน สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น 1,001- 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 36 ครัวเรือน สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น 2,001 - 4,000 บาทต่อเดือน จำนวน 11 ครัวเรือน สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น 4,001 - 6,000 บาทต่อเดือน จำนวน 91 ครัวเรือน สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น 6,001 - 8,000 บาทต่อเดือน จำนวน 1 ครัวเรือน สมาชิกที่รายได้สุทธิเพิ่มขึ้น มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 2 ครัวเรือน และยังไม่เกิดรายได้ในขณะนี้ จำนวน 31 ครัวเรือน	×
2. จำนวนครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า 300 ครัวเรือน	จำนวนครัวเรือนเข้าร่วมโครงการ 312 ครัวเรือน	✓
3. เกิดนวัตกรรม อย่างน้อย 10 คน	เกิดนวัตกรรม จำนวน 13 คน	✓
4. เกิดกลไกจังหวัดขับเคลื่อนตัวแบบเชิงธุรกิจสมุทรปราการที่ประกอบด้วย ภาคประชาสังคม (ชาวบ้าน)/หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานภาคเอกชน และมหาวิทยาลัย (นักวิชาการ) จำนวน 1 กลไก	กลไกจังหวัดขับเคลื่อนตัวแบบเชิงธุรกิจสมุทรปราการ โดยมีกลไกระดับนโยบายที่สำคัญ คือ “คณะทำงานขับเคลื่อนการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อการยกระดับ และการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน” และระดับผู้ประกอบการ คือ “กลุ่มผู้ประกอบการ”	✓
5. ชุดความรู้ตัวแบบเชิงธุรกิจที่พร้อมขยายผล อย่างน้อย 5 ชุดความรู้	เกิดชุดความรู้ตัวแบบเชิงธุรกิจ 6 ชุดความรู้ ได้แก่ 1) ชุดองค์ความรู้ทางการตลาดออนไลน์ และระบบบันทึกบัญชี 2) ชุดความรู้การผลิตสินค้าด้านอาหาร (กะปิและปลาสด) 3) ชุดความรู้การผลิตสินค้าด้านอาหาร (ขนมและน้ำพริก) 4) ชุดความรู้มาตรฐานสถานที่ผลิตสำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง 5) ชุดความรู้ด้านการปลูก การแปรรูป และการตลาดผักเคล และเห็ด และ 6) ชุดความรู้โครงการขยายการตลาด	✓
6. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายระดับพื้นที่และได้โครงการนำร่องของจังหวัดสมุทรปราการเพื่อสนับสนุน Local Business ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 จำนวน 5 ชุดข้อเสนอ	เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายระดับพื้นที่และได้โครงการนำร่องของจังหวัดสมุทรปราการเพื่อสนับสนุน Local Business ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 จำนวน 6 ชุดข้อเสนอ ทั้งในระดับชุดโครงการ และโครงการวิจัยย่อยที่ 2-6	✓
7. มีการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างน้อย 5 ผลงาน	มีการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านช่องทางต่าง ๆ มากกว่า 5 ช่องทาง จำนวนมากกว่า 50 ผลงาน	✓
8. เกิดการจัดเวทีเพื่อสรุปผล ถอดบทเรียน ออกแบบและสร้างกลไกการบริหารจัดการกลุ่มโครงการขยายการตลาดวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 ครั้ง	เกิดการจัดเวทีเพื่อสรุปผล ถอดบทเรียน ออกแบบและสร้างกลไกการบริหารจัดการกลุ่มโครงการขยายการตลาดวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ เวทีระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเวทีระดับส่วนราชการ และภาคเอกชน	✓

## ส่วนที่ 5 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



เอกสารฉบับนี้เป็นทรัพย์สินของอนุญาต  
และเผยแพร่เพื่อการใช้งานวิจัย  
โดย หน่วย บพท.

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	การนำไปใช้ประโยชน์
<p>จังหวัดสมุทรปราการ</p> 	<p><b>การหารือเพื่อจัดทำแนวทางความร่วมมือ</b></p> <p>ด้านกลางน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม และมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติในการเป็นแหล่งผลิต OEM ให้กับวิสาหกิจชุมชนในราคาที่เป็นธรรม และจำนวนการผลิตไม่เป็นภาระแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน</p> <p>ส่วนด้านปลายน้ำ อยู่ในระหว่างการจัดทำความร่วมมือกับตลาดจริงใจ และตลาดเครือข่ายได้อย่างเป็นทางการ หลังจากที่ได้มีการจัดจำหน่ายสินค้า และจัดงานตลาดอีเว้นท์หลายครั้งแล้ว โดยมีกลุ่มฮักสมุทรปราการเข้ามามีส่วนร่วม</p>
<p>สำนักงานเกษตรจังหวัด</p> 	<p><b>การรับช่วงต่อในการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ผักและเคล ให้เป็นงานส่วนหนึ่งของศูนย์ศพก. และปัจจุบันมีการตั้งหน่วยงานในการดูแลเรื่องการอารักขาพืชในพื้นที่ตำบลบางด้วนแล้ว</b> อันเนื่องมาจากจากการมีกิจกรรมในพื้นที่</p>
<p>สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด</p> 	<p>ได้ให้คำแนะนำเรื่องสถานที่ผลิตน้ำเคลสกัดเย็นแก่วิสาหกิจชุมชนบ้านสี่เหลี่ยม ณ บางด้วน และสถานที่ผลิตเห็ดหูหนูอบแห้งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรพัฒนา บางด้วน และได้ประสานและ<b>ตั้งเรื่องของบประมาณในการวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์</b> ซึ่งจะขยายไปยังกลุ่มอื่นๆ ด้วย</p>
<p>สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำผลการศึกษา “การวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตน้ำมันปลาสดจากการแล่ปลาสด: น้ำมันปลาสด” และ “การวิจัยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเฮอร์เทิลในการผลิตผลิตภัณฑ์ปลาสดแช่แข็งในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา” ไปต่อยอดของ<b>งบประมาณ BCG</b> นอกจากนั้น ยังประสานกับคณะนักวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ 4 ในการตั้งของงบประมาณ BCG เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะม่วง เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง</li> <li>- ให้ข้อมูล และประสานการ<b>จัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยถูก</b>ให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มฮักสมุทรปราการ (วิสาหกิจชุมชนกะปิคลองด่าน ชุมชน 3) เพื่อการลงทุนเรื่องสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐาน</li> </ul>
<p>สำนักงานพาณิชย์จังหวัด</p> 	<p>ร่วมกับคณะนักวิจัยโครงการย่อยที่ 1 ในการ<b>จัดตลาดแสดงสินค้าให้กับผู้ประกอบการ</b> ในพื้นที่ศาลาว่าการสมุทรปราการ และอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัด</p>
<p>อบต.บางด้วน</p>	<p><b>สนับสนุนการดำเนินงานการจัดตั้งธนาคารขยะออมทรัพย์</b> โดยการบรรจุไว้ในแผนและมีการจัดสรรงบประมาณ</p>



สมุทรปราการ  
โมเดล  
เศรษฐกิจฐานราก

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของศูนย์วิจัย  
และพัฒนาระบบอัตโนมัติ  
โดย ศูนย์วิจัย