



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

คหกรรมศาสตร์

คหกรรมศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลางตอนบน

Production Potential of Ready-Made Chilli Paste Products in Upper Central Region

นามผู้วิจัย นางสาวธิดารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ, Ph.D.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ศิริพันธุ์ จุลกรังคะ, M.S.)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพ นัทรารณณ์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธีลักษณ์ ไกรสุวรรณ, คศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลางตอนบน

Production Potential of Ready-Made Chilli Paste Products in Upper Central Region

โดย

นางสาวธิดารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อขอความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธิดารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา 2553: ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลางตอนบน
ปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารศาสตร์ ภาควิชาบริหารศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ทัศนีย์ ล้อมสุวรรณ, Ph.D. 256 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากรรมวิธีการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพ
การผลิตน้ำพริกสำเร็จรูป ของชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตภาคกลางตอนบน
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว โดยการสุ่ม
เลือกแบบเจาะจง จำนวน 60 คน จากกลุ่มผู้ผลิต 10 กลุ่ม ในจังหวัดชัยนาท ปทุมธานี และลพบุรี
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ SWOT เพื่อพิจารณาศักยภาพ 4 ด้าน คือ
ด้านโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่ม ด้านกรรมวิธีการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาด นำตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ค่า วอเตอร์แอกทิวิตี ความชื้น ปริมาณเกลือ
กรดเบนโซอิก กรดซอร์บิก และจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด เปรียบเทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

เหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป เนื่องจาก วัตถุดิบหาง่าย
ในท้องถิ่น และเป็นอาหารที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น กรรมวิธีการผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปประเภทปั่นแห้งและ
น้ำพริกเผาของแต่ละกลุ่ม มีกรรมวิธีหลักในการผลิตคล้ายคลึงกันตามประเภทของน้ำพริก มีความแตกต่างกัน
เล็กน้อยตามภูมิปัญญาในการสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่ม ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปั่นแห้งของกลุ่มตัวอย่าง
ไม่ผ่านเกณฑ์คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน วอเตอร์แอกทิวิตี ปริมาณความชื้น และจำนวน
จุลินทรีย์ทั้งหมด ส่วนประเภทน้ำพริกเผาของกลุ่ม 4-5 ดาว ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกตัวอย่าง ส่วนกลุ่ม
3 ดาวไม่ผ่านเกณฑ์จำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ร้อยละ 66.67 ของตัวอย่าง

การวิเคราะห์ SWOT พบว่าศักยภาพการผลิตของกลุ่ม 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว มีศักยภาพสูง
ใกล้เคียงกัน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบสิ่งที่แตกต่าง คือ กลุ่ม 4-5 ดาว มีจำนวนแหล่งเรียนรู้ ประเภทของ
แหล่งของวัตถุดิบ ปริมาณการผลิตแต่ละครั้ง การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน และช่องทางการจัดจำหน่าย
มากกว่ากลุ่ม 3 ดาว

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่อประธานกรรมการ

Thidarat Lomsukwattana 2010: Production Potential of Ready-Made Chilli Paste Products in Upper Central Region. Master of Home Economics, Major Field: Home Economics, Department of Home Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Tasanee Limsuwan, Ph.D. 256 pages.

The main objectives of this research were the analysis of the production processes, product quality and production potential of ready-made chilli paste of the One Tambon One Product (OTOP) scheme in the upper central region of Thailand. The data was collected by means of interviews with individuals involved with the production process of ready-made chilli paste who were selected from the top OTOP level of the 3 – 5 star group. Purposive random sampling was employed to select 60 people from 10 manufacturers in Chainat, Lopburi and Pathum Thani. The data analysis was using the average, percentage and SWOT analysis to determine the production potential in 4 areas inclusive the management structure of the group, the production processes, focus on the product and marketing. The chilli paste products were collected and analyzed for water activity, moisture, benzoic acid, salt, sorbic acid and the total bacterial count as in comparison with the Thai Community product standard.

The sample group decided to produce chilli paste products because of the local availability of raw materials, and the product in accordance with local practices was produced by local wisdom. The production processes of dried chilli paste (nam prik pon haeng) and roasted chilli paste (nam prik pao) of each group had similar main production processes, but there was a slight difference in their characteristics. Dried chilli paste (nam prik pon haeng) product samples of all groups did not meet the Thai product standard of water activity, moisture and the total number of microorganisms present. On the other hand, all of the roasted chilli paste from the 4 - 5 Star - group passed the minimal standards but 66.67% of the 3 Star - group products did not pass the minimal standards for the total bacterial count.

The SWOT analysis revealed that the production potentials of the 4 – 5 star - group and the 3 star – group are similarly high. However, data from the interviews showed the 4 - 5 star - group had more access the education, raw materials, and distribution channels as well as higher volumes of the production and better packaging than the 3 Stars - group products.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ทศนีย์ ลิ้มสุวรรณ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่กรุณาเอาใจใส่ดูแล จุดประกายแนวทางในการคิด วิเคราะห์ในช่วงเวลาของการวิจัยเกิดความมีดม่น ตรวจสอบและแก้ไข งานวิจัยอย่างใจเย็น จนงานวิจัยเป็นรูปร่างที่สมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สิริพันธุ์ จุลรังคะ กรรมการที่ปรึกษาวิชาเอก ที่กรุณาช่วยให้แนวความคิดที่แตกต่าง เพื่อลด จุดบกพร่องของวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพ ฉัตรภรณ์ กรรมการที่ปรึกษาวิชารอง ที่กรุณาชี้แนะแนวทางในการสร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัย เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณ ดร.จิตสิริ ราชตะนะพันธ์ ผู้แทนบัณฑิต วิทยาลัย ได้กรุณาเสนอแนะประเด็นที่สำคัญที่ควรเน้นย้ำ เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ และมีคุณค่ามากขึ้น

ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สนับสนุนทุนวิจัยระดับ บัณฑิตศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวเป็นปัจจัยต่อความสำเร็จในการทำ วิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ส่วนคำแนะนำในการทำแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า ในการตรวจและเสนอแนะแนวคำถามที่เป็นประโยชน์ ทำให้ แบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก สำเร็จรูปทุกกลุ่ม ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล สำหรับการวิจัยเป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณน้องชาย และญาติ ๆ ที่คอยไถ่ถามและให้กำลังใจในการทำ วิทยานิพนธ์เสมอมา รวมไปถึงเพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโท ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ น้องปอที่คณะ วิทยาศาสตร์ ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันพึง เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่ บิดา มารดา และบูรพาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ อบรมกล่อมเกล้าให้ผู้วิจัยมาขึ้น ณ จุดนี้ได้อย่างภาคภูมิใจ

ธิดารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา

มกราคม 2553

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(2)
สารบัญภาพ	(5)
คำนำ	1
วัตถุประสงค์	3
การตรวจเอกสาร	6
อุปกรณ์และวิธีการ	27
ผลและวิจารณ์	38
สรุปและข้อเสนอแนะ	151
สรุปผลการวิจัย	151
ข้อเสนอแนะ	165
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	166
ภาคผนวก	169
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสัมภาษณ์	170
ภาคผนวก ข จดหมายขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสัมภาษณ์	172
ภาคผนวก ค จดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลประกอบวิทยานิพนธ์	174
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์	176
ภาคผนวก จ การวิเคราะห์คุณภาพทางเคมีและจุลินทรีย์	185
ภาคผนวก ฉ การวิเคราะห์ SWOT	188
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	256

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แนวทางการวิเคราะห์ SWOT	36
2	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป	41
3	ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในด้านความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน	44
4	ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน	48
5	ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในด้านบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน	51
6	ข้อมูลด้านการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน	53
7	ข้อมูลเกี่ยวกับความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน	55
8	ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกป่นแห้ง ของกลุ่มตัวอย่าง	122
9	ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา ของกลุ่มตัวอย่าง	125
10	ผลการวิเคราะห์ปริมาณค่าไอโอดีน (A ₀) ของน้ำพริกสำเร็จรูป	128
11	ผลการวิเคราะห์คุณภาพทางเคมีของน้ำพริกสำเร็จรูป	130
12	ผลการวิเคราะห์ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมดในน้ำพริกสำเร็จรูป	132
13	สรุปคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในแต่ละผลิตภัณฑ์กับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน	133
14	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลอง รังสิต	136
15	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหาร บ้านหอรบวัง	137
16	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์	139
17	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริก คูคร้วไทย	141
18	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านคองคาราม	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง	144
20	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ๊ะ	145
21	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง	147
22	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT น้ำพริกเผาตราแม่ยกแก้ว	148
23	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง	150
24	สรุปคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และด้านจุลินทรีย์ ของน้ำพริกสำเร็จรูป ประเภทน้ำพริกป่นแห้ง	161
25	สรุปคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และด้านจุลินทรีย์ ของน้ำพริกสำเร็จรูป ประเภทน้ำพริกเผา	162
26	สรุปศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง ตอนบน	163
ตารางผนวกที่		
น1	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร คลองรังสิต	189
น2	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านแปรรูป อาหารบ้านหอระงัง	196
น3	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT น้ำพริกแม่ศรี รัตน์	204
น4	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มอาชีพสหกรณ์ น้ำพริกคูคร้วไท	211
น5	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านคางคาราม	218
น6	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านน้ำพริก น้ำผึ้ง	225
น7	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มชมรมพัฒนา วังไก่อ๊ะ	231

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ฉ8	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านทำน้ำพริก บ้านบางท่าช้าง	237
ฉ9	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ SWOT น้ำพริกเผา ตราแม่เหล็กแก้ว	243
ฉ10	การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ SWOT กลุ่มสตรีน้ำพริก ตราหอมทอง	249

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	19
2	การเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริกของกลุ่มเกษตรกรคลองรังสิต	58
3	เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มเกษตรกรคลองรังสิต	59
4	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกปลาย่างของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต	61
5	การบรรจุน้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต	62
6	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุน้ำพริกแบบพลาสติกและขวดแก้ว	62
7	บรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลองรังสิตแบบชุดของขวัญ	62
8	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาย่างกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบั้ง	68
9	เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบั้ง	69
10	บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาย่างกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบั้ง	70
11	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกหมู 4 รส ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์	74
12	บรรจุภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปแบบชุดของขวัญ ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์	75
13	ที่ทำการกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูcrew ไทย	77
14	การเตรียมวัตถุดิบของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูcrew ไทย	78
15	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกตาแดงของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูcrew ไทย	80
16	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูcrew ไทย	81
17	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่จัดเป็นชุดของฝากของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูcrew ไทย	81
18	สมาชิกกลุ่มแม่บ้านคางคาราม	83
19	สถานที่ในการเก็บวัตถุดิบกลุ่มแม่บ้านคางคาราม	85
20	การเก็บรักษาวัตถุดิบไม่ให้เน่าเสียโดยการตากในที่ที่มีอากาศถ่ายเท	85
21	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาย่างกลุ่มแม่บ้านคางคาราม	87
22	บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาย่างของกลุ่มแม่บ้านคางคาราม	88
23	การผลิตน้ำพริกนรกปลาย่างของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง	90
24	การเตรียมปรุงน้ำพริกของกลุ่มน้ำพริกน้ำผึ้ง	91
25	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาย่างของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง	92
26	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง	93

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
27	สถานที่ดำเนินการกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่เดือน	95
28	ขั้นตอนการบรรจุน้ำพริกเผาของกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่เดือน	96
29	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกเผาสูตรโบราณของกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่เดือน	98
30	ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาสูตรโบราณ	99
31	ฉลากเครื่องหมายการค้ารายังราย	99
32	วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำพริกแกงของกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง	102
33	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกเผากุ้งกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง	104
34	การบดส่วนผสมของน้ำพริก	105
35	ส่วนผสมของน้ำพริกที่บดเรียบร้อยแล้ว	105
36	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกแมงคาน้ำพริกเผาตราแม่่นกแก้ว	109
37	การคั่วพริก	110
38	หอมและกระเทียมที่ทอดแล้ว	110
39	ฉลากเครื่องหมายการค้าน้ำพริกตราแม่่นกแก้ว	110
40	บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มน้ำพริกเผาตราแม่่นกแก้ว	111
41	สถานที่ตั้งของกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง	113
42	แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกแมงคากลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง	115
43	หอมเขียวที่เตรียมไว้สำหรับผลิตน้ำพริก	116
44	บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกแมงคตราหอมทอง	116
45	ฉลากเครื่องหมายการค้าน้ำพริกนรกแมงคตราหอมทอง	116
46	ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกป่นแห้ง	158
47	ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกเผา	159

ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลางตอนบน

Production Potential of Ready-Made Chilli Paste Products in Upper Central Region

คำนำ

นับตั้งแต่ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีการจ้างแรงงานเป็นจำนวนมาก และแรงงานส่วนมากเป็นคนชนบทที่เข้ามาทำงานในเมือง ซึ่งเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ดังกล่าวทำให้โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ปิดกิจการลง ทำให้แรงงานเหล่านั้นถูกเลิกจ้างและว่างงานลงในที่สุด ก่อให้เกิดการไหลย้อนกลับสู่ชนบทเป็นจำนวนมาก รัฐบาลจึงวางแผนนโยบายในการแก้ปัญหา ดังกล่าว โดยการสร้างงาน เพิ่มรายได้ และส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักใช้จ่าย มีวิถีการดำเนินชีวิต ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันจะนำไปสู่การพออยู่พอกินด้วยการสนับสนุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคและการจำหน่าย โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และแหล่งภูมิปัญญา ในท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544) ความพยายามดังกล่าวของรัฐบาลจึงทำให้เกิดโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ขึ้น เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชน และเป็นการกระตุ้นให้ทุกคนในชุมชนท้องถิ่นเกิดการตื่นตัว และตระหนักถึงความสำคัญในภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเอง ในการนำมาประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ

น้ำพริกเป็นอาหารพื้นบ้านชนิดหนึ่งที่คนไทยรู้จักกันดีและเป็นอาหารจานสำคัญในสำรับกับข้าวไทย โดยเฉพาะในท้องถิ่นเขตภาคกลางมีน้ำพริกสำเร็จรูปมากมายหลายชนิด วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกันคือ พริก กระเทียม หอมแดง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กุ้งแห้ง ปลาแห้ง เกลือ น้ำปลา น้ำตาล เป็นต้น โดยนำส่วนประกอบต่าง ๆ เหล่านี้มาผ่านการทำให้แห้งตามกรรมวิธีต่าง ๆ เช่น อบ คั่ว ทอด ทิ้งไว้ให้เย็นแล้วบดผสมให้เข้ากัน ปรงแต่งรสด้วยน้ำปลา เกลือ น้ำตาล มะขามเปียก แล้วบรรจุในภาชนะบรรจุ น้ำพริกสำเร็จรูปเหล่านี้สามารถบริโภคได้ทันที โดยไม่ได้นำไปปรุงหรือผ่านความร้อนอีก ฉะนั้นคุณภาพของน้ำพริกสำเร็จรูปจึงมีความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้แล้วความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ยังเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ประสิทธิภาพ

ในการผลิตการนำอาหารไปสู่ผู้บริโภค การเก็บ การนอมอาหารตามหลักโภชนาการและการบรรจุหีบห่อเพื่อความทันสมัยและเป็นการยกระดับสินค้าชุมชน (กระทรวงมหาดไทย, 2544)

การที่กลุ่มชุมชนมีการรวมตัวกันผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปหลายกลุ่ม แต่ประสบความสำเร็จในระดับต่างกัน บางกลุ่มสามารถพัฒนาตนเองจนได้ระดับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาด ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง บางกลุ่มยังต้องการได้รับการช่วยเหลือในการพัฒนา ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาศึกษาสภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลาง เพื่อผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการพัฒนากลุ่มชุมชนให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ จึงจะส่งผลทำให้กลุ่มชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพน้ำพริกสำเร็จรูป เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชน ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เขตภาคกลางตอนบน
2. ศึกษากรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชน ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เขตภาคกลางตอนบน
3. ศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชน ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตภาคกลางตอนบน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น ๆ ให้ประสบความสำเร็จ
2. ได้ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตและข้อจำกัดดังต่อไปนี้

1. การศึกษาศักยภาพและกรรมวิธีการผลิต จำกัดขอบเขตเฉพาะน้ำพริกสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคที่ผลิตในชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยคัดเลือกจากกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มละ 1 ชนิด โดยสุ่มเลือกชนิดที่มียอดขายสูงสุดของแต่ละกลุ่ม ในเขตภาคกลางตอนบน
2. การศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง โดยกำหนดคุณภาพที่จะศึกษา ดังนี้
 - 2.1 คุณภาพทางเคมี หมายถึง คุณภาพของอาหารด้านเคมี ซึ่งจะศึกษา ดังนี้

- 2.1.1 ค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w)
- 2.1.2 ปริมาณความชื้น
- 2.1.3 ปริมาณเกลือแกง (Sodium chloride)
- 2.1.4 ปริมาณวัตถุกันเสีย กรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิก

2.2 คุณภาพทางจุลินทรีย์ ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด

นิยามศัพท์

ศักยภาพในการผลิต หมายถึง ความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจาก ความรู้ในการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการได้รับการช่วยเหลือ และนำมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด

น้ำพริกสำเร็จรูป หมายถึง เครื่องจิ้มอาหารชนิดหนึ่ง ที่มีการจัดแบ่งตามส่วนประกอบของน้ำพริกหรือตามวิธีการประกอบอาหาร หรือการจัดแบ่งตามชนิดของเนื้อสัตว์ที่เป็นส่วนผสม เช่น น้ำพริกเผา น้ำพริกนรก น้ำพริกนรกแมงดา น้ำพริกแมงดา น้ำพริกป่นแห้ง น้ำพริกหมู น้ำพริกปลาย่าง น้ำพริกกลางดง เป็นต้น

น้ำพริกเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคที่ทำจากเครื่องเทศที่เผาแล้วหรือทอดแล้ว ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาบดผสมให้เข้ากัน ประูแต่งรสด้วยเครื่องปรุงแต่งรส เช่น น้ำปลา เกลือบริโภค กะปิ น้ำตาล มะขามเปียก อาจมีเนื้อสัตว์ซึ่งผ่านการทำให้สุกโดยการอบ ต้ม เผา คั่ว หรือ ทอดบดผสมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เช่น กุ้งแห้ง ปลากรอบ ปลาย่าง หรือแมงดานา ทั้งนี้อาจนำไปผัดหรือคั่วอีกครั้ง

น้ำพริกป่นแห้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค ที่ทำจากเนื้อสัตว์หรือพืชที่ทำให้แห้ง โดยผ่านความร้อนและบด แล้วนำมาผสมรวมกับเครื่องเทศ และสมุนไพรที่อบ เผา ทอด หรือ คั่ว และบดแล้ว เช่น พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาบดหรือเคล้าให้เข้ากัน ประูแต่งรสด้วยเครื่องปรุงแต่งรส เช่น น้ำปลา เกลือบริโภค มะขามเปียก ในอัตราส่วนที่เหมาะสม อาจให้ความร้อนเพื่อให้แห้งหรือไม่ก็ได้

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product; OTOP) หมายถึง โครงการภายใต้นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้า เพื่อสร้างรายได้และความกินดีอยู่ดีให้แก่ชุมชน โดยสนับสนุนด้านเทคนิค การประชาสัมพันธ์ การตลาด เกษตรกรแต่ละท้องถิ่นคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่น จุดขาย มีผลิตภัณฑ์หลักที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรในท้องถิ่นและพยายามเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ หมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับ

ภาคกลางตอนบน หมายถึง จังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ของภาคกลางตอนบน ได้แก่ จังหวัด อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ชัยนาท ลพบุรี นนทบุรี ปทุมธานี สระบุรี และ สิงห์บุรี

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ มผช. หมายถึง ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เป็นข้อกำหนดที่จัดทำแบบง่าย ไม่ซับซ้อนเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการผลิตของ ชุมชน

กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตภาคกลางตอนบนที่ทำการผลิตสินค้าประเภทน้ำพริก โดยมีการรวมตัวของคนในชุมชนใน ลักษณะเป็นกลุ่มขององค์กรในชุมชน เช่น กลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม กลุ่มสตรี กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร

การตรวจเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำเสนอเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. น้ำพริกกับอาหารการกินในภาคกลาง
2. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. ศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก

น้ำพริกกับอาหารการกินในภาคกลาง

ภูมิประเทศส่วนใหญ่ของภาคกลางตอนบนเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ กล่าวได้ว่าเป็นบริเวณที่ราบ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545) มีความอุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญที่สุด และถือเป็นบริเวณพื้นที่ซึ่งเป็นหัวใจของประเทศในการเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่เรียกว่า เป็นอู่ข้าวอู่น้ำของประเทศ นอกจากนี้ภาคกลางตอนบนยังมีลุ่มน้ำที่สำคัญ ได้แก่ ลุ่มน้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำป่าสัก ลุ่มน้ำน้อย (กวี, 2547)

พื้นที่ในเขตภาคกลางมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีฤดูกาล 3 ฤดู คือ ฤดูหนาวจะเริ่มประมาณกลางเดือนตุลาคมจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ฤดูฝนจะเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมและสิ้นสุดประมาณกลางเดือนตุลาคม และฤดูร้อนจะเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมจนถึงประมาณกลางเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิในเขตนี้จะอยู่ในเกณฑ์สูงเกือบตลอดปี อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยตอนบ่ายอยู่ระหว่าง 32 – 38 องศาเซลเซียส เดือนเมษายนเป็นเดือนที่ร้อนที่สุดในรอบปี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2545)

ข้าวปลา - อาหารหลัก

สังคมไทยตั้งแต่ครั้งเป็นชุมชนบุพกาล มีวัฒนธรรมหรือระเบียบแบบแผนที่จัดอยู่ใน “วัฒนธรรมข้าว” เช่นเดียวกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ประชาชนพลเมืองมีอาชีพทำนาเป็นหลัก โดยเริ่มจากการทำนาในที่ดอนแล้วเคลื่อนย้ายมาทำนาในที่ลุ่มเป็นลำดับ ชนิดของข้าวที่ปลูกเพื่อรับประทานในช่วงแรก ๆ อาจเป็นข้าวเหนียว เพราะพบหลักฐานเป็นซากอิฐสมัยทวารวดี นัก

โบราณคดีให้ข้อสันนิษฐานว่า นับแต่พุทธศตวรรษที่ 11 เป็นต้นมา ในภาคกลางบริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยาเดิมมีข้าวอยู่ 2 ประเภท คือ ข้าวเหนียวเมล็ดป้อมที่งอกงามในที่ลุ่ม และข้าวเหนียวเมล็ดใหญ่ที่งอกงามในที่สูง ส่วนข้าวเจ้านั้นคงจะมีในระยะหลังอาจด้วยการรับพันธุ์มาจากต่างชาติและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจนเข้ามาแทนที่ข้าวเหนียวในภาคกลาง (วารภรณ์, 2542)

บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา กล่าวได้ว่าเป็นแหล่งปลูกข้าวที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของประเทศ อาชีพหลักของคนในภูมิภาคนี้คือ การทำนาเพื่อผลิตข้าวไว้บริโภคและเพื่อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นอื่น ๆ ข้าวจึงเป็นอาหารหลัก มีผักและปลาที่หาได้จากแหล่งตามธรรมชาติใกล้เคียงเป็นกับข้าว การกินอยู่ในลักษณะนี้คงเป็นไปในสังคมทุกระดับชั้น เหตุที่ปลาเป็นสัตว์ที่คนนิยมรับประทานอาจเนื่องจากมีอยู่ทั่วไปในแม่น้ำลำคลองและมีอย่างอุดมสมบูรณ์ การที่คนไทยนิยมรับประทานปลาเป็นอาหารหรือเป็นกับข้าว ทำให้เกิดคำพูดติดปากว่า “กินข้าวกินปลา” วิธีการทำปลาเป็นอาหารส่วนใหญ่จะใช้ วิธีปิ้ง ย่าง รนคั่ว หรือหมักเกลือทำเป็นปลาร้า เพื่อเก็บไว้รับประทานได้นานวัน นอกจากนี้คนไทยในสมัยก่อนยังนิยมรับประทานหอยเต้า หุ้ง หนู แะ และแมลงอื่น ๆ เช่น ตั๊กแตน ค้างคาว ที่หาได้ตามเรือสวนไร่นาทั่วไป สำหรับเนื้อหมูในสมัยก่อนไม่รับประทานทุกวัน นิยมรับประทานในคราวงานเทศกาลหรือเมื่อมีการชุมนุม เช่น งานแต่งงานและงานศพ

น้ำพริกกับคนไทย

อาหารที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีประจำสำหรับกับข้าวของคนไทยมาช้านาน คือ น้ำพริก สำหรับจิ้มปลา และผักสดต่าง ๆ ดังกล่าว น้ำพริกนี้มีผู้สันนิษฐานว่าเดิมทีเดิวนั้นใช้พริกไทยแทนพริกสด เนื่องจากพริกไทยเป็นพริกดั้งเดิมของคนไทย ส่วนพริกเทศ คือ พริกชี้ฟ้าและพริกชี้หนูลอื่น ๆ เข้ามาแพร่หลายในเมืองไทยในช่วงกลางสมัยอยุธยาเมื่อมีชาวต่างประเทศเข้าติดต่อค้าขายและนำเอาพริกเหล่านี้เข้ามาด้วย

ความหมายของน้ำพริก

ตามความหมายพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่า น้ำพริกไว้ว่า น้ำพริก หมายถึง อาหารชนิดหนึ่ง ส่วนผสมหลักที่ใช้ปรุง คือ พริกชี้ฟ้า กระเทียม กะปิ มะนาว ใช้เป็นเครื่องจิ้มหรือเครื่องคลุกข้าว ส่วนผสมของน้ำพริกนี้อาจจะใช้อย่างอื่น

ทดแทนได้ เช่น ใช้น้ำปลา ปลาแร่แทนกะปิก็มี ไข่ของเป็รียวอื่น ๆ เช่น มะขาม มะม่วง มะดัน แทนมะนาว ก็มี เรียกชื่อต่างกันไปตามเครื่องปรุง เช่น น้ำพริกปลาร้า น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริก-มะขาม น้ำพริกมะม่วง น้ำพริกมะดัน เป็นต้น

คึกฤทธิ์ (2535) กล่าวว่า น้ำพริกเป็นเครื่องจิ้มประเภทหนึ่ง ตามศัพท์ภาษาไทย คือ ต้อง มีผักจิ้มแนมกับปลาอย่างแล้วรับประทานกับข้าวสุก หรือถ้าเป็นน้ำพริกภาคอื่น เช่น ภาคเหนือ ภาคอีสาน ก็จะตำเอาไว้สำหรับเอาข้าวเหนียวจิ้มแล้วแกล้มด้วยผักต่าง ๆ

มานิต (2519) ได้ให้ความหมายของน้ำพริกไว้ว่า น้ำพริก หมายถึง เครื่องจิ้มอาหารอย่างหนึ่ง โขลกกระเทียมให้ละเอียด ใส่กะปิตำให้เข้ากัน แล้วใส่น้ำพริกขี้หนู ถ้าต้องการเผ็ดมากก็ใส่พริกขี้หนูมากและตำให้ละเอียด บีบมะนาว ใส่น้ำปลา

ประเภทของน้ำพริก

น้ำพริกมีมากมายหลากหลายชนิดและมีลักษณะแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น น้ำพริกสามารถดัดแปลงหรือเพิ่มเติมส่วนผสมอื่น ๆ จะได้น้ำพริกที่มีรสชาติแปลกใหม่ขึ้นมาอีก ตามความคิดสร้างสรรค์ของผู้ปรุง สามารถจัดแยกประเภทน้ำพริกดังนี้

1. การจัดแบ่งตามส่วนผสมของน้ำพริก (คึกฤทธิ์, 2535)

1.1 น้ำพริกมาตรฐานหรือน้ำพริกกะปิ ซึ่งมีส่วนผสมหลัก คือ พริกขี้หนู กระเทียม กะปิ กุ้งแห้ง น้ำตาลปึก มะนาว น้ำปลาเล็กน้อย หลักการของน้ำพริกมาตรฐานจะเป็นมาตรฐานของน้ำพริกอื่นอีกมากมายโดยน้ำพริกต่าง ๆ จะมีเครื่องปรุงที่อยู่ในเกณฑ์ของน้ำพริกมาตรฐานทั้งสิ้น หากดัดแปลงหรือเพิ่มเติมส่วนผสมอื่นหรือเพิ่มเติมส่วนผสมอื่นลงไปอีกก็จะได้น้ำพริกชนิดใหม่อีกครกหนึ่งที่มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป

1.2 น้ำพริกที่ใส่ของเป็รียวแทนมะนาวบางส่วน โดยใช้สิ่งที่มีรสเป็รียวแทนมะนาว ได้แก่ ผลไม้ที่มีรสเป็รียว เช่น มะม่วง มะนาว มะดัน มะขาม กระเทียม และผักที่มีรสเป็รียว เช่น ใบมะขามอ่อน ดอกมะขาม จะต้องลดมะนาวลงไปบ้างพอสมควร ส่วนเครื่องปรุงอื่นเหมือนน้ำพริกมาตรฐานทุกอย่าง เมื่อใช้สิ่งใดเพิ่มเป็นพิเศษก็จะเรียกชื่อตามส่วนผสมที่เพิ่มขึ้นมา แล้ว

นำมาใช้กำกับชื่อน้ำพริกนั้น เช่น น้ำพริกมะม่วง น้ำพริกมะดัน น้ำพริกมะขาม น้ำพริกกระท้อน น้ำพริกใบมะขามอ่อน น้ำพริกดอกมะขาม เป็นต้น

1.3 น้ำพริกที่ใส่ของเค็มแทนกะปิ โดยใช้สิ่งที่มีรสเค็มแทนกะปิ เช่น หน่อเล็บบ เต้าเจี้ยว เต้าหู้ยี้ ปลาเค็ม ปลาร้า โดยคงใส่กะปิเพื่อให้ได้รสชาติที่พอดีไม่เค็มจนเกินไป ส่วนผสมที่ใช้ปรุงอื่นจะเหมือนกับน้ำพริกมาตรฐานทุกอย่างแล้วเรียกชื่อตามของที่ใส่ปรุงนั้น ๆ เช่น น้ำพริกหน่อ-เล็บบ น้ำพริกเต้าเจี้ยว น้ำพริกเต้าหู้ยี้ น้ำพริกปลาเค็ม น้ำพริกปลาร้า เป็นต้น

1.4 น้ำพริกที่ใส่ส่วนผสมอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากน้ำพริกมาตรฐาน เช่น มะเขือพวง ผักชี ข่า แมงดา ปูทะเล เป็นต้น แล้วมักเรียกชื่อตามส่วนผสมที่ใช้ปรุงนั้น ๆ เช่น น้ำพริก มะเขือ-พวง น้ำพริกผักชี น้ำพริกข่า น้ำพริกไข่ปูทะเล เป็นต้น

2. การจัดแบ่งตามชนิดของเนื้อสัตว์ที่เป็นส่วนผสม (อนงค์ศรี, 2542)

2.1 ประเภทใช้ทุกอย่าง อาทิ กุ้ง ปู ปลา หมู ไข่เค็ม เห็ด เป็นต้น เช่น น้ำพริกลงเรือ

2.2 ประเภทใช้กุ้ง เช่น น้ำพริกกะปิ น้ำพริกโจร น้ำพริกกุ้งสด

2.3 ประเภทใช้ปลาต่าง ๆ เช่น น้ำพริกสวรรค์ น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกไตปลา น้ำพริกปลาร้า

2.4 ประเภทไม่ใช้กุ้ง ปู ปลา เป็นส่วนผสมเลย เช่น น้ำพริกไข่เค็ม น้ำพริกอ่อน น้ำพริกหมู

2.5 ประเภทมังสะวิรัติ เช่น น้ำพริกเห็ดอบสมุนไพร น้ำพริกเห็ดนางฟ้า น้ำพริกปลาร้าเจ

3. การจัดแบ่งตามการประกอบอาหาร (วัลยา, 2537)

3.1 ประเภทรับประทานสด เช่น น้ำพริกมะนาว น้ำพริกมะดัน น้ำพริกมะขามเปียก น้ำพริกปูเค็ม น้ำพริกมะม่วง เป็นต้น

3.2 ประเภทที่ต้องเผาส่วนผสม เช่น น้ำพริกเผา น้ำพริกแจ่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริก ปลาคุยก่าง น้ำพริกเห็ดฟาง เป็นต้น

3.3 ประเภทผัด เช่น น้ำพริกมะขามสด น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกอ่อน น้ำพริกกระทำ น้ำพริกเต้าหู้ยี้ เป็นต้น

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่มุ่งหวังให้กลุ่มราษฎรมืออาชีพ มีงานทำมีรายได้ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชน รัฐบาลจึงมีนโยบายในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ของชุมชน ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าที่แต่ละท้องถิ่นมีอยู่ โดยรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2547ก)

ในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น รัฐเน้นการให้การสนับสนุน (Support) มากกว่าการให้เงินช่วยเหลือ (Subsidy) หลักการของกระบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งพาตนเอง รัฐเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาด ท้องถิ่นจะรับความช่วยเหลือในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างภูมิใจ และด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย อาจจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2547ก)

วัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน โดยให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2547ก)

กระบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเอง เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเองเป็นหลัก

ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องอุทิศพลังงาน ความคิดสร้างสรรค์ และความปรารถนา ที่จะใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินคืออยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อม ๆ กับเน้นการพัฒนาท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนานี้เป็นแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการและประยุกต์เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชน (2547ก) ได้ให้นโยบาย 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ชุมชนจะไปสู่ตลาดต่างประเทศได้ ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance – Creativity) มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี ในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องกันอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับ
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) มุ่งผลิตบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในชุมชน เน้นการวางแผนด้านการตลาด การผลิตและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

ดังนั้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์

ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จนั้น คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้ามีเกณฑ์ประเมิน 2 เกณฑ์ คือ การประเมินผลิตภัณฑ์หรือสินค้า และความเข้มแข็งของชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2547ข)

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า การประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า พิจารณาจากปัจจัยในการผลิต การผลิต และการตลาด

1. ปัจจัยในการผลิต พิจารณาจากการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในท้องถิ่นและการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

1.1 สัดส่วนการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต ต้องมาจากพื้นที่ในจังหวัด 80% ขึ้นไป

1.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ทักษะ ความสามารถในการผลิตที่สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ของชีวิต สังกมตามสภาพสิ่งแวดล้อมและถ่ายทอดสืบต่อกันมา

2. การผลิต กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานพิจารณาจาก การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าคุณภาพสินค้า และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้า หมายถึง สินค้าที่ชุมชนผลิตขึ้นในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากสินค้าดั้งเดิม

2.2 คุณภาพสินค้า หมายถึง สินค้าที่มีคุณภาพสนองความต้องการของผู้บริโภค แบ่งการพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสินค้าที่ต้องได้รับการรับรองคุณภาพ จากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เช่น สินค้าประเภทอาหารและเครื่องสำอาง เป็นต้น ส่วนที่เป็นสินค้าทั่วไปจะต้องมีเอกสารกำกับสินค้าที่ชัดเจน ได้แก่ ฉลากสินค้า ข้อเสนอแนะ วิธีการใช้ การเก็บรักษา และส่วนประกอบของสินค้านั้น ๆ เช่น สินค้าประเภทผ้าทอต้องบอกชนิดของเส้นใย วิธีการซัก วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น

2.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง กรรมวิธี กระบวนการผลิตที่ชุมชนใช้ในการผลิตสินค้า ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนหรือมีน้อย ในกรณีที่มีผลกระทบต่อชุมชน ชุมชนควรมีส่วนร่วมหรือมีระบบเข้าไปจัดการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ

3. การตลาด เป็นกระบวนการทางธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อวางแผนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า พิจารณาจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า จำนวนแหล่งจำหน่าย จำนวนยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ความต่อเนื่องของตลาด และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 แหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง ตลาดที่นำสินค้าของชุมชนไปจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วยตลาดต่างประเทศ ตลาดภายในประเทศ ในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดต่างจังหวัด ตลาดภายในจังหวัดที่ผลิต และตลาดภายในอำเภอที่ผลิต

3.2 จำนวนแหล่งจำหน่าย หมายถึง จำนวนร้านค้า แหล่งจำหน่าย ผู้รับซื้อสินค้าที่นำสินค้าของชุมชนไปจำหน่าย

3.3 การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่าย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนนี้ เทียบกับปริมาณการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนที่แล้ว

3.4 ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง มีตลาดรองรับสินค้าของชุมชนแน่นอน มีการสั่งซื้อหรือจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น สั่งสินค้าจากชุมชนทุก 15 วัน หรือ ทุกเดือน อย่างสม่ำเสมอ

3.5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ ฉลาก ที่ชุมชนใช้ในการบรรจุสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อมองเห็น หรือสามารถนำสินค้านั้น ๆ ไปยังแหล่งอื่น ๆ ได้

ความเข้มแข็งของชุมชน เป็นการประเมินศักยภาพของชุมชนหรือกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ซึ่งพิจารณาจาก ลักษณะทั่วไปของกลุ่มและการดำเนินงานของกลุ่ม

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่ม พิจารณาจากจำนวนสมาชิกและอายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเพื่อจำหน่าย

1.1 จำนวนสมาชิก หมายถึง จำนวนผู้ผลิตทั้งหมดของชุมชนประกอบด้วยสมาชิกของกลุ่ม รวมกับสมาชิกในครอบครัว หรือบุคคลอื่น ซึ่งรวมถึง ลูกจ้างที่ร่วมทำการผลิต แต่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม

1.2 อายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย หมายถึง จำนวนปี นับจากการที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจหรือเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย

2. การดำเนินงานของกลุ่ม กระบวนการในการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ พิจารณาจากการบริหารจัดการกลุ่ม ความต่อเนื่องของการผลิต การจัดการด้านกระบวนการผลิต กองทุนของกลุ่ม ระบบการบันทึกบัญชี และสัดส่วนของการลงทุนของกลุ่ม

2.1 การบริหารจัดการกลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มที่มีระเบียบ โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎ กติกา ระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือตกลงร่วมกัน

2.2 ความต่อเนื่องของการผลิต หมายถึง ระยะเวลาที่ทำการผลิตสินค้าในแต่ละเดือนแต่ละปี ในกรณีที่การผลิตนั้นไม่ขึ้นต่อฤดูกาล

2.3 การจัดการด้านกระบวนการผลิต หมายถึง ระบบการจัดการที่กลุ่มใช้ในการผลิตสินค้าเป็นกระบวนการผลิตที่มีความชัดเจน มีการควบคุม และตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนส่งจำหน่าย

2.4 กองทุนของกลุ่ม หมายถึง เงินทุนของกลุ่มที่ได้มาจากการดำเนินงานของกลุ่ม การปันผลจากการดำเนินงานของกลุ่ม การถือหุ้นของสมาชิก หรือการสะสมเป็นกองทุนของกลุ่มเพื่อใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ของกลุ่ม

2.5 ระบบการบันทึกบัญชี หมายถึง การบันทึกค่าใช้จ่าย รายรับ รายจ่าย ตามระบบบัญชีอย่างชัดเจนและเปิดเผย สมาชิกกลุ่มสามารถรู้ต้นทุนในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน รวมถึงรายรับของกลุ่ม

2.6 สัดส่วนของการลงทุนของกลุ่ม หมายถึง สัดส่วนของมูลค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานที่เป็นของกลุ่มเอง ต่อมูลค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด

การกำหนดระดับศักยภาพของสินค้า

การคัดสรร OTOP Product Champion ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) ทั้ง 5 ด้าน และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งนำมากำหนดระดับสินค้า (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 ดาว	☆☆☆☆☆	ได้คะแนนตั้งแต่	90	คะแนนขึ้นไป
ระดับ 4 ดาว	☆☆☆☆	ได้คะแนนตั้งแต่	70 - 89	คะแนนขึ้นไป
ระดับ 3 ดาว	☆☆☆	ได้คะแนนตั้งแต่	50 - 69	คะแนนขึ้นไป
ระดับ 2 ดาว	☆☆	ได้คะแนนตั้งแต่	40 - 49	คะแนนขึ้นไป
ระดับ 1 ดาว	☆	ได้คะแนนตั้งแต่	30 - 39	คะแนนขึ้นไป

ผลการคัดสรรในระดับจังหวัด/ภาค โดยคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัด/อำเภอ ซึ่งใช้เกณฑ์การคัดสรรพิจารณาถึงความสามารถในการผลิต (Supply Side) นี้ จะส่งต่อให้คณะกรรมการประกวดและจัดงานในระดับประเทศจัดประกวดเพื่อคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การคัดสรรพิจารณาถึงความต้องการของตลาด (Demand Side) เป็นหลัก

การจัดระดับสินค้า (Product Level) โดยพิจารณาถึงความต้องการของตลาด แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่

1. ระดับ A เป็นสินค้าที่สามารถส่งออกได้ทันที
2. ระดับ B เป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูง เป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากลได้ โดยภาครัฐให้การสนับสนุน
3. ระดับ C เป็นสินค้านระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ B ได้ โดยปรับปรุงแก้ไข จุดอ่อน ข้อจำกัดต่าง ๆ ของสินค้า โดยภาครัฐให้การสนับสนุน
4. ระดับ D เป็นสินค้าที่มีศักยภาพต่ำ มีแนวทางการพัฒนา 2 แนวทาง คือ
 - 4.1 D1 เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ C โดยภาครัฐให้การสนับสนุน และมี การประเมินศักยภาพเป็นระยะ
 - 4.2 D2 เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ C ได้เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยาก ต่อการพัฒนา ภาครัฐอาจยกเลิกการส่งเสริมสินค้านั้น

จากเกณฑ์ดังกล่าวนี้ ใช้ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน ซึ่งแต่ละจังหวัดจัดประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด เพื่อทำประวัติผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดต่อไป

ศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก

การประกอบธุรกิจในชุมชนท้องถิ่นแต่เดิม นิยมวิธีง่าย ๆ สะดวก เช่น การขายสดโดยการเก็บพืชผลที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ลักษณะดังกล่าวสามารถสร้างรายได้และผลกำไรที่ยั่งยืนได้ ต่อมาการประกอบธุรกิจชุมชนได้พัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชนและได้พัฒนาธุรกิจเดิมให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้น

ชูศักดิ์ และ นิทัศน์ (2545) กล่าวว่าภูมิปัญญาทางด้านตำรับอาหาร สำหรับอาหารไทย จัดเป็นอาหารที่ปรุงง่าย พืชที่ใช้ประกอบอาหารส่วนใหญ่เป็นพืชสมุนไพร ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น และราคาถูก มีคุณค่าทางโภชนาการและยังป้องกันโรคได้หลายโรค เพราะส่วนประกอบส่วนใหญ่เป็นพืชสมุนไพร เช่น ตะไคร้ ขิง ข่า กระชาย ใบมะกรูด ใบโหระพา ใบกระเพรา เป็นต้น จากภูมิปัญญาที่ได้สั่งสมและสืบทอดมานาน ได้ถูกพัฒนาให้เป็นธุรกิจชุมชนกันมากขึ้น ปัจจุบันกำลังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐด้วยนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจ การพัฒนาสินค้าและธุรกิจให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ในรูปของการขายให้ได้ราคาสูงขึ้นหรือขายให้ได้มากขึ้น ซึ่งสามารถทำได้ 4 แนวทาง คือ

1. เติมความสร้างสรรค์แปลกใหม่ และความเป็นเอกลักษณ์ไทยลงไป ปัจจุบันนี้ภาครัฐโดยกรมส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์ได้ใช้กลยุทธ์สำคัญในการเร่งสร้างขีดความสามารถทางการค้าของไทยในตลาดโลก ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศและสินค้าไทย มุ่งเน้นการสร้างทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศโดยรวม (Country Image) และของสินค้าไทย (Product Image) ผ่านการผลิตด้วยฝีมือที่ประณีตพิถีพิถัน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ และถือเป็นจุดเด่นของสินค้าไทย ทั้งนี้โดยใช้สัญลักษณ์ “ตราประเทศไทย” (Country Logo) ซึ่งมีคำว่า “Thailand: Land of Diversity & Refinement” เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

2. เน้นการออกแบบ รูปลักษณ์ รูปแบบ สมัยนิยม ความสวยงาม ภาชนะบรรจุหีบห่อ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าข้างในดูมีราคา

3. เน้นการนำเทคโนโลยีมาช่วยให้ผลิตได้มาก และมีมาตรฐานเหมือนกันในทุกหน่วยการผลิต ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนต่ำลง เช่น การใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ช่วยทุ่นแรง

4. การให้บริการต่าง ๆ ต่อยอด เช่น จัดให้มีเทศกาลอาหารต่าง ๆ ประจำภาค อาหารเจ อาหารท้องถิ่น สร้างจุดศูนย์กลางหรือเวทีให้ร้านอาหารต่าง ๆ นำเมนูอร่อยของตนออกมาแนะนำ เป็นต้น

ชูศักดิ์ และ นิทัศน์ (2545) กล่าวว่าการพัฒนาธุรกิจและต้นแบบธุรกิจใหม่ ๆ ของวิสาหกิจชุมชน จะต้องพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

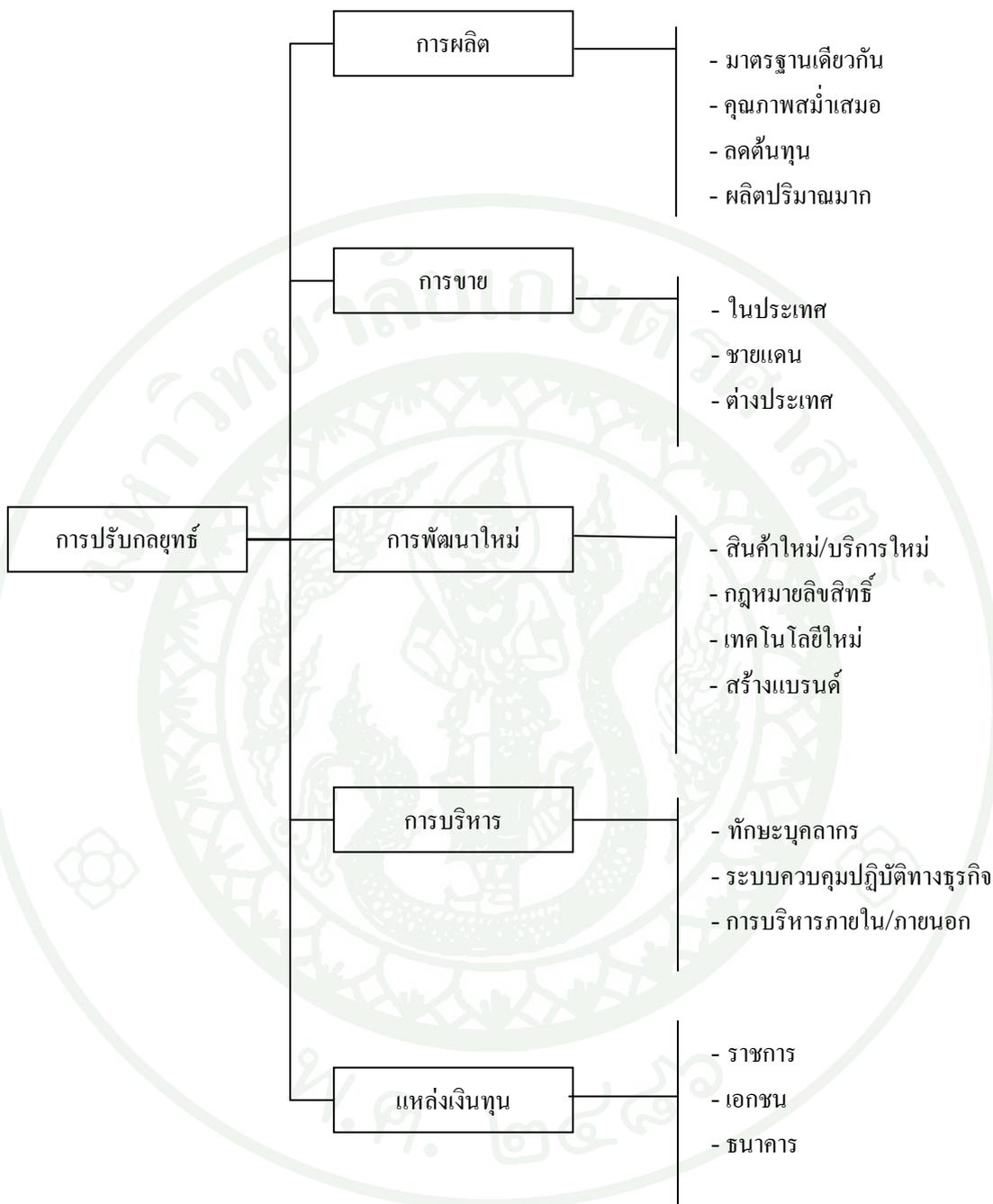
1. การผลิต ต้องดูว่าเราสามารถปรับปรุงกระบวนการแปรรูปการผลิต และกระบวนการของธุรกิจจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำได้อย่างไร

1.1 ผู้ผลิตในชุมชนหลาย ๆ ราย มักผลิตแบบตามใจตนเอง มีมาตรฐานของตนเอง ต่างคนก็ต่างผลิตจึงทำให้มีขนาดคุณภาพไม่เท่ากัน การขายก็ตัดราคากันเอง ลูกค้าซื้อไปก็ใช้งานลำบากเพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่เท่ากัน

1.2 คุณภาพที่สม่ำเสมอ เสมอต้นเสมอปลายทั้งคุณภาพวัตถุดิบ คุณภาพการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพการให้บริการ คุณภาพของฝีมือทักษะแรงงาน คุณภาพของคน การจะพัฒนาคุณภาพจึงต้องมีการฝึกอบรม การควบคุมคุณภาพ การตรวจสอบ สุ่มวัดผลงาน นโยบาย คุณภาพ กรรณวิธีมาตรฐานและมาตรฐานคุณภาพ การแก้ปัญหาคุณภาพที่เกิดขึ้น การป้องกันปัญหาเรื่องคุณภาพ การควบคุมคุณภาพเมื่อปริมาณการผลิตมากขึ้นตามธุรกิจที่ขยายหรือเติบโตขึ้น การลดของเสีย ของชำรุด ของซ่อมแซม เพราะทำให้เสียหายเสียเวลา ปัจจุบันภาครัฐโดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ได้มีโครงการมาตรฐานระบบคุณภาพพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กของไทย Thai Foundation Quality System (TFQS) ขึ้นแล้ว

1.3 ลดต้นทุนการผลิต โดยศึกษากรรมวิธีการผลิต การออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ให้ไหลลื่นตัวขึ้น ตลอดจนการศึกษากระบวนการทำงานของคนงาน การใช้เครื่องจักรมาช่วยในการทำงาน การจ้างผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อป้องกันของเสียที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการผลิต การทำงานเป็นทีมและการปฏิบัติงานอย่างรวดเร็ว

1.4 การผลิตปริมาณมาก หากการผลิตไม่เพียงพออาจต้องจ้างผลิต ซึ่งโดยปกติชาวบ้านก็ทำกันอยู่แล้ว เช่น การนำเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีมาใช้ การเปลี่ยนการผลิตจากการใช้แรงงานมาเป็นผลิตแบบงวดเดียว (batch) จากกระบวนการผลิตแบบ batch มาเป็นกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง (continuous) เพื่อลดขั้นตอนในการติดตั้งเครื่องก่อนการผลิตและให้สายงานผลิตมีความยืดหยุ่น



ภาพที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ที่มา: ชูศักดิ์ และ นิตัน (2545)

2. การตลาด เราอาจจะดูการกระจายสินค้าจากท้องถิ่นสู่จังหวัดและไปทั่วภูมิภาคทั่วประเทศ

2.1 ตลาดในประเทศ เราเริ่มจากการขายที่หน้าร้านของตนเองหรือขายในท้องถิ่นก่อน แล้วค่อยติดต่อไปยังศูนย์สินค้าประจำจังหวัด ขายในจังหวัด ออกงานประจำปีของจังหวัด เพื่อเปิดโอกาสตนเองสู่ตลาดภูมิภาคและทั่วประเทศ พิจารณาช่องทางการขายที่หลากหลายไม่ว่าจะขายผ่านร้านค้าปลีก หรือร้านค้าบริเวณจังหวัดที่สามารถกระจายสู่ภูมิภาคได้

2.2 ตลาดชายแดน โดยติดต่อศูนย์ค้าส่ง ค้าปลีกชายแดน เช่น แถบลาว พม่า และกัมพูชา

2.3 ตลาดต่างประเทศ ออกงานแสดงสินค้าในประเทศที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าส่งออก ออกงานแสดงสินค้าหรือไปทัวร์พาณิชย์ในต่างประเทศ

3. การพัฒนาใหม่

3.1 การพัฒนาสินค้าใหม่ สูตรใหม่ รสชาติ และการบริการใหม่ ๆ ในขณะที่เราพัฒนาของใหม่ต้องให้ลูกค้าทดลองชิม และพิสูจน์ด้วย เพื่อให้เราสามารถวัดผลได้ว่าแบบไหนหรือตัวไหนดี แล้วค่อยเลือกตัวนั้นพัฒนาปรับปรุงสูตรให้เหมาะสมกับความต้องการและความพอใจของผู้ซื้อ นอกจากนี้ยังต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ แก่ลูกค้าด้วย

3.2 หากมีสูตรใหม่ สินค้าใหม่ จะต้องจดลิขสิทธิ์รับรองให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพราะแนวคิดก็ต้องจดลิขสิทธิ์เช่นกัน

3.3 การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต ตรวจสอบ วิเคราะห์ ชั่ง ตวง บรรจุ และถนอมอาหาร ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนาสร้างแบรนด์มีเกณฑ์ดังนี้ คือ

3.3.1 พัฒนาชื่อสินค้าและชื่อแบรนด์ว่าจะใช้ชื่ออะไร

3.3.2 ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ยี่ห้อที่จะใช้เครื่องหมายการค้า

3.3.3 ออกแบบหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ และขออนุญาตใช้เครื่องหมายของทาง

ราชการ

3.3.4 ออกแบบการจัดการสินค้าในพื้นที่ขายให้สะดวก

4. การบริหารงานอย่างมืออาชีพ

4.1 พัฒนาทักษะความถนัดเชี่ยวชาญใหม่ให้กับบุคลากร โดยส่งไปฝึกอบรมในโรงงานหรือสถานประกอบการ

4.2 ระบบควบคุมปฏิบัติการ ใบบันทึกงาน ใบบควบคุมตรวจสอบวัสดุที่ใช้ในการผลิต ระบบการให้ผลตอบแทนที่จูงใจระบบการควบคุมคุณภาพโรงงานหรือสถานประกอบการ

4.3 การบริหารภายใน และภายนอกธุรกิจ

5. แหล่งเงินทุน เพื่อนำไปขยายขนาดของกิจการโดยแยกเป็น เงินทุนที่จะใช้ระยะยาว มักนำไปลงทุนในทรัพย์สินถาวร เงินทุนหมุนเวียน คือเงินทุนที่ใช้ไปในเรื่องสินค้าคงคลัง เงินเดือนพนักงาน

แนวคิดเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT

ปรีดี (2539) กล่าวว่า SWOT คือกลยุทธ์ที่ใช้วิเคราะห์อาการของหน่วยงาน โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อหน่วยงาน เช่น ผลกระทบด้านการเมืองสังคม เศรษฐกิจและด้านเทคโนโลยี ว่ามีผลดีผลเสียต่อการปฏิบัติของหน่วยงานอย่างไร เป็นต้น นอกจากนี้ยังลงถึงไปวิเคราะห์ถึงสภาวะการเปลี่ยนแปลงภายในหน่วยงาน เช่นระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล บทบาทหน้าที่ เครื่องมือเครื่องใช้ ระเบียบข้อกฎหมายต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะสร้างโอกาสให้หน่วยงานมีความเจริญเติบโตหรือมีบทบาทสูงกว่าเดิม หรืออาจจะเป็นอุปสรรคหรืออันตรายในการสร้างแรงบีบคั้นให้ต้องลดบทบาทลง ทำให้มีขนาดเล็กลงและสุดท้ายอาจจะต้องยกเลิกไปในที่สุด

สุริยะ (2540) SWOT มาจากกลยุทธ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์หน่วยงาน โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมของหน่วยงาน ว่ามีผลดีหรือผลเสียต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานอย่างไร นอกจากนี้ยังดูสภาวะการเปลี่ยนแปลงภายในหน่วยงานด้วยว่า อะไรที่สร้างโอกาสให้หน่วยงานเจริญเติบโต หรือสร้างแรงบีบคั้นให้ต้องลดบทบาท หรือตายไปในที่สุด

ความหมายของ SWOT

“S” มาจากคำว่า Strengths เป็นการวิเคราะห์ว่าสภาพแวดล้อมในอะไรที่เสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้น เช่น กรมการปกครองมีบทบาทในการกำกับดูแลบริหารราชการส่วนภูมิภาค การมีบุคลากรอยู่ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติสูงสุดไปถึงหมู่บ้านนับเป็นเรื่องดีเป็นจุดแข็งที่นโยบายเมื่อสั่งการไปแล้ว สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะมีความพร้อม

“W” มาจากคำว่า Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนของหน่วยงาน การป่วยของหน่วยงานไม่จำเป็นต้องป่วยทุกส่วนหรือทุกฝ่าย แต่อาจมีบางส่วนที่ป่วย ส่วนที่ว่ามันคือจุดอ่อนโดยจุดอ่อนนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพนอกหน่วยงานแล้วปรากฏว่าหน่วยงานไม่เปลี่ยนแปลง เช่น ทักษะคิดของคนในกระทรวงมหาดไทย ยังมีบางส่วนที่ยึดความเป็นเจ้าขุนมูลนาย ในขณะที่สภาพแวดล้อมได้เข้าสู่ความเป็นประชาธิปไตยที่ประชาชนคือเจ้าของอำนาจอธิปไตยทำให้ข้าราชการบางคนยังวางท่าไม่เข้าหาประชาชน และมุ่งระเบียบกฎหมายมากกว่ามุ่งให้บริการประชาชน เป็นต้น

“O” มาจากคำว่า Opportunities หรือโอกาสภายนอกที่หน่วยงานจะได้รับการพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีศักยภาพหรือความพร้อม เช่น เทคโนโลยีหรือการศึกษาของบุคลากร โดยเฉพาะด้านบุคลากร ในปัจจุบันกรมการปกครอง เป็นกรมหนึ่งที่มีบุคลากรที่ดี มีคุณภาพ ความรู้ความสามารถ เมื่อเทียบกับหน่วยงานข้างเคียงแล้วก็ไม่น้อยหน้า จนตั้งแต่ระดับปริญญาเอก โท ตรี หรือที่จบมัธยมศึกษาก็มีการอบรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง นับเป็นโอกาสที่หน่วยงานจะสร้างงาน สร้างความผาสุกให้กับประชาชน เป็นต้น

“T” มาจากคำว่า Threats หรือแรงกดดันที่บั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ซึ่งเป็นเรื่องภายนอกของหน่วยงานที่จะต้องปรับปรุงให้สอดคล้อง เช่น กฎระเบียบหลายฉบับไม่เอื้ออำนวยต่อการให้บริการ

ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารงานที่จะต้องวิเคราะห์ตรวจสอบอาการของหน่วยงานเหมือนหมอวิเคราะห์โรคคนไข้ โดยมีเครื่องมือที่เรียกว่า SWOT แทนสเตรโตสโคปที่หมอใช้ หลังจากนั้นก็นำเอาผลวิเคราะห์ดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาหน่วยงานให้ก้าวหน้าต่อไป (สุริยะ, 2540)

แนวทางการวิเคราะห์ SWOT

พิทักษ์ (2543) มีแนวทางการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีผลกระทบต่อหน่วยงาน โดยมีตัวแปรสำคัญในการวิเคราะห์ กล่าวคือ

1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่

1.1.1 ด้านสังคม

1.1.2 ด้านการเมืองการปกครอง

1.1.3 ด้านเศรษฐกิจ

1.1.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่าย

1.2 ผลกระทบต่อหน่วยงาน

1.2.1 ด้านเชิงบวก ซึ่งเป็นช่องทาง หรือโอกาสของหน่วยงาน (Opportunity)

1.2.2 ด้านเชิงลบ ซึ่งเป็นอุปสรรค หรืออันตรายของหน่วยงาน (Threat)

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน ซึ่งมีมาตรการหรือตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์ กล่าวคือ

2.1 สภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน

2.1.1 ด้านทรัพยากร

1) บุคลากร/องค์กรประชาชน

2) งบประมาณ

3) วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ

4) เทคโนโลยี

2.1.2 ด้านโครงสร้าง นโยบาย ระบบการทำงาน บทบาทหน้าที่

2.1.3 ด้านระเบียบข้อกฎหมาย

- 2.1.4 ด้านการสนับสนุนจากภายนอก
- 2.2 ศักยภาพในหน่วยงาน
 - 2.2.1 จุดแข็งของหน่วยงาน
 - 2.2.2 จุดอ่อนของหน่วยงาน
3. การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
 - 3.1 ข้อเสนอผลวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อหน่วยงาน
 - 3.2 ข้อเสนอผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในที่มีศักยภาพเพียงพอ
 - 3.3 นำวิสัยทัศน์ของผู้บริหารงานมาผสมผสานกับผลสรุป
4. กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดเป็นบทบาทหน้าที่และการวางแผนพัฒนาหน่วยงาน
5. การวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแก้ไขปัญหา
6. ประชุมชี้แจงสร้างความเข้าใจร่วมกันทุกระดับ ให้แพร่หลายกว้างขวางในการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับสถานการณ์ดังกล่าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ (2543) ศึกษาศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานี เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญในการศึกษามีจำนวน 8 คน เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามที่เป็นแนวประเด็นการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบพรรณนาความ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิค SWOT และการเปรียบเทียบเชิงบริบท พบว่า ศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานีอยู่ในระดับสูง โดยมีศักยภาพสูงใน 14 ด้าน คือ วัตถุประสงค์ในท้องถิ่น วัตถุประสงค์ในประเทศ สถานการณ์และการจูงใจนักลงทุน แรงงานมุสลิม การคมนาคมขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต โครงสร้างพื้นฐาน การตลาดและอุปสงค์ นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้อตกลง IMT-GT ภาพลักษณ์ทาง

ประวัติศาสตร์และศาสนาอิสลาม การรับรองคุณภาพ โครงการร่วมมือภายในประเทศ และมี ศักยภาพปานกลางใน 6 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจของนักลงทุน ด้านเงินทุนและ สินเชื่อ ด้านระเบียบกฎหมาย ด้านกระบวนการตรวจสอบ ความร่วมมือระหว่างประเทศ คู่แข่ง และโอกาสการแข่งขัน

จากผลการวิจัยของ ทิชากร (2546) ที่ศึกษา ศักยภาพของการประกอบอาชีพในชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มแม่บ้านสภาวัฒนธรรมตำบลหัวลำโรง อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี พบว่า พัฒนาการของกลุ่มแม่บ้านในการประกอบอาชีพชุมชนจากอดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า มีพัฒนาการ มาเป็นลำดับขั้น คือเริ่มจากการได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ (กรมการพัฒนาชุมชน) แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากการขาดผู้นำที่ดีมีคุณภาพ แต่เมื่อประชาคมตำบลก่อตั้งสภา วัฒนธรรมตำบลหัวลำโรง และได้ดำเนินการของกลุ่มอาชีพที่มีรูปแบบมากขึ้นและมีผู้นำกลุ่มที่มี ศักยภาพจึงทำให้กลุ่มดำรงอยู่ได้และดำเนินการจนถึงปัจจุบัน

สมาชิกกลุ่มประกอบอาชีพชุมชน พบว่า สมาชิกเคยได้รับการฝึกอบรมประกอบอาชีพ ชุมชนมาก่อน จากภาครัฐและได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม และปัจจัยภายนอกพบว่า สมาชิก กลุ่มแม่บ้านสามารถสร้างกำไรหรือรายได้จากการประกอบอาชีพชุมชน ด้านศักยภาพของการ ประกอบอาชีพชุมชนด้านความรู้ในการนำความรู้ไปประกอบอาชีพชุมชน และเกิดรายได้จากการ ประกอบอาชีพชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก ด้านศักยภาพการประกอบอาชีพ ชุมชน ด้านความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้า และแก้ไขปัญหาในงานอาชีพชุมชน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก ด้านศักยภาพของการประกอบอาชีพชุมชนด้านความชำนาญในการ คิดริเริ่มด้านต่าง ๆ ในการประกอบอาชีพชุมชน และสามารถถ่ายทอดงานอาชีพและสร้างชื่อเสียง ชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก และยังทดสอบสมมุติฐานในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ ค่า (T-test) และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) พบว่า ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก กลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ อายุ อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ต่อศักยภาพของการประกอบอาชีพชุมชนด้านความรู้ ด้าน ความสามารถในการจัดการ แต่ด้านความชำนาญของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน ไม่มีความแตกต่างอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายในของ สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านด้านความรู้ ความสามารถในการจัดการ และความชำนาญ มีความ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย

ภายนอก ของสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านด้านความรู้ ความสามารถในการจัดการ และความชำนาญ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการจัดทำนโยบายให้เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการตรวจสอบข้อมูลในการเข้าไปปฏิบัติงานในท้องถิ่นให้อย่างละเอียดและรอบคอบ เพื่อนำมาเสนอแนวทางในการปฏิบัติงานและประสานงาน ในระดับบริหารนโยบายอย่างถูกต้องและชัดเจน และภาครัฐควรส่งเสริมนโยบายตลาดแรงงานในชนบท ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารสภาวัฒนธรรมตำบลหัวสำโรง อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ผู้บริหารสภาวัฒนธรรมตำบลหัวสำโรงควรมีการระดมความคิดเห็นในการบริหารสภาวัฒนธรรมตำบล โดยการศึกษาดูงานจากสถานที่อื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ด้านการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านในการประกอบอาชีพชุมชน ในกระบวนการจัดการบริหาร การผลิตสินค้า การจัดจำหน่ายสินค้า เป็นต้น และควรมีการปรับเปลี่ยนผู้นำกลุ่มในการนำพากลุ่มประกอบอาชีพในชุมชนเพื่อประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

พิระพงษ์ (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาด้านความพร้อมของชุมชน พบว่า กลุ่มชุมชนส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับปานกลาง จำนวน 46 กลุ่ม ร้อยละ 59.7 รองลงมา มีระดับความพร้อมน้อย จำนวน 27 กลุ่ม ร้อยละ 35.1 และมีระดับความพร้อมมาก จำนวน 4 กลุ่ม ร้อยละ 5.2 เท่านั้น ในด้านการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัยว่า ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่ม ปัจจัยด้านการดำเนินงาน และปัจจัยด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การจัดทำบัญชี มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มากที่สุดที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ (0.01) ส่วนเงินทุนในการดำเนินงานกลุ่มชุมชนและการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชน มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (0.05) ส่วนปัจจัยด้านระยะเวลาการดำเนินกลุ่ม จำนวนสมาชิก แหล่งวัตถุดิบ การใช้แรงงานในการผลิต สถานที่จัดจำหน่ายหรือร้านค้าของกลุ่ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แต่อย่างใด

อุปกรณ์และวิธีการ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ควบคู่ไปกับข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยทำการศึกษาถึง ศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตภาคกลางตอนบน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน นำมาวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในห้องปฏิบัติการ วิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การเปรียบเทียบคุณภาพทางทางเคมี และจุลินทรีย์ กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน ซึ่งมี 8 จังหวัด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ, 2549) ได้แก่ ชัยนาท ปทุมธานี สิงห์บุรี ลพบุรี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา และอ่างทอง

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต ได้จากการสุ่มประชากรแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มผู้ผลิตในชุมชนและผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดย่อมที่ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ดังนี้

1.1 สุ่มเลือกจังหวัดที่มีผู้ผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปจำนวนหลายกลุ่ม และมีทั้งระดับ 3-5 ดาว จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท ปทุมธานี และลพบุรี

1.2 แบ่งกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละจังหวัดออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 4-5 ดาว และกลุ่มที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 3 ดาว ในปี พ.ศ. 2547 ดังนี้

1.2.1 กลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ในระดับ 4-5 ดาว รวม 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง ตำบลท่าชัย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท
(5 ดาว)
- 2) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต ตำบลประชาธิปไตย อำเภอชัยบุรี
จังหวัดปทุมธานี (5 ดาว)
- 3) น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ ตำบลลำนาทรายณ์ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี
(4 ดาว)
- 4) กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อเลื้อน ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอหันคา จังหวัด
ชัยนาท (4 ดาว)
- 5) กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบั้ง ตำบลบางซุด อำเภอสรรคบุรี
จังหวัดชัยนาท (4 ดาว)

1.2.2 กลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ในระดับ 3 ดาว รวม 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง ตำบลโพนางคำดอก
อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท (3 ดาว)
- 2) น้ำพริกเผาตราแม่กแก้ว ตำบลมะขามเต่า อำเภอวัดสิงห์
จังหวัดชัยนาท (3 ดาว)
- 3) กลุ่มแม่บ้านกงคาราม ตำบลโพนางคำตก อำเภอสรรพยา
จังหวัดชัยนาท (3 ดาว)
- 4) กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง ตำบลชอนสมบูรณ์ อำเภอหนองม่วง
จังหวัดลพบุรี (3 ดาว)
- 5) กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไท ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี (3 ดาว)

1.3 สุ่มเลือกผู้ที่มีบทบาทหลักในการผลิต โดยเฉพาะผู้ที่มีความรู้ด้านน้ำพริก กลุ่มละ
6 คน 10 กลุ่ม รวม 60 คน

2. กลุ่มตัวอย่างอาหาร

2.1 สุ่มเลือกตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 1 ชนิด ที่มียอดขายสูงสุดของแต่ละกลุ่ม ชนิดละ 3 ตัวอย่าง รวม 30 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์คุณภาพทางเคมี และจุลินทรีย์ ในห้องปฏิบัติการ โดยการส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ได้จากการกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์คุณภาพ ที่ศูนย์บริการประกันคุณภาพอาหาร (FQA) สถาบันคั้นคว่ำ และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยแบ่งลักษณะของน้ำพริกออกเป็น 2 ประเภท คือ น้ำพริกประเภทแห้ง และ น้ำพริกประเภทเปียก โดยแต่ละประเภทมีตัวอย่าง ดังนี้

2.1.1 น้ำพริกประเภทแห้ง มี 5 กลุ่ม ได้แก่ น้ำพริกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต จังหวัดปทุมธานี น้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบ จังหวัดชัยนาท น้ำพริกหมู 4 รส ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ จังหวัดลพบุรี น้ำพริกตาแดง ของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไท จังหวัดปทุมธานี และน้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านคลองคาราม จังหวัดชัยนาท

2.1.2 น้ำพริกประเภทเปียก มี 5 กลุ่ม ได้แก่ น้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง น้ำพริกเผาสูตรโบราณ ของกลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่เถื่อน น้ำพริกเผากุ้ง ของกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง น้ำพริกแมงดา ของกลุ่มน้ำพริกเผาตราแม่คนแก้ว จังหวัดชัยนาท และ น้ำพริกนรกแมงดา ของกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง จังหวัดลพบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในการศึกษา ประกอบด้วย

1.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการผลิต ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (open-ended) และเลือกตอบ (check list) กำหนดประเด็นคำถามเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และตำแหน่งหน้าที่ภายในกลุ่ม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน แบ่งเป็น ด้านความรู้ในการผลิต ข้อมูลด้าน

การผลิต บรรจุกัณฑ์หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านความช่วยเหลือจากภายนอก
กลุ่ม

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปเฉพาะชนิด
ที่คัดเลือกมาเป็นตัวอย่างตามระบุข้างต้น

1.2 อุปกรณ์บันทึกเสียงและบันทึกภาพ

2. เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป

2.1 วัตถุประสงค์

2.1.1 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปจากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก
สำเร็จรูปทั้ง 10 กลุ่ม กลุ่มละ 1 ชนิด ที่มียอดขายสูงสุดของแต่ละกลุ่ม ชนิดละ 3 ตัวอย่าง
รวม 30 นำมาวิเคราะห์คุณภาพทางเคมี และจุลินทรีย์ ในห้องปฏิบัติการ โดยการส่งตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ได้จากการกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์คุณภาพ ที่ศูนย์บริการประกัน
คุณภาพอาหาร (FQA : Food Quality Assurance Service Center) สถาบันคั้นคว่ำและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.2 อุปกรณ์และสารเคมีในการตรวจสอบคุณภาพ

2.2.1 การวิเคราะห์คุณภาพทางเคมี

1) การวัดค่าวอเตอร์แอกทิวิตี

- เครื่องวัดค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ยี่ห้อ Hyglo Lab รุ่น
Rotranic

2) อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปริมาณความชื้น

- ตู้อบลมร้อน (Hot air oven) ยี่ห้อ wtb binder รุ่น Fd WBT
Binder
- moisture can

3) อุปกรณ์และสารเคมีที่ใช้ในการวิเคราะห์เปอร์เซ็นต์เกลือ

- ปีเปตขนาด 10 มิลลิลิตร
- ปีเปตขนาด 25 มิลลิลิตร
- บิวเรต

- ขวดรูปชมพู่ขนาด 250 มิลลิลิตร
- 0.1 N AgNO₃
- 0.1 N NH₄SCN
- Ferric indicator (FeNH₄(SO₄)₂·12H₂O)
- กรดไนตริก (HNO₃)

4) อุปกรณ์และสารเคมีที่ใช้ในการวิเคราะห์วัตถุกันเสีย กรดเบน

โซอิกและกรดซอร์บิก

- เครื่อง High Performance Liquid Chromatography (HPLC)
- ปีเปตขนาด 10 มิลลิลิตร
- ขวดวัดปริมาตรขนาด 10 มิลลิลิตร
- บีกเกอร์ขนาด 100 มิลลิเมตร
- volumetric flask ขนาด 1000 ml
- เครื่องเซนตริฟิวจ์
- กระดาษกรอง nylon membrane ขนาด 0.45 um
- Methanol ,HPLC grade
- Aqueous solution
- 0.1 M acetic acid
- Mobile phase for HPLC

2.2.2 อุปกรณ์การวิเคราะห์คุณภาพทางจุลินทรีย์

- 1) ตู้บ่มเชื้อจุลินทรีย์อุณหภูมิต่ำ ยี่ห้อ Memmert
- 2) หม้อนึ่งฆ่าเชื้อภายใต้ความดัน Smart Clave
- 3) อาหารเลี้ยงเชื้อ Plate Count Agar
- 4) อาหารเลี้ยงเชื้อ Potato Dextose Agar
- 5) อุปกรณ์เครื่องแก้วสำหรับวิเคราะห์จุลินทรีย์
- 6) อุปกรณ์เตรียมอาหารเลี้ยงเชื้อจุลินทรีย์

การสร้างและทดสอบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) การสร้างเครื่องมือวิจัยขั้นตอนดังนี้คือ

1. ศึกษาขอบข่ายเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง โดยค้นคว้าเอกสาร ตำรา วารสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการสร้างประเด็นคำถามของแบบสัมภาษณ์แนวกว้าง ๆ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงาน ผลผลิต และ การตลาด ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน ในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สมบูรณ์และเหมาะสมยิ่งขึ้น
4. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ที่มีความรู้ด้านเนื้อหาและแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบ และนำคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity)
5. นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองสัมภาษณ์ที่กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เจริญญิก และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์ เมื่อวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า แบบสัมภาษณ์ด้านการผลิต มีค่าความเชื่อมั่นระดับสูง ($r = 0.879$) ด้านการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นระดับสูง ($r = 0.807$) และ ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรภายนอก ($r = 0.875$)
6. นำแบบสัมภาษณ์ที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องตรงประเด็นที่จะศึกษาในแต่ละด้าน โดยความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วจึงนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2549 ถึงสิ้นสุดเดือน เมษายน 2550 ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวกับการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนและผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดย่อมที่ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในจังหวัดที่ทำการศึกษ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง บันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูปเพื่อบันทึกภาพผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในกลุ่มชุมชนของผู้ผลิต ได้แก่

- 1.1 กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง เลขที่ 142 หมู่ที่ 3 บ้านท่าชัย ตำบลท่าชัย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท 17000
- 1.2 กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง เลขที่ 47 หมู่ 6 ตำบลโพนางคำออก อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท 17150
- 1.3 น้ำพริกเผาตราแม่คนแก้ว เลขที่ 15 หมู่ 6 บ้านคลองปลาไหล ตำบลมะขามเต่า อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท 17120
- 1.4 กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่อเลื้อน เลขที่ 8 หมู่ 5 ตำบลวังไก่อเลื้อน อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท 17130
- 1.5 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระฆัง เลขที่ 31 หมู่ 12 บ้านหระฆัง ตำบลบางซุด อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท
- 1.6 กลุ่มแม่บ้านคางคาราม เลขที่ 90 หมู่ที่ 3 ตำบลโพนางคำตก อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท 17150
- 1.7 น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ เลขที่ 437/12 หมู่ที่ 3 ตำบลลำนารายณ์ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี 15130
- 1.8 กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง เลขที่ 3/1 หมู่ 3 บ้านซอนตะเคียน ตำบลซอนสมบูรณ์ อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี 15170
- 1.9 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต เลขที่ 58/65 หมู่ 2 ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130

1.10 กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกสุพรรณบุรี เลขที่ 146/15 หมู่ 13 ซอยไอยรา 21 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

2. ข้อมูลตุติภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในเขตภาคกลางตอนบน และภูมิภาคอื่น ๆ

การวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป

ศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ทางด้านกายภาพ ทางด้านเคมี และทางด้านจุลินทรีย์ ของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ขายดีที่สุด จำนวน 10 ชนิด วิเคราะห์ตัวอย่างละ 3 ซ้ำ ทั้งหมด 30 ตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดของวิธีการดังต่อไปนี้

1. คุณภาพทางเคมี หมายถึง คุณภาพของอาหารด้านเคมี ซึ่งจะศึกษา ดังนี้

1.1 ค่าวอเตอร์แอกทีวิตี (A_w)

1.2 การวิเคราะห์ปริมาณเกลือ โดยวิธี AOAC (2000)

1.3 การวิเคราะห์วัตถุกันเสีย กรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิก โดยวิธี

High Performance Liquid Chromatography (HPLC)

2. คุณภาพทางจุลินทรีย์ ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด โดยวิธี AOAC (2000)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์มาเก็บรวบรวม จัดระเบียบและประเมินผลโดยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ดังนี้คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive research) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน การดำเนินงานของกลุ่ม การผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำพริกสำเร็จรูปในห้องปฏิบัติการของผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป นำมาเปรียบเทียบกับคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และจุลินทรีย์ กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปแต่ละประเภท

3. การวิเคราะห์ศักยภาพ ของข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 4-5 ดาว และกลุ่มที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 3 ดาว ใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT โดยมีองค์ประกอบในการพิจารณา ดังนี้

3.1 โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม ได้แก่ มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ สมาชิกให้ความร่วมมือดี มีความชำนาญในการจัดจำหน่าย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

3.2 กรรมวิธีการผลิต มีทรัพยากรการผลิต (Supply) ได้แก่ วัตถุดิบในท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย มีการคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง

3.3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปริมาณการผลิต กระบวนการตรวจสอบ การรับรองคุณภาพ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก ความชำนาญในการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

3.4 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) องค์ประกอบในการพิจารณาข้างต้น นำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลางในแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งศักยภาพออกเป็น 3 ระดับ คือ สูง ปานกลาง ต่ำ (ตารางที่ 1) ดังนี้

ศักยภาพในการผลิตสูง หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลางกลุ่มนั้นมีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก โดยไม่มีจุดอ่อนและข้อจำกัดในการผลิต

ศักยภาพในการผลิตปานกลาง หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลางกลุ่มนั้นมีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีจุดอ่อนและข้อจำกัดในการผลิต

ศักยภาพในการผลิตต่ำ หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลางกลุ่มนั้น ไม่มีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริก และยังมีจุดอ่อนและข้อจำกัดในการผลิต

ตารางที่ 1 แนวทางการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths = S)	จุดอ่อน (Weaknesses = W)	โอกาส (Opportunities = O)	ข้อจำกัด (Threats = T)	ระดับของ ศักยภาพ
✓		✓		สูง
✓	✓	✓	✓	ปานกลาง
	✓		✓	ต่ำ

เกณฑ์การกำหนดคะแนน ดังนี้

ศักยภาพสูง	=	3	คะแนน
ศักยภาพปานกลาง	=	2	คะแนน
ศักยภาพต่ำ	=	1	คะแนน

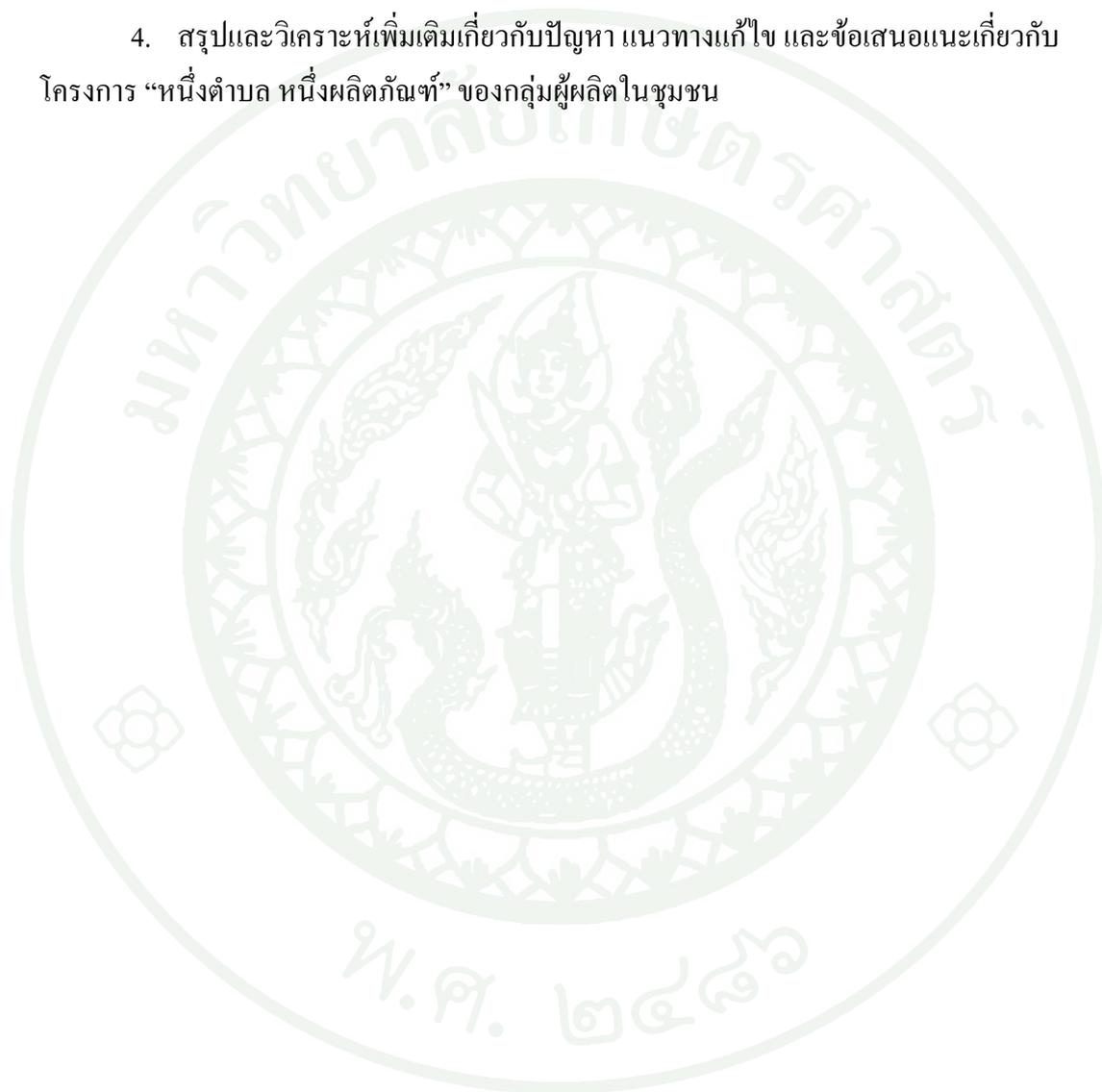
การกำหนดระดับของค่าเฉลี่ยศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลางตอนบน เพื่อใช้อธิบายคะแนนของค่าเฉลี่ยเป็นระดับศักยภาพ โดยการจัดช่วงระดับคะแนนเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (บุญเรียง, 2545)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของข้อมูล} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{3 - 1}{3} \\ &= 0.66 \end{aligned}$$

จากนั้นกำหนดระดับศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลาง โดยหาจากคะแนนเฉลี่ย (บุญเรียง, 2545) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

คะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.00	หมายถึง ระดับศักยภาพสูง
คะแนนเฉลี่ย 1.67 - 2.33	หมายถึง ระดับศักยภาพปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.66	หมายถึง ระดับศักยภาพต่ำ

4. สรุปและวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน



ผลและวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาศึกษาภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในภาคกลาง โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ตอนที่ 2 ข้อมูลศึกษาภาพการผลิต ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ตอนที่ 3 กรรมวิธีในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ตอนที่ 4 คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ตอนที่ 5 ศึกษาภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและมีบทบาทเป็นแกนหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคกลาง จำนวน 60 คน จาก 10 กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตระดับ 4-5 ดาว 30 คน ระดับ 3 ดาว 30 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ที่ได้รับจากกลุ่ม ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกกลุ่ม เหตุผลที่เป็นสมาชิก ตำแหน่งหน้าที่ภายในกลุ่ม จำนวนสมาชิกของกลุ่ม และแหล่งเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ดังนี้

เพศและอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 54 คน และเพศชายจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และ 10.0 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 31 - 50 ปี ร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุต่ำกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 และร้อยละ 18.3 ตามลำดับ พบว่ากลุ่ม 3 ดาว เป็นกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มากกว่ากลุ่ม 4-5 ดาว โดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 43 ปี มีอายุน้อยที่สุด คือ 15 ปี และอายุมากที่สุด คือ 67 ปี

ระดับการศึกษา ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.3) มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างประถมศึกษา (ป. 4 – ป. 6) รองลงมา ร้อยละ 16.7 มีระดับการศึกษาระหว่างมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 15.0 มีระดับการศึกษาระหว่างชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. ร้อยละ 16.7 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 8.3 และอนุปริญญา หรือปวส. คิดเป็น ร้อยละ 1.7 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว เป็นกลุ่มที่มีผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษามากกว่า ส่วนกลุ่ม 3 ดาวมีผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามากกว่า (ตารางที่ 2)

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ระดับมีอาชีพคล้ายคลึงกัน โดยรวมประมาณหนึ่งในสามเป็นเกษตรกร (ร้อยละ 33.3) รองลงมา ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 26.7 แม่บ้าน และ อาชีพค้าขาย อยู่ในสัดส่วนรองลงมา คือ ร้อยละ 21.7 และ 18.3 ตามลำดับ โดยรายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนประมาณหนึ่งในสาม (ร้อยละ 38.3) มีรายได้ 1,000 - 3,000 บาท รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 3,001 - 6,000 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 9,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ 26.7 ตามลำดับ ส่วน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 6,001 - 9,000 บาท มีเพียงร้อยละ 3.3 โดยเฉลี่ยแล้ว รายได้ของกลุ่มตัวอย่างจากการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปต่อเดือน คือ 24,770 บาท รายได้น้อยที่สุดคือ 1,000 บาท และรายได้มากที่สุด คือ 500,000 บาท เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 3 ดาว มีรายได้ระดับต่ำ (1,000 – 3,000 บาท) ในจำนวนมากกว่า ส่วนกลุ่ม 4-5 ดาว มีจำนวนผู้มีรายได้สูงในจำนวนมากกว่า (ในช่วง 3,001 – 6,000 และ 9,001 บาท) (ตารางที่ 2)

สถานภาพในกลุ่มและเหตุผลในการเข้าร่วม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะเป็นสมาชิก กลุ่มชุมชนผู้ผลิตน้ำพริก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมามีตำแหน่งประธาน กลุ่ม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนตำแหน่งเหรัญญิก จำนวน 10 คน รองประธาน ของกลุ่ม จำนวน 9 คน เลขานุการจำนวน 8 คน และตำแหน่งอื่น ๆ คือ ที่ปรึกษาของกลุ่ม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7, 15.0, 13.3 และ 1.7 ตามลำดับ โดยเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกมา นานกว่า 4 ปี เหมือนกันทั้งของกลุ่ม 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว และมีเหตุผลที่เข้ามาเป็นสมาชิก กลุ่มคล้ายกัน คือ ต้องการมีรายได้ ต้องการพัฒนาชุมชนของตนเอง ได้พัฒนาตนเองให้มีความรู้ และเสริมสร้างความสามัคคี ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

จำนวนสมาชิกในกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมกลุ่มผู้ผลิตมีจำนวนสมาชิก 6 – 60 คน โดยมีจำนวนเฉลี่ย 22 คน กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.0) ระบุว่าจำนวน สมาชิกในกลุ่มอยู่ระหว่าง 1 – 15 คน รองลงมามีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 16 – 30 คน เมื่อ พิจารณาจำนวนสมาชิกกลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0) ระบุว่า มีสมาชิกระหว่าง 1 – 15 คน ส่วนกลุ่มระดับ 3 ดาว ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0) มีจำนวนสมาชิก ระหว่าง 16 – 30 คน (ตารางที่ 2)

แหล่งเงินทุนหมุนเวียน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0) ระดมเงินทุนหมุนเวียนจาก สมาชิก รองลงมาใช้แหล่งเงินทุนจากตนเองหรือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 30.0 และใช้เงินทุน หมุนเวียนจากแหล่งอื่น ร้อยละ 10.0 เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่มระดับ 3 ดาว มี การใช้แหล่งเงินทุนจากการระดมเงินทุนจากสมาชิกเป็นหลัก (ร้อยละ 80.0) ส่วนกลุ่มระดับ 4-5 ดาว ใช้แหล่งเงินทุนหลายแหล่งมากกว่า คือ จากตนเอง ครอบครัว และการระดมทุนจากสมาชิก คิดเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 40.0 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป

(n = 60)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่ม 4 – 5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
เพศ						
ชาย	1	3.3	5	16.7	6	10.0
หญิง	29	96.7	25	83.3	54	90.0
อายุ						
ต่ำกว่า 31 ปี	8	26.7	3	10.0	11	18.3
31- 50 ปี	17	56.7	14	46.7	31	51.7
51 ปีขึ้นไป	5	16.7	13	43.3	18	30.0
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษาปีที่ 4 – 6	14	46.7	21	70.0	35	58.3
มัธยมศึกษาปีที่ 1 – 3	7	23.3	2	6.7	9	15.0
มัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 / ปวช.	7	23.3	3	10.0	10	16.7
อนุปริญญา/ ปวส.	0	0.0	1	3.3	1	1.7
ปริญญาตรี	2	6.7	3	10.0	5	8.3
อาชีพหลัก						
แม่บ้าน	7	23.3	6	20.0	13	21.7
เกษตรกรรวม	9	30.0	11	36.7	20	33.3
ค้าขาย	5	16.7	6	20.0	11	18.3
รับจ้างทั่วไป	9	30.0	7	23.3	16	26.7
รายได้						
1,000 – 3,000 บาท	7	23.3	16	53.3	23	38.3
3,001 – 6,000 บาท	12	40.0	7	23.3	19	31.7
6,001 – 9,000 บาท	1	3.3	1	3.3	2	3.3
9,001 บาทขึ้นไป	10	33.3	6	20.0	16	26.7

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n = 60)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่ม 4 – 5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
สถานภาพและบทบาทในกลุ่ม						
ประธาน	5	16.7	5	16.7	10	16.7
รองประธาน	4	13.3	5	16.7	9	15.0
เลขานุการ	3	10.0	5	16.7	8	13.3
เหรัญญิก	5	16.7	5	16.7	10	16.7
สมาชิกกลุ่ม	13	43.3	9	30.0	22	36.7
อื่น	0	0.0	1	3.3	1	1.7
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						
มากกว่า 4 ปี	30	100.0	30	100.0	60	100.0
เหตุผลในการเป็นสมาชิก						
อยากมีรายได้	14	46.7	13	43.3	27	45.0
เสริมสร้างความสามัคคี	4	13.3	1	3.3	5	8.3
พัฒนาชุมชนของตนเอง	9	30.0	10	33.3	19	31.7
พัฒนาตนเองให้มีความรู้	3	10.0	3	10.0	6	10.0
อื่น ๆ	0	0.0	3	10.0	3	5.0
จำนวนสมาชิกของกลุ่ม						
1 – 15 คน	18	60.0	12	40.0	30	50.0
16 – 30 คน	0	0.0	18	60.0	18	30.0
31 คนขึ้นไป	12	40.0	0	0.0	12	20.0
แหล่งเงินทุนหมุนเวียน						
ตัวเอง/ครอบครัว	12	40.0	6	20.0	18	30.0
ระดมเงินทุนจากสมาชิกกลุ่ม	12	40.0	24	80.0	36	60.0
ทุนอุดหนุนจากหน่วยงาน						
ภาครัฐ	6	20.0	0	0.0	6	10.0

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการผลิต ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนใน ภาคกลาง

ด้านความรู้ในการผลิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.0 ได้รับการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก และร้อยละ 10.0 ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 3 ดาว มีผู้ที่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ของจำนวน 30 คน ในขณะที่กลุ่ม 4-5 ดาว ได้รับการอบรมทั้งหมด นอกจากนี้ กลุ่ม 4-5 ดาว มีแหล่งเรียนรู้จากเจ้าหน้าที่และอื่น ๆ ที่หลากหลายมากกว่า โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (90%) มีแหล่งการเรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากครอบครัว รองลงมาเป็นความรู้ที่ได้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนาธุรกิจชุมชน ความรู้จากกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกในชุมชน แหล่งความรู้อื่น ๆ เช่น การนำตำรับจากหนังสือมาพัฒนาต่อยัดตนเอง และเป็นความรู้ที่ได้จากเพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ร้อยละ 26.7 ร้อยละ 11.7 และร้อยละ 10.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 3 ดาว สมาชิกทุกคนในกลุ่มเรียนรู้การผลิตน้ำพริกจากครอบครัว กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกในชุมชนและเพื่อนบ้าน มีเพียงร้อยละ 20.0 เท่านั้นที่ได้รับการอบรมจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนาธุรกิจชุมชน แตกต่างจากกลุ่ม 4-5 ดาว จะเห็นได้ว่ากลุ่ม 4-5 ดาว เป็นกลุ่มที่ได้รับการความรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นส่วนใหญ่ (90%) ไปพร้อม ๆ กับการที่กลุ่มมีแหล่งเรียนรู้การผลิตน้ำพริกจากครอบครัวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (80%) (ตารางที่ 3)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทุกกลุ่ม (100%) คิดว่าการเรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพิ่มเติมมีประโยชน์ต่อกลุ่มและตัวผู้ผลิตเอง และกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทุกกลุ่ม (100%) มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริก โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (85%) มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา ร้อยละ 55.0 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปั่นแห้ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 45.0 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกผัด ร้อยละ 20.0 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดอื่น ๆ เช่น น้ำพริกปลาร้า และร้อยละ 10.0 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกกึ่งเสียบ เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่ากลุ่ม

3 ดาว มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานในการผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเป็นส่วนใหญ่ (80%) ของจำนวน 30 คน น้อยกว่ากลุ่ม 4-5 ดาว โดยรวมกลุ่ม 4-5 ดาว ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกป่นแห้ง ในสัดส่วนที่เท่ากัน (90%) ของจำนวน 30 คน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในด้านความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

ข้อมูลด้านความรู้	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
การได้รับการฝึกอบรมด้านการผลิต						
ไม่เคย	0	0.0	6	20.0	6	10.0
เคย	30	100.0	24	80.0	54	90.0
แหล่งเรียนรู้ในการทำน้ำพริก¹						
ครอบครัว	24	80.0	30	100.0	54	90.0
เจ้าหน้าที่ส่งเสริม/ นักพัฒนาธุรกิจชุมชน	27	90.0	6	20.0	33	55.0
กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกในชุมชน	10	33.3	6	20.0	16	26.7
เพื่อนบ้าน	0	0.0	6	20.0	6	10.0
อื่น ๆ	7	23.3	0	0.0	7	11.7
ประโยชน์จากการเรียนรู้เพิ่มเติม						
สมาชิกเห็นประโยชน์จากการเรียนรู้เพิ่มเติม	30	100.0	30	100.0	60	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n = 60)

ข้อมูลด้านความรู้	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน						
ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทน้ำพริก¹						
น้ำพริกเผา	27	90.0	24	80.0	51	85.0
น้ำพริกปั่นแห้ง	27	90.0	6	20.0	33	55.0
น้ำพริกผัด	21	70.0	6	20.0	27	45.0
น้ำพริกกุ้งเสียบ	6	20.0	0	0.0	6	10.0
อื่น ๆ	6	20.0	6	20.0	12	20.0

¹ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ**ด้านการผลิต**

เหตุผลที่กลุ่มตัดสินใจผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (78.3%) ตัดสินใจที่จะผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเนื่องจากวัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น รองลงมาตัดสินใจที่จะผลิตน้ำพริกเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชน สมาชิกทำน้ำพริกได้ร่อย และได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ มีสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 58.3 อีกส่วนหนึ่งตัดสินใจผลิตเนื่องจากได้รับการฝึกอบรม และน้ำพริกเป็นเครื่องจิ้มที่คนไทยคุ้นเคย คิดเป็นร้อยละ 45.0 พบว่ากลุ่มผู้ผลิตระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว ตัดสินใจผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปเนื่องจากวัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น (ตารางที่ 4)

รางวัลจากการประกวด/มาตรฐานการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมด (100.0%) เคยได้รับรางวัลและได้รับมาตรฐานการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมดร้อยละ 100.0 ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา (อย.) รองลงมาได้รับรางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) จำนวน 5 กลุ่ม อยู่ในกลุ่ม 4-5 ดาว 3 กลุ่ม และกลุ่ม 3 ดาว 2 กลุ่ม ได้รับรางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 50.0 รางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 30.0 รางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว คิดเป็นร้อยละ 20.0 และได้รับมาตรฐานสินค้ามาตรฐานสหกรณ์ (Q) คิดเป็นร้อยละ 10.0 (ตารางที่ 4)

จำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ร้อยละ 50.0 มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตอยู่ระหว่าง 1 – 15 คน รองลงมา มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตอยู่ระหว่าง 16 – 30 คน ร้อยละ 30.0 ตั้งแต่ 31 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.0 เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกกลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตอยู่ระหว่าง 1 – 15 คน และ 31 คนขึ้นไป ส่วนกลุ่มระดับ 3 ดาว มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตอยู่ระหว่าง 1 – 30 คน โดยกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุดคือ 60 คน และน้อยที่สุดคือ 6 คน (ตารางที่ 4)

การจัดหาวัตถุดิบ กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (60.0%) ใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 40.0 เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4 – 5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว ใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มระดับ 4 – 5 ดาว มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และบางส่วนใช้วัตถุดิบจากนอกท้องถิ่นทั้งหมด ส่วนกลุ่ม 3 ดาว ไม่มีการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ และไม่มีการใช้วัตถุดิบนอกท้องถิ่นทั้งหมด โดยที่วัตถุดิบที่ต้องรับจากนอกพื้นที่จังหวัด คือ ภาชนะบรรจุ คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมา เป็นพืชผักสมุนไพร เครื่องปรุงรส และเนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 60.0, 30.0 และร้อยละ 10.0 ตามลำดับ โดยที่ กลุ่ม 4 – 5 ดาว จะรับภาชนะบรรจุและพืชผักสมุนไพรจากนอกพื้นที่จังหวัด (80.0%) รองลงมาคือ เครื่องปรุงรส และเนื้อสัตว์ (20.0%) ซึ่งต่างจากกลุ่ม 3 ดาว โดยที่กลุ่มไม่ต้องรับเนื้อสัตว์จากนอกพื้นที่จังหวัด (ตารางที่ 4)

ระบบการจัดการวัตถุดิบ กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมด มีระบบการจัดการวัตถุดิบโดยการคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (80.0%) กำจัดของเสียหรือวัตถุดิบที่เสียหายจากการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานด้วยการทิ้ง ซึ่งพบว่า กลุ่มระดับ 4-5 ดาว ทุกกลุ่ม จะทำการทิ้งวัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน มีเพียงกลุ่มผู้ผลิตในระดับ 3 ดาว บางส่วน นำไปแจกให้สมาชิกและขายในราคาถูกกว่าปกติ (ตารางที่ 4)

ความต่อเนื่องในการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (40.0%) จะผลิตทุกวัน รองลงมาผลิตสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และผลิตสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบ

พบว่า กลุ่ม 3 ดาว จะมีความถี่ในการผลิตมากกว่า (ทุกวันหรือสัปดาห์ละ 2 ครั้ง) มากกว่ากลุ่ม 4-5 ดาว และจากการสอบถามพบว่า บางกลุ่มจะทำการผลิตตามคำสั่งของลูกค้า

ปัจจัยที่ส่งผลให้ประสบปัญหาในการผลิต จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประสบปัญหาในการผลิตคือขาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาพบว่าวัตถุดิบมีราคาแพง ขาดแรงงานในการผลิต และขาดความรู้ในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 40.0, 21.7 และร้อยละ 1.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากทั้ง 2 ระดับพบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว มีปัญหาเกี่ยวกับการหาเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตมากกว่า ส่วนกลุ่ม 3 ดาว มีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมากกว่า (ตารางที่ 4)

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว (100.0%) มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของตนเองมีคุณภาพทั้งในด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส สี ฯลฯ รองลงมาคือจุดเด่นในเรื่องวัตถุดิบในการผลิต บรรจุภัณฑ์สวยงาม ราคาที่เหมาะสม วิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน และผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 90.0, 61.7, 40.0, 21.6 20.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มระดับ 3 ดาว ส่วนใหญ่ (80.0%) จะมีจุดเด่นในเรื่อง วัตถุดิบในการผลิต ราคา และบรรจุภัณฑ์ น้อยกว่า และคิดว่าผลิตภัณฑ์ไม่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น (ตารางที่ 4)

การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีการตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าทุกขั้นตอนและทุกเวลาที่มีการผลิตมากกว่าในกลุ่มระดับ 3 ดาว ซึ่งผู้ตรวจสอบเป็นบางขั้นตอน บางเวลาระหว่างที่ทำการผลิต (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

(n = 60)

ข้อมูลด้านการผลิต	กลุ่ม 4 – 5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
เหตุผลที่กลุ่มตัดสินใจผลิตน้ำพริก¹						
วัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น	29	96.7	18	60.0	47	78.3
เป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชน	23	76.7	12	40.0	35	58.3
สมาชิกทำน้ำพริกได้เรื่อยๆ	18	60.0	17	56.7	35	58.3
ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่	23	76.7	12	40.0	35	58.3
เป็นเครื่องจิ้มที่คนไทยคุ้นเคย	27	90.0	0	0.0	27	45.0
ได้รับการฝึกอบรม	21	70.0	6	20.0	27	45.0
การได้รับรางวัล/มาตรฐานการผลิต						
มาตรฐานการผลิต						
เคยได้รับรางวัล	30	100.0	30	100.0	60	100.0
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา(อย.)						
ได้รับมาตรฐาน อย.	30	100.0	30	100.0	60	100.0
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)						
ได้รับมาตรฐาน มผช.	18	60.0	12	40.0	30	50.0
มาตรฐานสหกรณ์ (Q)						
ได้รับมาตรฐานสหกรณ์	0	0.0	6	20.0	6	10.0
รางวัลสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์						
ระดับ 5 ดาว	12	40.0	0	0.0	12	20.0
ระดับ 4 ดาว	18	60.0	0	0.0	18	30.0
ระดับ 3 ดาว	0	0.0	30	100.0	30	50.0
จำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิต						
1 – 15 คน	18	60.0	12	40.0	30	50.0
16 – 30 คน	0	0.0	18	60.0	18	30.0
31 คนขึ้นไป	12	40.0	0	0.0	12	20.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n = 60)

ข้อมูลด้านการผลิต	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต¹						
วัตถุดิบในท้องถิ่นและนอก						
ท้องถิ่น	18	60.0	18	80.0	36	60.0
วัตถุดิบในท้องถิ่น	12	40.0	12	40.0	24	40.0
วัตถุดิบจากต่างประเทศ	12	40.0	0	0.0	12	20.0
วัตถุดิบจากนอกท้องถิ่นทั้งหมด	6	20.0	0	0.0	6	10.0
วัตถุดิบที่ต้องรับจากนอกพื้นที่จังหวัด¹						
ภาชนะบรรจุ	24	80.0	30	100.0	54	90.0
พืชผักสมุนไพร	24	80.0	12	40.0	36	60.0
เครื่องปรุงรส	6	20.0	12	40.0	18	30.0
เนื้อสัตว์	6	20.0	0	0.0	6	10.0
ระบบการจัดการวัตถุดิบ						
มีการคัดแยกหรือตรวจสอบ						
คุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	30	100.0	30	100.0	60	100.0
การจัดการของเสียหรือวัตถุดิบที่						
เสียหายจากการผลิต						
ทิ้ง	30	100.0	18	60.0	48	80.0
ขายในราคาถูกกว่าปกติ	0	0.0	6	20.0	6	10.0
แจกให้สมาชิก	0	0.0	6	20.0	6	10.0
ความถี่เนื่องในการผลิต						
ผลิตทุกวัน	6	20.0	18	60.0	24	40.0
ผลิตสัปดาห์ละ 2 ครั้ง	0	0.0	12	40.0	12	20.0
ผลิตสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	12	40.0	0	0.0	12	20.0
ผลิตเดือนละ 2 ครั้ง	6	20.0	0	0.0	6	10.0
อื่น ๆ	6	20.0	0	0.0	6	10.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n = 60)

ข้อมูลด้านการผลิต	กลุ่ม 4 – 5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาในการผลิต¹						
เครื่องมือหรืออุปกรณ์	24	80.0	11	36.7	35	58.3
วัตถุดิบ	6	20.0	18	60.0	24	40.0
แรงงาน	7	23.3	6	20.0	13	21.7
ความรู้	0	0.0	1	3.3	1	1.7
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป¹						
คุณภาพด้านประสาทสัมผัส (รสชาติ กลิ่น เนื้อ สี ฯลฯ)	30	100.0	30	100.0	60	100.0
วัตถุดิบ	30	100.0	24	80.0	54	90.0
บรรจุภัณฑ์	30	100.0	7	23.3	37	61.7
ราคา	12	40.0	12	20.0	24	40.0
วิธีการผลิต	12	40.0	1	3.3	13	21.6
เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น	12	40.0	0	0.0	12	20.0
การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้า						
ตรวจทุกขั้นตอนและทุกเวลาที่มี การผลิต	18	60.0	12	40.0	30	50.0
สุ่มตรวจเป็นบางขั้นตอน บางเวลาระหว่างที่ทำการผลิต	12	40.0	18	60.0	30	50.0

¹ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านบรรจุภัณฑ์/การพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปมีการใช้บรรจุภัณฑ์ในการบรรจุน้ำพริก 2 รูปแบบ คือ กระจุกพลาสติก (100.0%) กระจุกแก้ว (90.0%) และถุงพลาสติก (80.0%) กลุ่ม 4-5 ดาว มีการบรรจุด้วยถุงพลาสติกน้อยกว่ากลุ่ม 3 ดาว มีการติดฉลากสินค้าทุกผลิตภัณฑ์

โดยรายละเอียดบนฉลากของแต่ละผลิตภัณฑ์ของทุกกลุ่มจะมีชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ทำและ เครื่องหมายการค้า บอกปริมาณน้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ ข้อเสนอแนะในการ บริโภค และชนิดและปริมาณวัตถุเจือปน มากกว่ากลุ่ม 3 ดาว ข้อมูลบนฉลากที่ควรปรับปรุง คือ ชนิดและปริมาณวัตถุเจือปน ที่ยังระบุไม่ครบทุกกลุ่ม ส่วนกลุ่ม 3 ดาว มีข้อมูลที่ต้องปรับปรุง มากกว่า (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในด้านบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริก ตำราปรุงของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

บรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่ม 4 – 5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้¹						
กระปุกพลาสติก	30	100.0	30	100.0	60	100.0
กระปุกแก้ว	30	100.0	24	80.0	54	90.0
ถุงพลาสติก	18	60.0	30	100.0	48	80.0
ฉลากสินค้า						
มีฉลากสินค้า	30	100.0	30	100.0	60	100.0
การอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ บนฉลากสินค้า¹						
ชื่อผลิตภัณฑ์	30	100.0	30	100.0	60	100.0
ชื่อผู้ทำและเครื่องหมายการค้า	30	100.0	30	100.0	60	100.0
ปริมาณน้ำหนักสุทธิ	30	100.0	24	80.0	54	90.0
วันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ	30	100.0	24	80.0	54	90.0
ข้อเสนอแนะในการบริโภค	30	100.0	18	60.0	36	60.0
ชนิดและปริมาณวัตถุเจือปน	18	60.0	6	20.0	24	26.7

¹ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วางจำหน่ายในร้านค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และศูนย์จำหน่ายสินค้าหรือร้านค้าของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 70.0 และ 53.3 ส่วนการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดและผู้ค้าส่งมารับไปจำหน่ายเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 41.7 และวางจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหรือร้านค้าของอำเภอ และของตำบล คิดเป็นร้อยละ 40.0 เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับพบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว ทุกกลุ่ม จะวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ศูนย์หรือร้านค้าจำหน่ายของกลุ่มและผู้ค้าส่งไปจำหน่ายมากกว่าระดับ 3 ดาว (ตารางที่ 6)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปเกือบทั้งหมด (90.0%) มีพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในอำเภอ รองลงมาจำหน่ายในตำบลและในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 80.0 จำหน่ายต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 78.3 จำหน่ายในหมู่บ้านและจำหน่ายต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 50.0 ตามลำดับ เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว ทั้งหมด (100.0%) มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในอำเภอ และยังสามารถจำหน่ายไปต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งแตกต่างจากกลุ่ม 3 ดาว ที่มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตำบลเป็นหลัก (ตารางที่ 6)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมด (100.0%) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม โดยมีรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (Internet) และเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยมีรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้ารองลงมาคือ แจกใบปลิวหรือแผ่นพับ ป้ายโฆษณาและวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 60.0, 50.0 และ 30.0 ตามลำดับ โดยทางกลุ่มระดับ 5 ดาว มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาและวิทยุกระจายเสียงมากกว่าระดับ 3 ดาว (ตารางที่ 6)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทุกกลุ่ม (100.0%) มีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยชุมชนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยตรง รองลงมาชุมชนทำการจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีกและจำหน่ายต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 80.0 และผู้ค้าส่งซื้อจากชุมชนแล้วจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีกและจำหน่ายต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 60.0 เมื่อพิจารณาโดย

ภาพรวมแล้ว กลุ่ม 4-5 ดาว มีความแตกต่างจากระดับ 3 ดาว คือ มีการค้าผ่านผู้ค้าส่งด้วย (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ข้อมูลด้านการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

(n = 60)

ข้อมูลด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิต	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
สถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์¹						
ผู้ค้าปลีก	18	60.0	30	100.0	48	80.0
งานแสดงสินค้าต่าง ๆ	30	100.0	12	40.0	42	70.0
ศูนย์จำหน่ายหรือร้านค้าของกลุ่ม	24	80.0	8	26.7	32	53.3
ห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต	24	80.0	6	20.0	30	50.0
ผู้ค้าส่ง	18	60.0	12	40.0	30	50.0
แหล่งท่องเที่ยว	13	43.3	12	40.0	25	41.7
ศูนย์จำหน่ายหรือร้านค้าของตำบล	12	40.0	12	40.0	24	40.0
ศูนย์จำหน่ายหรือร้านค้าของอำเภอ	6	20.0	18	60.0	24	40.0
แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์¹						
จำหน่ายในอำเภอ	30	100.0	24	80.0	54	90.0
จำหน่ายในตำบล	18	60.0	30	100.0	48	80.0
จำหน่ายในจังหวัด	30	100.0	18	60.0	48	80.0
จำหน่ายต่างจังหวัด	30	100.0	17	56.7	47	78.3
จำหน่ายในหมู่บ้าน	12	40.0	24	80.0	36	60.0
จำหน่ายต่างประเทศ	24	80.0	6	20.0	30	50.0
การโฆษณาประชาสัมพันธ์¹						
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า	30	100.0	30	100.0	60	100.0
อินเทอร์เน็ต (Internet)	30	100.0	30	100.0	60	100.0
ร่วมงานแสดงสินค้า	30	100.0	30	100.0	60	100.0
แจกใบปลิวหรือแผ่นพับ	18	60.0	18	60.0	36	60.0
ป้ายโฆษณา	24	80.0	6	20.0	30	50.0
วิทยุ	12	40.0	6	20.0	18	30.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 60)

ข้อมูลด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิต	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
ช่องทางการจัดจำหน่าย						
ชุมชน → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภครวม	30	100.0	30	100.0	60	100.0
ชุมชน → ผู้ค้าปลีก → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภครวม	18	30.0	30	100.0	48	80.0
ชุมชน → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภครวม	30	100.0	6	20.0	36	60.0

¹ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (70.0%) ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า รองลงมาได้รับความช่วยเหลือด้านการจัดอบรมให้ความรู้ ด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิต ด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านความร่วมมือ คิดเป็นร้อยละ 50.0, 40.0, 30.0, 20.0 และ 20.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มระดับ 4-5 ดาว ได้รับการสนับสนุนมากกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว ในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าและด้านความร่วมมือ อย่างไรก็ตามกลุ่มระดับ 3 ดาว ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนในทุกด้าน (ตารางที่ 7)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (90.0%) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐนอกเหนือจากชุมชนในด้านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้รับความช่วยเหลือด้านการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ด้านการอบรมให้ความรู้ ด้านการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 80.0, 70.0, 60.0 และ 50.0 ตามลำดับ ส่วนความสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านการวิจัยผลิตภัณฑ์/การตลาด และด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิต มีสัดส่วนที่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.0 เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในทุกๆ ด้านมากกว่า ยกเว้นในด้านเทคโนโลยีการผลิตซึ่งเท่ากับระดับ 3 ดาว (ตารางที่ 7)

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (70.0%) ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า รองลงมาได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิตและด้านการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 30.0 ด้านบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 20.0 ด้านการจัดอบรมให้ความรู้ ด้านการรับรองคุณภาพและด้านอื่น ๆ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว และ กลุ่ม 3 ดาว ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ 60.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

(n = 60)

ด้านความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
การสนับสนุนจากชุมชน¹						
ด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่าย	24	80.0	18	60.0	42	70.0
ด้านการจัดอบรมให้ความรู้	12	40.0	18	60.0	30	50.0
ด้านเทคโนโลยีในการผลิต	6	20.0	12	40.0	18	30.0
ด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิต	6	20.0	18	60.0	24	40.0
ด้านการประชาสัมพันธ์	6	20.0	6	20.0	12	20.0
ด้านความร่วมมือ	6	20.0	6	20.0	12	20.0
การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ¹						
การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์	30	100.0	24	80.0	54	90.0
การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์	30	100.0	18	60.0	48	80.0
สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า	30	100.0	12	40.0	42	70.0
จัดอบรมให้ความรู้	18	60.0	18	30.0	36	60.0
การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	18	60.0	12	40.0	30	50.0
เทคโนโลยีในการผลิต	6	20.0	6	20.0	12	20.0
การวิจัยผลิตภัณฑ์/การตลาด	12	40.0	0	0.0	12	20.0
เงินทุนที่ใช้ในการผลิต	12	40.0	0	0.0	12	20.0

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n = 60)

ด้านความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม	กลุ่ม 4-5 ดาว		กลุ่ม 3 ดาว		รวม	ร้อยละ
	n	%	n	%		
การสนับสนุนจากเอกชน¹						
จัดอบรมให้ความรู้	6	20.0	0	0.0	6	10.0
บรรจุภัณฑ์	12	40.0	0	0.0	12	20.0
เงินทุนที่ใช้ในการผลิต	12	40.0	6	20.0	18	30.0
การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	12	40.0	6	20.0	18	30.0
สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า	24	80.0	18	60.0	42	70.0
รับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์	6	20.0	0	0.0	6	10.0
อื่น ๆ	0	0.0	6	20.0	6	10.0

¹ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 กรรณวิธีในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ในที่นี้จะนำเสนอผลการศึกษา 2 ส่วน ดังนี้

1. กรรณวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม
2. กรรณวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในภาพรวมของทุกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กรรณวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

กรรณวิธีในการผลิตของน้ำพริกแต่ละชนิดพบว่ามีขั้นตอนหลัก ๆ คล้ายคลึงกัน แต่อาจมีรายละเอียดของการปฏิบัติแตกต่างกัน ตามวัตถุดิบที่ใช้และภูมิปัญญาของแต่ละกลุ่ม ซึ่งกลายเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต

ชื่อกลุ่ม / ที่ตั้ง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต 58/65 หมู่ 2 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอ ธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

นางนภาพร จินदारานนท์ หรือที่รู้จักกันดีในนามเจ๊เล็กคลองรังสิต ซึ่งเป็นคนจังหวัดปทุมธานีมาแต่กำเนิด ประกอบอาชีพดั้งเดิมคือขายของชำของสดในตลาดรังสิต จึงได้นำสิ่งที่เหลือมาทำเป็นน้ำพริกแกง โดยได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากแม่บุญธรรม ซึ่งเป็นฝีมือในการทำอาหารหวานและอาหารคาว ระยะเวลา ๆ ไม่มีใครซื้อเนื่องจากไม่มีใครรู้จัก จึงแจกบ้างขายบ้าง หรือแจกแถมแกงเขียวหวานให้ จนคนติดใจในรสชาติและได้ลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น ได้ใช้กลยุทธ์คือการแจกแถมและมีธยายาศัยที่ดีกับลูกค้า จนมีรายได้นำมาเป็นทุนในการพัฒนาร้านตกแต่งให้ดูดี สะอาดตา พัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้แก่ เครื่องบด เครื่องผสม เครื่องบรรจุแบบซอง และพัฒนาน้ำพริกหลาย ๆ อย่างรวมทั้งการทำน้ำพริกจิ้มไก่ ขนมก๊วยซ่าย และรับสอนด้วยเจ๊เล็กเป็นประธานส่งเสริมอาชีพของกลุ่มแม่บ้านปทุมธานี และช่วยเหลือสังคมมาตลอด จนได้รับปริญญาบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหารจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในปี พ.ศ. 2545

การจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2544 มีการรวมสมาชิกกลุ่มขึ้นจำนวน 25 คน ปัจจุบันเหลือเพียง 15 คน โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิตใช้พื้นที่ของโรงงานน้ำพริกของเจ๊เล็กเป็นสถานที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต ได้รับเงินสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรจังหวัด ของกรมการพัฒนาชุมชน และทุนส่วนตัว มีการผลิตทุกวัน ในการผลิตเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน หมุนเวียนมาเป็นแรงงานในการผลิต ซึ่งถือเป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีความชำนาญ อีกส่วนหนึ่งเป็น ลูกจ้างของโรงงาน โดยว่าจ้างจากหมู่บ้านในบริเวณใกล้เคียง

วัตถุดิบ มาจากตลาดในหมู่บ้าน บางครั้งซื้อวัตถุดิบที่ตลาดไท ในกรณีวัตถุดิบ ไม่เพียงพอ วัตถุดิบที่ใช้ ได้แก่ ปลาकुสก ถ้าไม่สดจะถูกตีกลับ ที่เอาเครื่องในออกแล้ว นำมา อย่างเอง ส่วนผสมอย่างอื่น ได้แก่ พริกแห้ง มะขาม หอมแดง กระเทียม และเกลือ โดยซื้อจาก ตลาดในท้องถิ่นและพ่อค้าประจำ ปัญหาวัตถุดิบที่พบ คือ วัตถุดิบที่นำมาผลิตแปรรูปอาหารมีน้อย ทำให้ไม่สามารถผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ราคาพืชผลมีราคาแพง ทำให้ ควบคุมต้นทุนไม่ได้



ภาพที่ 2 การเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริกของกลุ่มเกษตรกรคลองรังสิต



ก.



ข.



ค.

ภาพที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มเกษตรกรคลองรังสิต

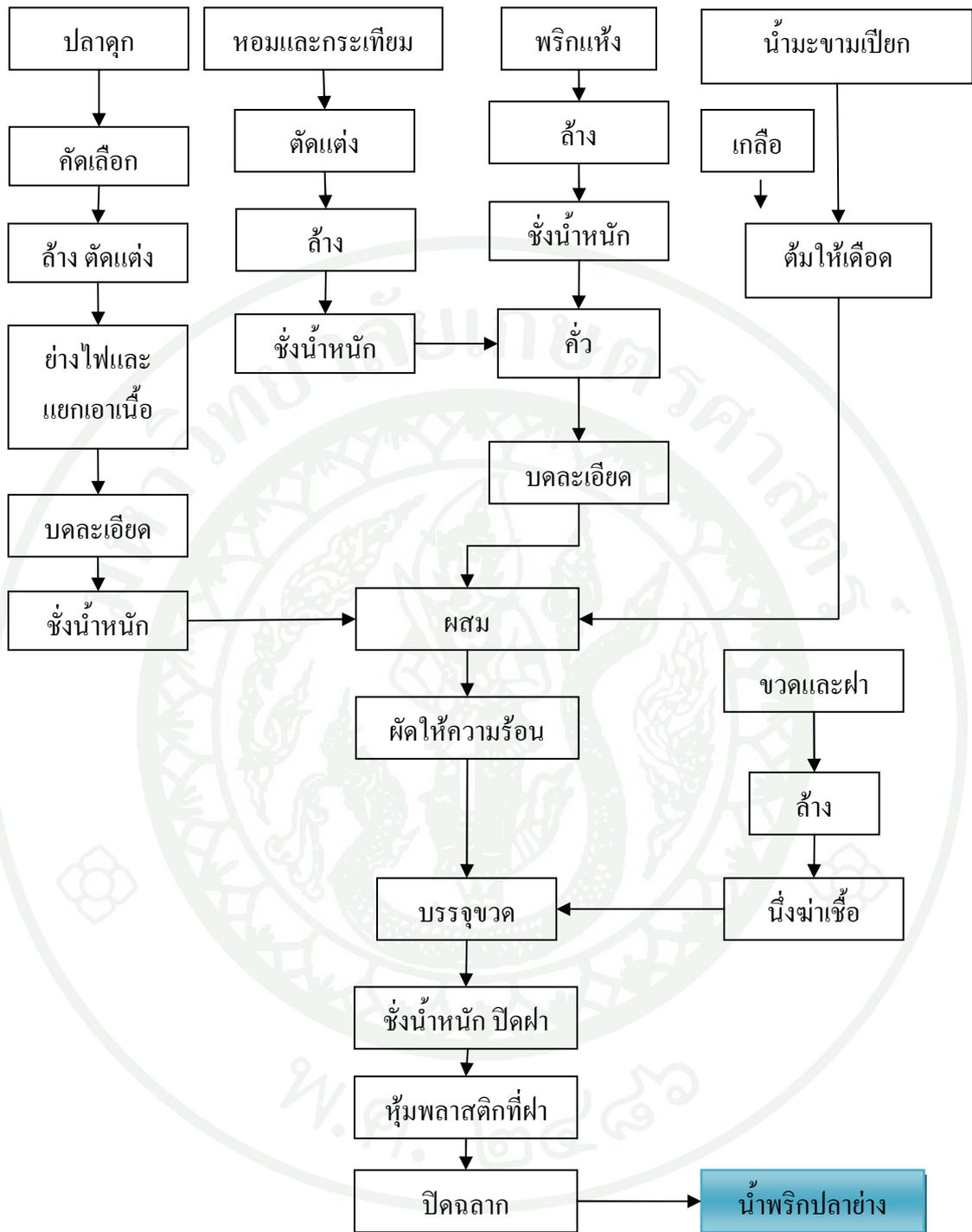
- ก. เครื่องที่ใช้ผสมน้ำพริก
- ข. กระทะที่ใช้ผัดน้ำพริก
- ค. เครื่องบดที่ใช้บดวัตถุดิบ

กระบวนการผลิตน้ำพริกปลาอย่าง

วัตถุดิบที่ใช้มีดังนี้ ปลาอุก หอม กระเทียม พริกแห้ง เกลือป่น น้ำตาลปี๊บ และน้ำมะขาม

กรรมวิธีการผลิต

- 1) พริกแห้งเลือกที่สีแดงสด ไม่ขึ้นรา เคี้ยว ล้างน้ำแล้วตากแดดให้แห้ง จากนั้นนำไปคั่ว ทิ้งให้เย็นแล้วนำไปบดละเอียด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 2) หอมแดง กระเทียม เลือกที่ไม่เน่า ไม่ผ่อ นำมาปอกเปลือก ล้างให้สะอาด ซอย แล้วเจียวให้แห้ง ทิ้งให้เย็นแล้วนำไปบดละเอียด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 3) ปลาอุกล้างผ่าท้อง เอาเครื่องในออก ล้างด้วยน้ำเกลือ ทิ้งให้สะเด็ดน้ำ อย่างจนสุกด้วยไฟอ่อน ๆ แกะเอาแต่เนื้อ แล้วนำไปบด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 4) มะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อคั้นคั้นกับน้ำจนสุกดี เติมเกลือป่น เคี้ยวให้งวด
- 5) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกันใน ผักคัวยไฟอ่อนปานกลาง ทิ้งให้เย็น
- 7) บรรจุประปุก ที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อด้วยไอน้ำ ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา หุ้มพลาสติกที่ฝาอีกชั้น ปิดฉลาก สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกปลาข่างของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต



ภาพที่ 5 การบรรจุน้ำพริก



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุน้ำพริกแบบพลาสติกและขวดแก้ว



ภาพที่ 7 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลองรังสิตแบบชุดของขวัญ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกปลาอย่าง จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกป่นแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิตที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 5 ดาวภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 (OTOP Product Champion) ได้แก่ น้ำพริกกุ้งกลางดง น้ำพริกปลากรอบ

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

ผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลากรอบ

มผช. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกป่นแห้ง (มผช.130/2546) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลากรอบและน้ำพริกเผา (มผช.4/2546) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงส้ม น้ำพริกแกงเขียวหวาน น้ำพริกพะแนง น้ำพริกมัสมั่น น้ำพริกแกงเหลือง น้ำพริกปลากรอบ น้ำพริกกุ้งกลางดง น้ำพริกปลาอย่าง น้ำพริกนรกกุ้ง น้ำพริกเผาเมงดา น้ำพริกตาแดง น้ำพริกนรกเมงดา

นอกจากนี้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิตยังได้รับรางวัลต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น รางวัลเชลล์ชวนชิม ประธานกลุ่มยังได้รับปริญญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การอาหารจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในปี พ.ศ. 2545

การตลาด

วางจำหน่ายที่ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ห้างบิ๊กซี ห้างเทสโก้โลตัส เซเว่น อีเลฟเว่นที่จังหวัดขอนแก่น และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ห้างเดอะมอลล์สาขาท่าพระและสาขาบางกะปิ ตลาดไท ตลาดสุชาติ ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดรังสิต ทั้งที่ตลาดนอก ตลาดกลาง และตลาดพรักทอร์ และส่งพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อ และยังร่วมจำหน่ายในงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เมืองทองธานี นอกจากนี้ยังส่งขายต่างประเทศ คือที่อังกฤษ โดยเฉพาะ น้ำพริกกุ้งกรอบ น้ำพริกกุ้งกลางดง เนื่องจากไม่เผ็ดมาก และแบบบรรจุซองจะขายดี

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและเกษตรจังหวัด ส่งเสริมด้านการลงทุน ให้เพิ่มจำนวนสินค้ามากเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ด้านวิชาการ ในการเข้าร่วมเครือข่ายผู้ผลิตน้ำพริกเพื่อนำไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิตจะต้องมีระบบการจัดการด้านสุขลักษณะที่ดีโดยใช้เกณฑ์ GMP เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้จำหน่ายได้ทั่วประเทศและสามารถส่งออกได้หลากหลายประเทศมากขึ้น

การควบคุมคุณภาพน้ำพริกไม่ให้มีน้ำมันไหลเยิ้มจากบรรจุภัณฑ์ในการขนส่งและแก้ปัญหาเรื่องน้ำมันเกิดกลิ่นหืนในผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรหัง

ชื่อกลุ่ม /ที่ตั้ง

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรหัง เลขที่ 31 หมู่ 12 บ้านหอรหัง
ตำบลบางซุด อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรหัง เป็นกลุ่มอาชีพที่จัดตั้งขึ้นจากสมาชิกที่มีความคิดและสนใจตรงกัน ในปี พ.ศ. 2543 ผู้นำหมู่บ้าน นำโดยผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้านร่วมกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น พัฒนาการตำบล สาธารณสุขตำบล มาร่วมประชุม เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมอาชีพให้กับราษฎรในหมู่บ้านหลังฤดูเก็บเกี่ยว เนื่องจากหลังจากฤดูการเก็บเกี่ยวข้าว จะว่างงานไม่มีงานทำ มติความคิดเห็นร่วมกันว่า คนในหมู่บ้านมีความชำนาญและมีพื้นฐานในการทำน้ำพริกต่าง ๆ ได้หลากหลายและมีรสชาติที่อร่อย จึงเสนอโครงการแปรรูปอาหาร (ทำน้ำพริก) ขึ้น ซึ่งในครั้งแรกมีการรวมตัวกันของสมาชิกจำนวน 12 คน โดยมีวัตถุประสงค์ของกลุ่ม คือ เพื่อให้ราษฎรในหมู่บ้านโดยเฉพาะสตรี และแม่บ้าน ได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพชีวิตและครอบครัว และการมีส่วนร่วมในชุมชน เพิ่มพูนรายได้ให้กับครอบครัว และนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ ในครั้งแรกของการจัดตั้งทางกลุ่ม เริ่มทำน้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงส้ม น้ำพริกเผาต่าง ๆ จำหน่ายให้กับสมาชิกในหมู่บ้าน ร้านค้าในตลาด และตำบลใกล้เคียง ในงานพิธีต่าง ๆ และผลิตตามคำสั่งซื้อ ต่อมามีการขยายการผลิตมากขึ้น แรงงานที่ใช้ในการผลิตไม่เพียงพอ จึงทำการรับสมัครกลุ่มเพิ่มขึ้น ทำให้ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกเป็น 52 คน ในระยะแรก ๆ ของการผลิต กลุ่มยังไม่มีเครื่องมือที่ทันสมัย ใช้อุปกรณ์ในการผลิตแบบพื้นบ้าน คือ ใช้ครกในการโขลกน้ำพริก ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์น้อย และการผลิตดำเนินไปอย่างช้า ๆ และรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นการบรรจุถุงพลาสติก

ต่อมาในปี 2546 กลุ่มได้รับหนังสือรับรองการแจ้งข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2546 ได้ใบอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดชัยนาท CHAINAT BRAND เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2546 และใบจดทะเบียนอาหาร (อย.) วันที่ 14 พฤศจิกายน 2546 มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น งานสวนนกชัยนาท งานส้มโอชัยนาท งานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เมืองทองธานี กรุงเทพฯ ห้างสรรพสินค้าในจังหวัด เป็นต้น

ในปี 2546 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้รับรางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัด ชัยนาท ในระดับ 4 ดาว เป็นที่รู้จักกันทั่วไป

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

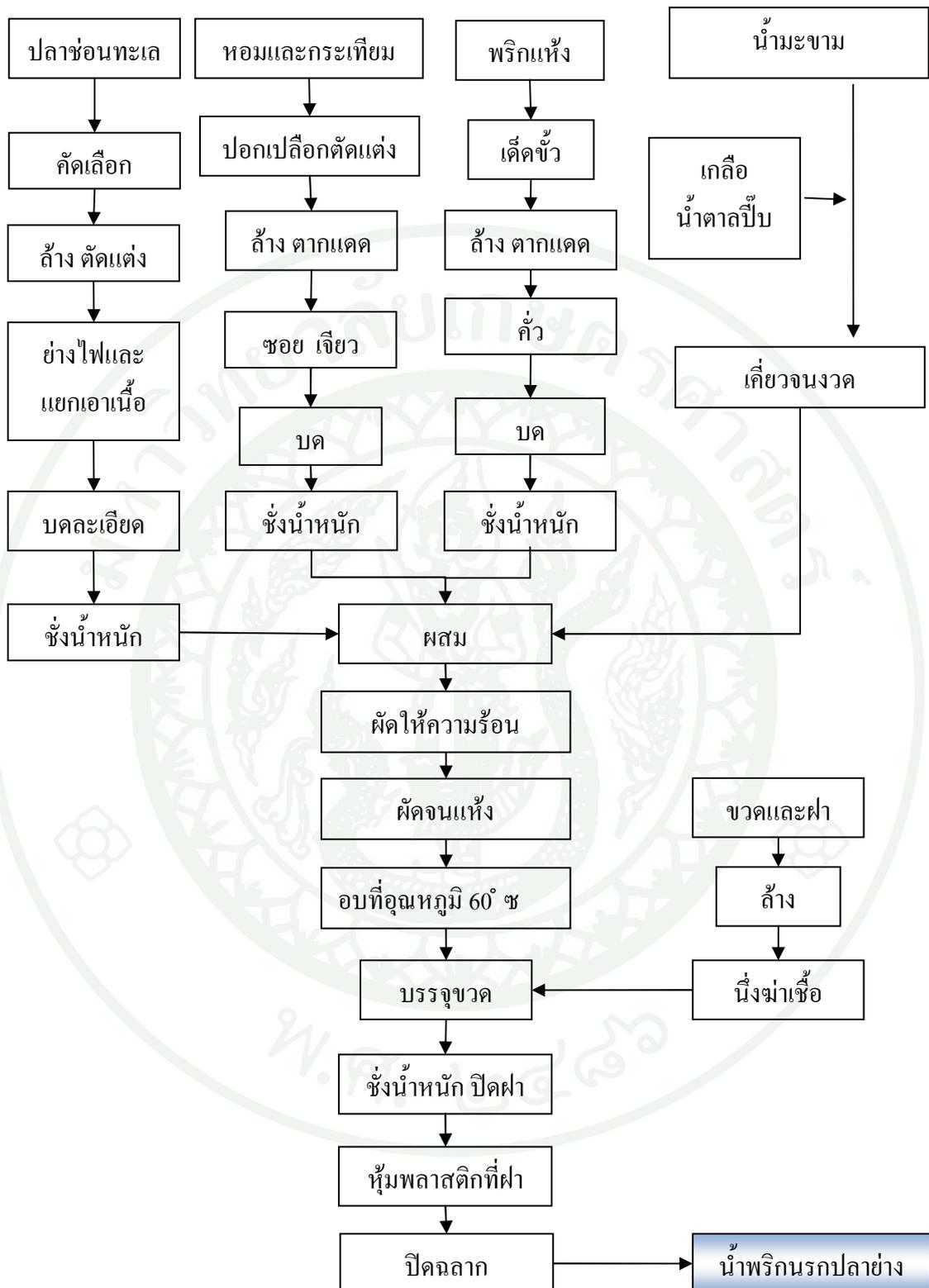
การระดมทุน กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระงัง มีการระดมทุนจากสมาชิกหุ้นละ 100 บาท ค่าสมัครรายละ 20 บาท จำนวน 52 ราย รวมเป็นเงิน 6,240 บาท มีทุนสำรองเรียกเก็บจากค่าแรงสมาชิกร้อยละ 10 ของค่าแรงทั้งหมด นำเข้าร่วมทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม ประธานกลุ่มคือ นางสาวประทีป เกตุดี

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระงัง มีการแบ่งงานออกเป็นส่วนของสมาชิกรายบุคคล และส่วนรวม

- กิจกรรมส่วนรวม คือ สมาชิกจะรวมตัวกันมาผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้แก่กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก เช่น น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงส้ม น้ำพริกตาแดง น้ำพริกเผา น้ำพริกเผาสำหรับใส่ลาบ น้ำพริกเผาแมงดา น้ำพริกเผาปลาย่าง น้ำพริกเผาผัด น้ำพริกนรก น้ำพริกนรกปลาย่าง น้ำพริกนรกแมงดา น้ำพริกน้ำยาขมจิน น้ำพริกกุ้งเสียบ น้ำพริกปลาร้า สับ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ไข่เค็มใบเตย เป็นต้น
- กิจกรรมรายบุคคล คือ สมาชิกจะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่ม กลุ่มจะซื้อวัตถุดิบจากสมาชิก ถ้าไม่พอจึงจะซื้อวัตถุดิบจากบุคคลทั่วไปในหมู่บ้าน จากการซื้อวัตถุดิบเฉลี่ยเดือนละ 15,000 บาท ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเพิ่มเติมจากการทำนาปลูกข้าวที่อาชีพหลักของสมาชิก

การประชุมประจำปี ทางกลุ่มจะมีการประชุมใหญ่ปีละ 2 ครั้ง และมีการประชุมย่อยปรึกษาหารือเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง

การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบงานออกเป็นฝ่าย ๆ ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายบัญชี ในการมาปฏิบัติงานของสมาชิกในการผลิตน้ำพริก สมาชิกหมุนเวียนมาร่วมกิจกรรมประมาณ



ภาพที่ 8 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาช่อนกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระงัง



ก.



ข.



ค.



ง.

ภาพที่ 9 เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระฆัง

- ก. เครื่องผสม
- ข. เครื่องบด
- ค. เครื่องพาสเจอร์ไรซ์
- ง. เครื่องอบลมร้อน



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลายเป็นกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระม้ง

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกนรกปลายเป็น จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกป่นแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระม้งที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ทั้ง 13 ชนิดที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกตาแดง น้ำพริกเผา น้ำพริกเผาแมงดา น้ำพริกเผาปลายเป็น น้ำพริกเผาผัด น้ำพริกนรก น้ำพริกนรกปลายเป็น น้ำพริกนรกแมงดา

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 และ ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

มผช. ซึ่งเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาและน้ำพริกป่นแห้ง

นอกจากนี้กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบะยัง ยังได้รับรางวัลต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น รางวัลชนะเลิศ การประกวดกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดีเด่นระดับจังหวัดชัยนาทปี 2548 และ 2549 และยังได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ ชัยนาทเบรนต์

การตลาด

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มมีการจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วไป ดังนี้

จำหน่ายในร้านค้าในหมู่บ้าน และ ในตำบล และตำบลใกล้เคียง จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าโลตัส ร้านค้า CEO ไปรษณีย์ของจังหวัดชัยนาท ตามงานมหกรรมสินค้าต่าง ๆ ของจังหวัดชัยนาท เช่น งานสวนนกชัยนาท งานส้มโอชัยนาท และจำหน่ายในงานในจังหวัดต่าง ๆ เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์ ขอนแก่น หนองคาย อุดรธานี และงานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เมืองทองธานี กรุงเทพฯ เป็นต้น จำหน่ายตลาดต่างประเทศโดยการรับคำสั่งทำจากพ่อค้าคนกลาง เช่น อังกฤษ ไต้หวัน เยอรมัน

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สมาชิกได้รับความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มาให้ความรู้ ณ ที่ทำการกลุ่ม และนอกสถานที่ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ – จังหวัด ปี พ.ศ. 2545 กลุ่มได้รับการสนับสนุนงบประมาณการก่อสร้างอาคารในการผลิตตามแผนการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนภายใต้แผนงานด้านชุมชนปี 2545 และได้รับการสนับสนุนเครื่องบดน้ำพริกจากกรมอุตสาหกรรม จำนวน 1 เครื่อง และองค์การบริหารส่วนตำบลบางซุด จำนวน 1 เครื่อง ทำให้การผลิตรวดเร็วขึ้น และได้ปริมาณมากขึ้น ทำให้กลุ่มมีการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นมากขึ้นด้วย คณะกรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ในระดับจังหวัด ระดับเขต จนมีความรู้สามารถถ่ายทอดและเป็นวิทยากรให้กับกลุ่มต่าง ๆ และผู้มาเยี่ยมชมกิจการของกลุ่มจนเรียกได้ว่าเป็นมืออาชีพ

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

เพิ่มกำลังการผลิตให้ได้ 1,500 กิโลกรัม/เดือน กลุ่มจะมีรายได้เพิ่มเป็น 60,000 บาท/เดือน นำน้ำพริกบรรจุถุงสุญญากาศ ทำให้ไม่เสียง่าย อายุการเก็บได้นาน ขนส่งสะดวก ต้องการทำเป็นน้ำพริกบรรจุกระป๋อง เนื่องจากมีตลาดต่างประเทศจะสะดวกในการขนส่งและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ จ. ลพบุรี

ชื่อกลุ่ม/ที่ตั้ง

น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ ตั้งอยู่ที่ 30/1 ตำบลท่ามะกอก อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

ประวัติและการพัฒนาของกลุ่ม

กลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ จัดตั้งขึ้นโดย นางศรีรัตน์ สุขเพ็ชร์ หรือที่รู้จักกันในนามแม่ศรีรัตน์ เนื่องจากโรงงานน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่พัฒนารูปแบบมาจากธุรกิจส่วนตัว จึงทำให้การบริหารงานทั้งหมดจึงมีผู้ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว การประกอบอาชีพทำน้ำพริกทางกลุ่ม เห็นว่าน้ำพริกเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนและรับประทานกันอย่างแพร่หลาย เป็นเครื่องจิ้มที่คนไทยคุ้นเคย วัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมในน้ำพริกหาได้ง่ายในท้องถิ่น ความรู้ที่ใช้ในการผลิตน้ำพริกได้จากครอบครัวและการศึกษาเพิ่มเติมของผู้ในกลุ่ม และได้ถ่ายทอดวิธีการผลิตไปสู่สมาชิก ทำให้สมาชิกได้รับความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเป็นอย่างดี

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

ทุนในการจัดตั้งกลุ่มมาจากทุนส่วนตัว เนื่องจากโรงงานน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ เป็นโรงงานที่พัฒนารูปแบบมาจาก ธุรกิจส่วนตัวจึงทำให้การบริหารงานทั้งหมดจึงมีผู้ตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว แรงงานในการผลิตเป็นแรงงานในท้องถิ่น และจังหวัดใกล้เคียง การดำเนินงานเป็นรูปแบบผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดย่อม

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่ได้จากทั้งในและนอกพื้นที่ โดยรับมาจากพ่อค้าคนกลางนำมาส่งให้ที่โรงงาน ส่วนภาชนะบรรจุจะสั่งจากกรุงเทพฯ ทางกลุ่มมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ก่อนนำมาผลิตน้ำพริก โดยส่วนผสมในน้ำพริกที่เป็นพืชผักสมุนไพร เช่น หอม กระเทียม เครื่องปรุงรส ฯลฯ จะซื้อในปริมาณมากเพื่อจะได้ราคาถูก และเพียงพอกับปริมาณการผลิตในแต่ละครั้ง ทำให้มีความต่อเนื่องในการผลิต ทางกลุ่มจะผลิตน้ำพริกทุกวัน เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีปริมาณมาก ด้านการจัดการของเสียหรือวัตถุดิบที่เสียหายจากการผลิต ทางกลุ่มจะตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผลิต หากเสียหายผู้ผลิตจะทิ้งเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่กระทบกับการผลิต วัตถุดิบมีปริมาณและราคาไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลของวัตถุดิบ กลุ่มผู้ผลิตมีการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเสมอ เพื่อป้องกันการเสียหายหรือชำรุด ทำให้การผลิตไม่ต่อเนื่อง

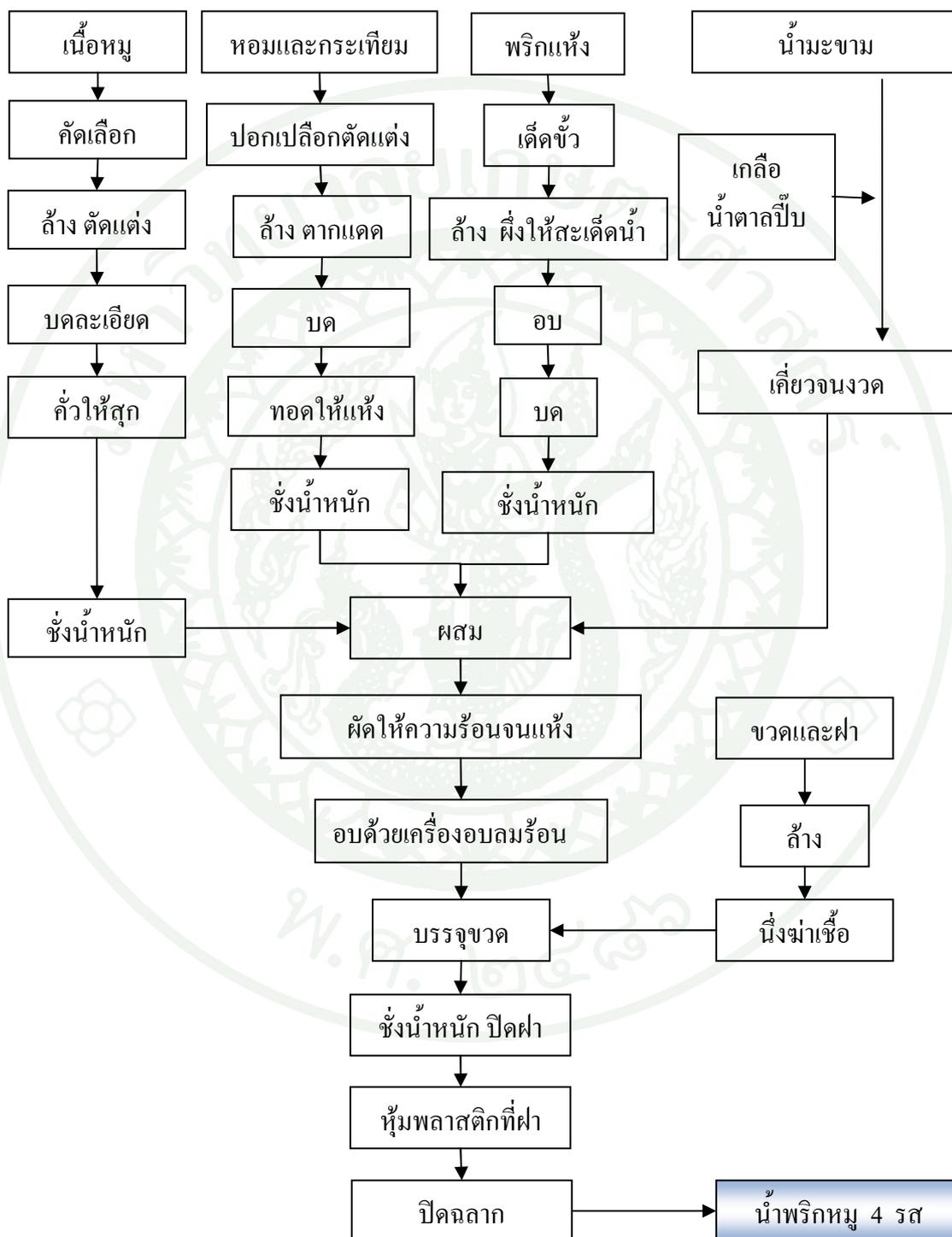
การผลิตน้ำพริกหมู 4 รส

วัตถุดิบที่ใช้มีดังนี้ เนื้อหมู หอม กระเทียม พริกแห้ง เกลือป่น น้ำตาลปี๊บ และน้ำมะขาม

กรรมวิธีการผลิต

- 1) พริกแห้งเลือกที่สีแดงสด ไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างน้ำแล้วตากแดดให้แห้ง จากนั้นนำไปอบให้แห้งด้วยเครื่องเป่าลมร้อน ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 2) หอมแดง กระเทียม เลือกที่ไม่เน่า ไม่ฝ่อ นำมาปอกเปลือก ล้างให้สะอาด บด เจียวให้แห้ง พักทิ้งไว้ให้เย็น ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 3) เนื้อหมูล้างและทิ้งให้สะเด็ดน้ำ นำไปบด คั่วให้สุก พักไว้ ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 4) มะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อคั้นคั้นคั้นกับน้ำจันทน์เทศ เติมน้ำตาลปี๊บ เกลือ เติมน้ำให้งวด
- 5) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกันในเครื่องผสม ผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง
- 6) นำไปอบให้แห้งอีกครั้งด้วยตู้อบ พักให้เย็น

7) บรรจุประปุก ที่ผ่านการนึ่งมาเช็ดด้วยไอน้ำ ปิดฝา หุ้มพลาสติกที่ฝาอีกชั้น ปิดฉลาก สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 11



ภาพที่ 11 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกหมู 4 รส ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน



ภาพที่ 12 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปแบบหุคของขวัญ ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกหมู 4 รส จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกป่นแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกนรกแมงดา น้ำพริกนรกปลาย่าง น้ำพริกนรกปลาสด น้ำพริกหมู 4 รส น้ำพริกกุ้งทรงเครื่อง น้ำพริกเผาแมงดา น้ำพริกเผาตาแดง น้ำพริกเผาปลาย่าง น้ำพริกเผาป่า น้ำพริกเดินดง น้ำพริกเผากุ้งนาง น้ำพริกเผาหมู น้ำพริกเผาต้มยำ น้ำพริกเผาปลาเค็ม น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกปลาร้าทรงเครื่อง น้ำพริกกุ้งเสียบ น้ำพริกไข่เค็มผัดพริกขิง น้ำพริกผัดขิง น้ำพริกปลาย่าง

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ไทย ปี 2546 - 2547 (OTOP Product Champion)

นอกจากนี้กลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ ยังได้รับรางวัลต่าง ๆ อีกมากมาย ดังนี้

ด้านภูมิปัญญาอาหารไทย ปี 2543 วันที่ 22 ต.ค. 2543

แชมป์มาตรฐานอาหารคุณภาพ ปี 2544 วันที่ 22 ต.ค. 2544

รางวัลโรงงานดีเด่นประจำปี 2545 วันที่ 17 ก.พ. 2545

รางวัลโรงงานมาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งปี 2545 วันที่ 8 ธ.ค. 45

รางวัลผู้นำชุมชนกลุ่มนำอาชีพดีเด่นประจำปี 2549 วันที่ 16 มิ.ย. 2549

การตลาด

กลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มลูกค้าปลีก (ลูกค้าที่ซื้อปริมาณน้อย) และกลุ่มลูกค้าแบบส่ง (ลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมาก ๆ) กลุ่มลูกค้าแบบปลีกส่วนมากมักจะมาจากลูกค้าทั่ว ๆ ไปหรืออาจารย์ ส่วนใหญ่ก็มักจะ ชื่อนำไปฝากญาติผู้ใหญ่ในเทศกาลต่าง ๆ น้ำพริกจะขายดีมากเป็นพิเศษในช่วงเทศกาล ส่วนกลุ่มลูกค้าส่งจะเป็นทางร้านค้าของอำเภอต่าง ๆ ที่มารับน้ำพริกของแม่ศรีรัตน์ไปจำหน่ายที่อำเภอของลูกค้าเอง

สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทางกลุ่มจำหน่ายหน้าร้านและตลาดนัด ห้างสรรพสินค้าในจังหวัด ร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่จัดในจังหวัดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เมืองทองธานี

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สนับสนุนในด้านของบรรจุภัณฑ์ และการขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเริ่มแรกให้คำแนะนำในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ดูแลในเรื่องของการหาสถานที่ในการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปวางจำหน่าย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดให้การสนับสนุนในเรื่องการเข้าร่วมคัดสรรเพื่อเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

การตลาด หาดตลาดใหม่เพิ่มโดยต้องทำต้นทุนให้ถูกลง พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุซอง เพื่อขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าให้แก่กลุ่ม

กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทย

ชื่อกลุ่ม / ที่ตั้ง

กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทย 146/15 หมู่ 13 ซอยไอยรา 21 ถนนพหลโยธิน
ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง จังหวัดพทุมธานี 12120



ภาพที่ 13 ที่ทำการกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทย

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

จัดตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2546 โดยนายพิเชษฐ์ พูลสวัสดิ์ ได้รับเลือกให้เป็นประธานกลุ่ม โดยการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและทำให้ชุมชนเข้มแข็ง การบริหารจัดการเป็นไปตามหลักการตลาด การขาย และการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และสถานที่จำหน่ายสินค้า และได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพเกษตรน้ำพริกคู่ครัวไทย ปท. 02/48-0001

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทยทุน ได้จาก การรวมหุ้นของสมาชิกหุ้นละ 1,000 บาท และได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหลาย ๆ หน่วยงาน เช่น สำนักงานอุตสาหกรรม พัฒนาชุมชน ชกส. และ ออมสิน เป็นต้น แรงงาน จำนวนแรงงานในการผลิต มี 22 คน ซึ่งกำลังการผลิตเพียงพอ ต่อการสั่งซื้อของลูกค้า กำลังการผลิต 50 กิโลกรัม/เดือน/ชนิด ช่วงเวลาที่ผลิตผลิตทุกวัน โดยน้ำพริกที่ผลิตมี 17 ชนิด ซึ่งการจัดการจะแบ่งเป็นฝ่าย ๆ เช่น ฝ่ายทำบัญชี ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด และฝ่ายประชาสัมพันธ์ สมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิต มีระดับฝีมือ ทักษะ และวัฒนธรรมการทำน้ำพริก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรม และความรู้จากการผลิตน้ำพริกของตนเองมาใช้ได้

วัตถุดิบ ที่ใช้น้ำพริกตาแดง มีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยประธานกลุ่มหรือรองประธานกลุ่มจะทำหน้าที่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง สถานที่ซื้อวัตถุดิบคือตลาดไทย ซื้อวัตถุดิบสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เวลาที่มีการจัดแสดงสินค้าก็จะซื้อวัตถุดิบสัปดาห์ละ 2 ครั้ง



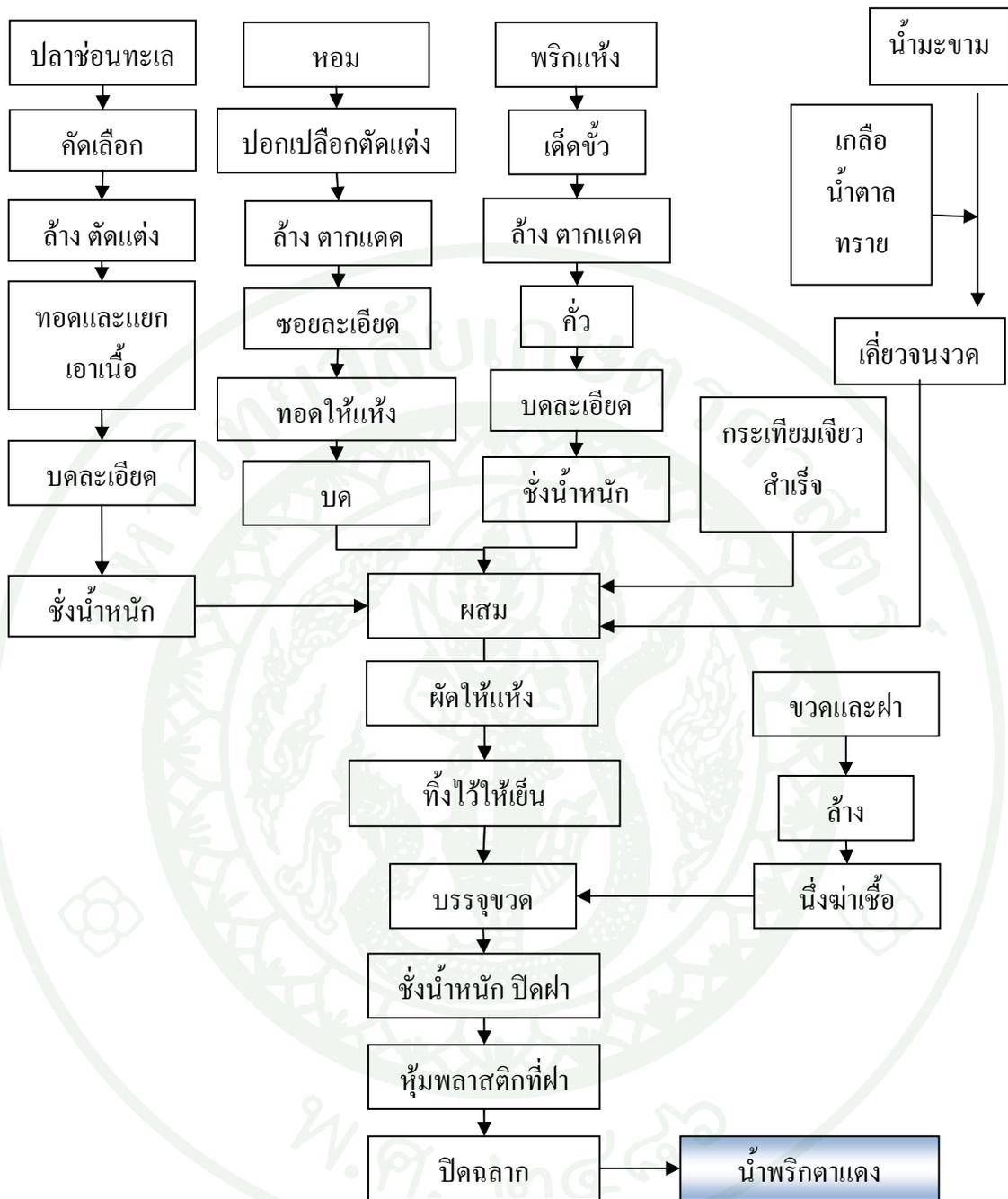
ภาพที่ 14 การเตรียมวัตถุดิบของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทย

การผลิตน้ำพริกตาแดง

มีส่วนประกอบที่ใช้ ดังนี้ ปลาช่อนทะเล หอม กระเทียมเจียวสำเร็จ พริกแห้ง
เกลือป่น น้ำตาลปี๊บ และน้ำมะขาม

กรรมวิธีการผลิต

- 1) พริกแห้งเลือกที่สีแดงสด ไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างน้ำแล้วตากแดดให้แห้ง จากนั้นนำไป
คั่ว ทิ้งให้เย็นแล้วนำไปบดละเอียด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 2) หอมแดง เลือกที่ไม่เน่า นำมาปอกเปลือก ล้างให้สะอาด ซอย เจียวให้แห้ง ทิ้งให้เย็น
แล้วนำไปบดละเอียด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน กระเทียมเจียวสำเร็จ นำมาชั่งตามสัดส่วน
- 3) ปลาช่อนทะเลล้างผ่าท้อง เอาเครื่องในออก ล้างด้วยน้ำเกลือ ทิ้งให้สะเด็ดน้ำ ทอดจน
สุกด้วยไฟอ่อน ๆ แกะเอาแต่เนื้อ แล้วนำไปบด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 4) มะขามเลือกเอาแต่เนื้อต้มเคี้ยวกับน้ำจนสุกดี เติมน้ำตาลทราย เกลือ เคี้ยวให้งวด
- 5) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกันใน ผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง ทิ้งให้เย็น
- 6) บรรจุประปุก ที่ผ่านการนึ่งฆ่าเชื้อ ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา หุ้มพลาสติกที่ฝาอีกชั้น ปิดฉลาก
สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 15



ภาพที่ 15 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกตาแดงของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูคร้วไทย



ภาพที่ 16 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไทย



ภาพที่ 17 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่จัดเป็นชุดของฝากของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไทย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไทย ได้รับการรับรองมาตรฐาน ดังนี้

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ น้ำพริก
ตาแดง

ส.ม.ส. สัญลักษณ์ (Q) ซึ่งเป็นสินค้ามาตรฐานสหกรณ์ ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ สินค้า
เกษตรและสหกรณ์

ผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี
2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ น้ำพริกคู่ครัวไทย

การตลาด

ช่องทางการจำหน่าย จะจำหน่ายตามร้านของฝากทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี ห้างบิ๊กซี
ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นสินค้า Reader Price ของห้างโลตัส และวางขายในร้านค้าจังหวัด
ใกล้เคียง ร่วมงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เมืองทองธานี มีการสร้างแรงจูงใจ
และการส่งเสริมการขาย โดยการแจกแถม และจัดทำเป็นของฝากโดยกล่องแสดงถึงความเป็นไทย

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานเกษตรจังหวัดและอุตสาหกรรมจังหวัด ดูแลเรื่องบรรจุภัณฑ์และฉลาก
โดยให้คำแนะนำในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือกล่องบรรจุน้ำพริกที่เป็นของขวัญ

ธนาคารเพื่อการเกษตรให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

คณะกรรมการส่งเสริมการผลิต ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ร่วมกับ
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ให้ความรู้ในเรื่องการจัดทำบัญชี วิเคราะห์ต้นทุน และแผนธุรกิจ ทำ
ให้กลุ่มมีความรู้ในการจัดการด้านการเงินเพิ่มขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
สุขภาพชุมชน 3-5 ดาว ปี 2549

สำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน (องค์การมหาชน) ร่วมกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ได้ให้ความรู้ในหัวข้อ พุ่มไฟกผู้ประกอบการภายใต้โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน ในการบริหารงานโครงการให้ราบรื่น

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

วัตถุดิบ ที่เน่าเสียง่ายจะไม่เก็บตุนไว้ ซื่อไว้ใช้ในแต่ละครั้งและคัดที่มีคุณภาพ และการหาตลาดต่างประเทศเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก

กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม

ชื่อกลุ่ม / ที่ตั้ง

กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม 47 หมู่ 6 ต. โพนางดำออก อ. สรรพยา จ. ชัยนาท 17150



ภาพที่ 18 สมาชิกกลุ่มแม่บ้านคลองคาราม

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2538 โดยการร่วมกลุ่มกันของแม่บ้านที่ว่างงานมาร่วมตัวกันคิดทำอาชีพเสริม โดยมีประธานกลุ่มคือ นางประทีน จันทร์เกตุ โดยการเริ่มจากการทำน้ำพริกแกง ต่อมาหลังจากนั้นประมาณปี 2540 ก็เริ่มทำ ขนมงก ขนมงวน วางขายตามตลาดนัดทั่วไปและขายประจำที่ตลาดโพนงคำ อนึ่ง การรวมกลุ่มโดยระดมหุ้น ๆ ละ 100 บาท เมื่อปี พ.ศ. 2538 มีจำนวนหุ้นทั้งหมด 27 หุ้น จนถึงปัจจุบันนี้มีทั้งหมด 39 หุ้น และปี พ.ศ. 2544 สมาชิกได้เงินปันผลหุ้นละ 40 บาท/หุ้น/ปี โดยภาพรวมในขณะนี้ทำแล้วมีกำไร แต่ว่ายังมีปัญหาเกี่ยวกับกำลังการผลิต

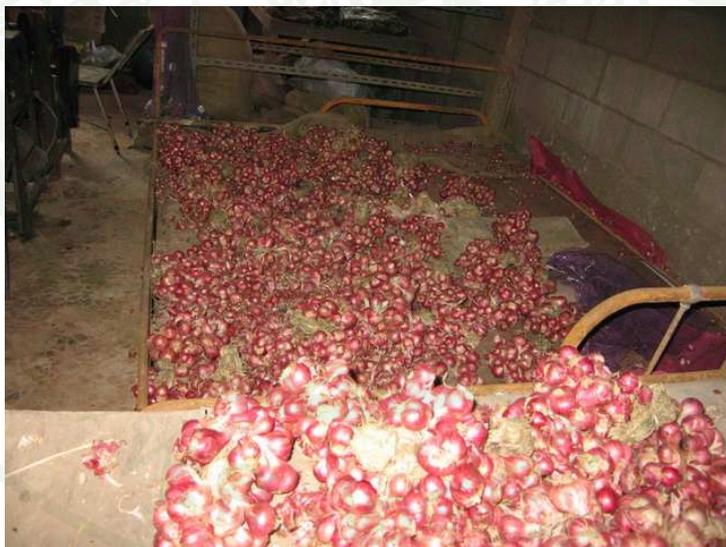
การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มแม่บ้านคลองการาม ได้เงินลงทุนเริ่มแรกจากการลงหุ้น ๆ ละ 100 บาท และการกู้ยืมเงินจากธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยใช้แรงงานจากสมาชิก 12 คน แบ่งกันตามหน้าที่โดยการสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาทำ รายได้ต่อคนโดยเฉลี่ยประมาณคนละ 1,200 บาทต่อเดือน ส่วนบุคคลที่มีอาชีพทำนาจะได้เงินปันผลเมื่อสิ้นปี ช่วงเวลาที่ผลิต กำลังการผลิตยังไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับลูกค้าที่สั่งซื้อ และเทศกาลต่าง ๆ ระดับฝีมือ ทักษะ และวัฒนธรรมการทำน้ำพริก ฝีมือในการทำน้ำพริกอยู่ในระดับดี เนื่องจากมีการพัฒนาฝีมือ เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับอยู่เสมอ

วัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล วัตถุดิบบางชนิดต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นจะมีราคาสูง วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตน้ำพริก เช่น พริกแห้ง หอม กระเทียม จะซื้อจากตลาดในหมู่บ้าน



ภาพที่ 19 สถานที่ในการเก็บวัตถุดิบ



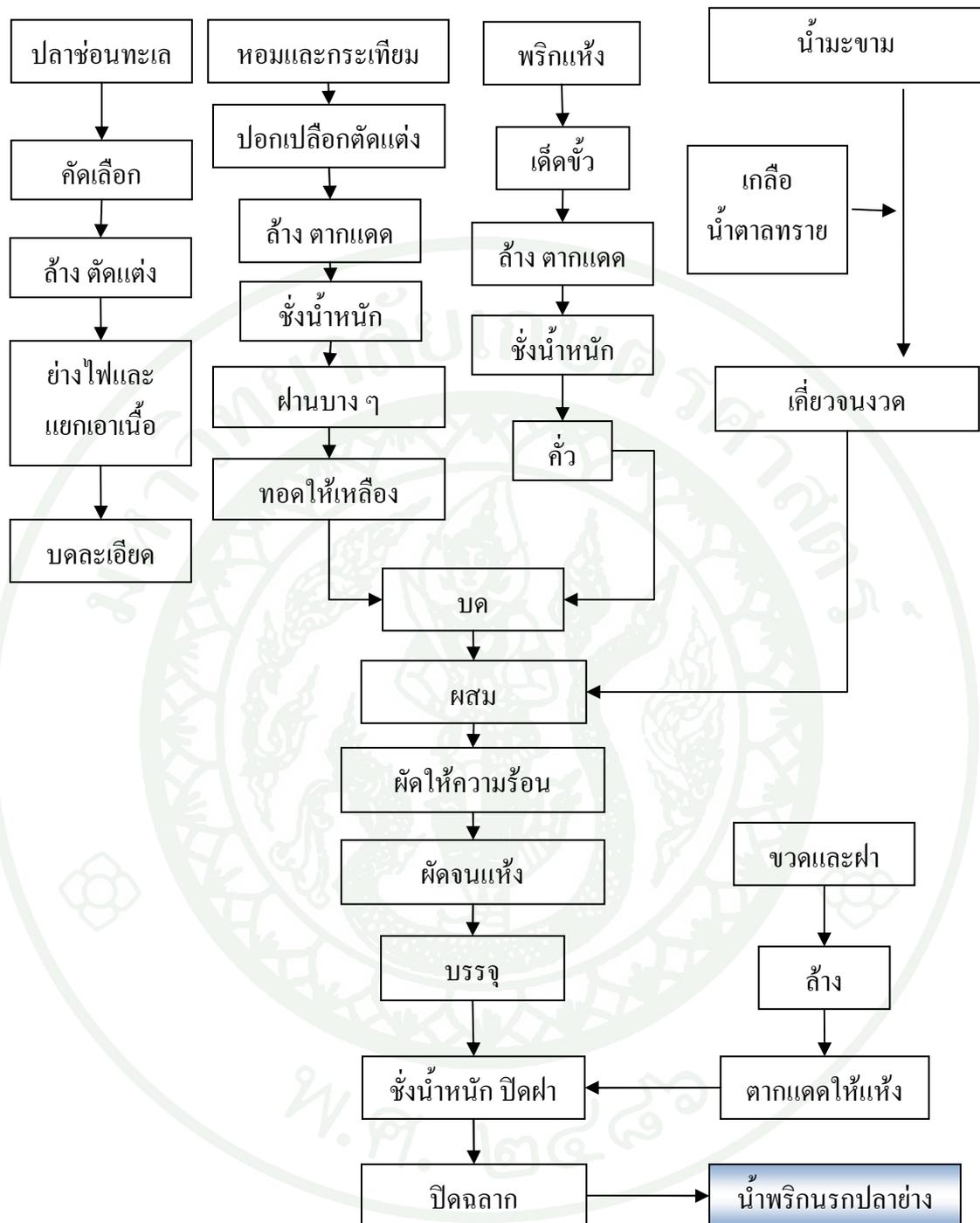
ภาพที่ 20 การเก็บรักษาวัตถุดิบไม่ให้น้ำเสียโดยการตากในที่ที่มีอากาศถ่ายเท

การผลิตน้ำพริกนรกปลาย่าง

ส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต มีดังนี้ ปลาช่อนทะเล หอม กระเทียม พริกแห้ง
เกลือป่น น้ำตาลทราย และน้ำมะขาม

กรรมวิธีการผลิต

- 1) คัดเลือกวัตถุดิบอย่างมีคุณภาพ และนำมาทำความสะอาด คือ เตรียมหอม กระเทียม เตรียมหอมแดง ที่ไม่เน่าเสีย กระเทียม เลือกหัวที่ไม่ฝ่อ นำมาปอกเอาเปลือกแล้วล้างน้ำให้สะอาด คั่วให้สุก
- 2) พริกแห้ง เลือกที่ไม่ขึ้นรา สีแดง เด็ดขั้ว ล้างแล้วตากแห้ง จากนั้นนำไปคั่วพักทิ้งไว้ให้เย็น
- 3) หอม กระเทียม ซอยละเอียด ทอดจนเหลือง พักไว้
- 4) นำหอม กระเทียม พริก ที่เตรียมไว้มาผสมกันแล้วนำไปปด
- 5) ปลาช่อนทะเลล้างและตัดแต่ง นำมาทอดแกะเอาแต่เนื้อ แล้วนำไปปด
- 6) ส่วนมะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อคั้นเกี่ยวกับน้ำจันทน์สุกดี เติมน้ำตาลทราย เกลือเคี้ยวให้งวด
- 7) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกัน ผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง พักให้เย็นแล้วบรรจุในกระปุกที่ล้างและตากแดดให้แห้ง ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 21



ภาพที่ 21 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาดังกลุ่มแม่บ้านคลองคาราม



ภาพที่ 22 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาทูของกลุ่มแม่บ้านคลองคาราม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกนรกปลาทูจัดอยู่ในประเภทน้ำพริกปนแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านคลองคารามที่ขายดีที่สุดในอดีต ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาร้าป่า

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาร้าป่า

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ 3 ชนิดที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกปลาร้าป่า น้ำพริกนรกปลาย่าง และ น้ำพริกเผา

การตลาด

มีการกำหนดราคา ราคาขายส่ง ราคาขายปลีก กลุ่มเป็นผู้กำหนดเอง การสร้าง แรงจูงใจ การส่งเสริมการขาย มีการให้ชิมฟรี และแจกเป็นของแถมช่องทางการจำหน่าย นำไป ขายตามร้านขายสินค้าในหมู่บ้านและตำบล แต่ตลาดยังแคบอยู่ จะผลิตมากในช่วงเทศกาล และ งานแสดงสินค้าที่ทางจังหวัดจัดขึ้น

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

อบต. ให้งบประมาณสนับสนุนในการซื้อเครื่องจักร สำนักงานพัฒนาชุมชนแนะนำ ส่งเสริมด้านอาชีพ

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

สร้างที่ทำการของกลุ่มให้เป็นสัดส่วน เพื่อสร้างพื้นที่ในการใช้สอยของกลุ่มให้กว้างขวาง และสะดวกในการผลิต กระบวนการผลิต

ผลิตตามขั้นตอนและพัฒนาให้ได้รับมาตรฐานภายใต้โครงการ กัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และหาตลาดใหม่เพิ่มเติม

กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง

ชื่อกลุ่ม /ที่ตั้ง

กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง 142 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าชัย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

น้ำพริก เป็นอาหารคู่ครัวคนไทยที่นิยมรับประทานมาตั้งแต่โบราณ กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง ประธานกลุ่มคือ คุณฉวีภรณ์ จินบุญ จึงได้สืบทอดการทำน้ำพริกชนิดต่าง ๆ มาจากบรรพ

บุรุษ เพื่อเป็นอาชีพเสริมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2540 จำหน่ายที่ตลาดภาษีขุม ตลาดเทศบาลเมืองชัยนาท (ตลาด บขส. ตอนเย็น ใต้รุ่ง) และกลุ่มได้หารูปแบบที่แตกต่างด้วยการดัดแปลงน้ำพริกในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ซ้ำใคร ด้วยการใช้น้ำผึ้งแทนความหวานจากน้ำตาล ทำให้หอมหวานแบบธรรมชาติ หอมกรุ่นสมุนไพรนานาชนิด จำนวน 5 ชนิด คือ น้ำพริกตาแดงแมงดา น้ำพริกเผาศัด (ใช้น้ำผึ้งมาก) น้ำพริกเผ่าป่า น้ำพริกนรกปลาช่าง และน้ำพริกกะปิเผา

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่มีสมาชิกมาร่วมทำการผลิตน้อย แรงแรงงานในการผลิต มี 5 คน สมาชิกมีหน้าที่ในการผลิตซึ่งกำลังการผลิตเพียงพอ ต่อการสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกในปริมาณมาก สมาชิกจะมาร่วมกันผลิต สมาชิกที่มาทำงานจะได้รับค่าตอบแทนเป็นรายวัน ปริมาณการผลิต 500 กิโลกรัม/เดือน



ภาพที่ 23 การผลิตน้ำพริกนรกปลาช่าง

วัตถุดิบ ที่ใช้ทำน้ำพริกนรกปลาอย่าง มีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิต สถานที่ซื้อวัตถุดิบคือเมืองชัยนาท ซื้อวัตถุดิบประเภทหัวหอม กระเทียม และ พริก สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนเนื้อสัตว์จะซื้อทุกวันเนื่องจากป้องกันการเน่าเสียและคุณภาพของ เนื้อสัตว์ที่ใช้ เป็นอาหารที่เก็บไว้ได้นาน ใช้น้ำผึ้งแทนความหวานของน้ำตาลทำให้ผลิตภัณฑ์มี จุดเด่นและไม่เหมือนใคร น้ำพริกที่ผลิตได้ สะอาด รสชาติอร่อย มีความหอมหวานจากน้ำผึ้ง



ภาพที่ 24 การเตรียมปรุงน้ำพริกของกลุ่มน้ำพริกน้ำผึ้ง

กระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาอย่าง

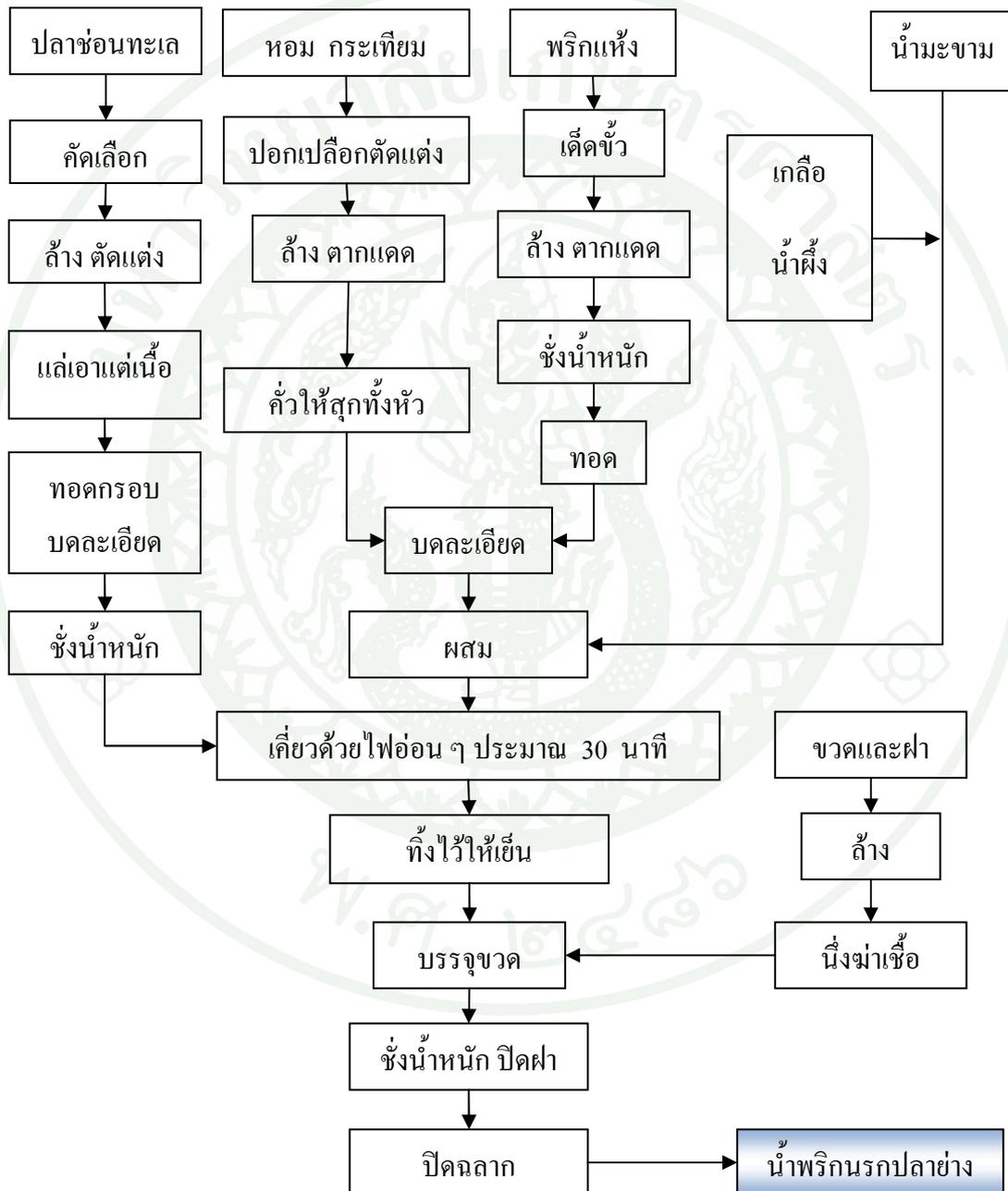
มีส่วนประกอบที่ใช้ ดังนี้ พริกแห้ง หอมแดง กระเทียม ปลาช่อนทะเล น้ำมะขาม เกลือ น้ำผึ้ง

กรรมวิธีการผลิต

- 1) ทอดพริก หัวหอม กระเทียม โขลกให้ละเอียดแล้วพักไว้
- 2) ปลาช่อนทะเล แล่เอาแต่เนื้อ ทอดกรอบ แล้วบดให้ละเอียด
- 3) เคี้ยว น้ำมะขาม เกลือ น้ำผึ้ง
- 4) นำพริกที่โขลกไว้ผัดกับน้ำมะขาม เกลือ น้ำผึ้ง ในข้อ 3 ผัดด้วยไฟอ่อน ๆ ประมาณ

30 นาที

- 5) ซิมรสตามความชอบ (เปรี้ยว หวาน)
- 6) ขกลง และใส่เนื้อปลาทอดกรอบคนให้ทั่วแล้วทิ้งไว้ให้เย็น
- 7) นึ่งขวดบรรจุ เพื่อฆ่าเชื้อ
- 8) บรรจุน้ำพริกลงขวดที่ได้มาตรฐาน ส่งจำหน่าย



ภาพที่ 25 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกปลาของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง



ภาพที่ 26 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง

การตลาด

สถานที่จำหน่าย จำหน่ายที่สถานที่กลุ่มผู้ผลิต ร้านค้าชั้นนำ CEO 3 สาขา คือ ซ้าง ศาลากลางจังหวัดชัยนาท หน้าสวนนกชัยนาท และศูนย์บริการทางหลวง กิโลเมตรที่ 185 จำหน่ายที่ตลาดเกษียชุง ตลาดเทศบาลเมืองชัยนาท (ตลาด บขส. ตอนเย็น ใต้รุ่ง) การสร้างแรงจูงใจและการส่งเสริมการขาย โดยแจกแถม และจัดชุดทำเป็นของฝาก

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง จัดเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกประเภทน้ำพริกเผา ได้รับการรับรองมาตรฐาน ดังนี้

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ น้ำพริกนรกปลา

ผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์-ไทย ปี 2547

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดชัยนาท สนับสนุนในด้านของบรรจุภัณฑ์ และ การขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ช่วยแนะนำและออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์น้ำพริก

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชัยนาท ดูแลในเรื่องของการหาสถานที่ในการนำ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปวางจำหน่าย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาทให้การสนับสนุนในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องทุ่นแรง รวมไปถึงการเข้าร่วมคัดสรรเพื่อเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ร้านค้าชัยนาท CEO ให้การสนับสนุนสถานที่วางจำหน่าย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

ต้องเพิ่มความชำนาญในการผลิต ผลกระทบจากการผลิต มีน้ำมันไหลเยิ้มมาก บรรจุภัณฑ์ และปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์เก็บได้นานขึ้น

อุปกรณ์เครื่องมือในการผลิตยังเป็นแบบเก่าไม่ทันสมัย ทางกลุ่มอยากได้เครื่องอบ เครื่อง กวนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และต้องการวิธีการบรรจุผลผลิตที่สามารถเก็บน้ำพริกได้นาน นอกจากนี้ยังต้องการความรู้ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นให้ได้มาตรฐาน

กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อีถือน

ชื่อกลุ่ม / ที่ตั้ง

กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อีถือน 90 หมู่ที่ 3 ตำบลโพนางคำตัก อำเภอสรรพพา
จังหวัดชัยนาท 17150



ภาพที่ 27 สถานที่ดำเนินการกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อีถือน

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

เริ่มจากประธานกลุ่ม คุณศักดิ์สิทธิ์ ศรีน้อย ดำเนินการต่อจากมารดาในการผลิต น้ำพริกเผา ได้ใช้เวลาว่างจากงานประจำมาหัดทำพริกเผา และชักชวนสมาชิกมาร่วมกันผลิต น้ำพริกเพื่อเป็นอาชีพเสริมนอกเหนือจากอาชีพหลักที่ทำเกษตรกรรม ผลผลิตจำหน่ายภายในหมู่บ้าน และเขตตำบลจนมีการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น ผู้นำกลุ่มทำงานประจำอยู่ในกรุงเทพมหานคร จึงได้มองหา ตลาดและวางขายในห้างสรรพสินค้า ผลตอบรับค่อนข้างดีทางกลุ่มจึงได้ซื้อเครื่องบด เครื่องปอก เครื่องอบลมร้อน เครื่องผสม เครื่องผัด และเครื่องพาสเจอร์ไรซ์ ผลผลิตจำหน่ายเป็นน้ำพริกเผาชนิด ต่าง ๆ และได้ดำเนินงานที่บริเวณวัดบ้านของผู้นำกลุ่ม โดยมีอาคารผลิตแยกออกมาจากส่วน บ้านพักอาศัย มีอาคารเก็บผลผลิตจำหน่าย เนื่องจากคุณศักดิ์สิทธิ์ ศรีน้อย มีความกระตือรือร้นที่จะ เรียนรู้เพิ่มเติม จึงได้พัฒนาผลไม้ที่มีในท้องถิ่นมาผลิตเป็นแยมผลไม้ โดยได้รับการสนับสนุนด้าน ความรู้จากอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจุบันแยมผลไม้จึงเป็นผลผลิตจำหน่ายเสริมจากการ ผลิตน้ำพริกเผา

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อีเดือน มีการรวมกลุ่มโดยการระดมหุ้น หุ้นละ 100 บาท จำนวนสมาชิก 12 คน สมาชิกคนใดที่มาทำงาน ก็จะได้เป็นรายวันละ 100 บาท และได้จะปันผลปลายปีด้วย แรงงาน จำนวนแรงงานในการผลิตน้ำพริกประจำ มีประมาณ 5 คน โดยทำส่งลูกค้าที่รับซื้อน้ำพริกประจำ นอกจากนี้สมาชิกยังทำหน้าที่ลงบัญชีรายรับรายจ่าย ออกจำหน่ายสินค้าเมื่อมีการจัดงาน ในสถานที่ต่าง ๆ หรือถ้ามีการออกงานแสดงสินค้า เช่น ที่เมืองทองธานีจัด จะมีการระดมกลุ่มช่วยกันทำ และออกไปขายน้ำพริกประมาณ 1-2 คน

วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำพริกเผา ทางกลุ่มได้ใช้วัตถุดิบที่สดและใช้ครั้งเดียวหมดไม่มีการเก็บสำรองเนื่องจากคุณภาพจะค่าน้ำพริกจะเสีงง่าย อาทิตย์หนึ่งซื้อประมาณ 1 - 2 ครั้ง ขึ้นอยู่กับยอดการสั่งซื้อ

ช่วงเวลาที่ผลิต จะผลิตส่งลูกค้าประจำตามคำสั่ง มีกำลังผลิต 700 กิโลกรัมต่อเดือน บรรจุกะปุกได้ 600 กระปุก การทำน้ำพริกของกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อีเดือน เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านสืบต่อกันมารุ่นต่อรุ่น และมาดัดแปลงโดยเติมผลิตภัณฑ์ที่เข้ากับยุคสมัย เช่น น้ำพริกเผาชาเขียว น้ำพริกเผางาดำ น้ำพริกเผากระชายดำ เป็นต้น



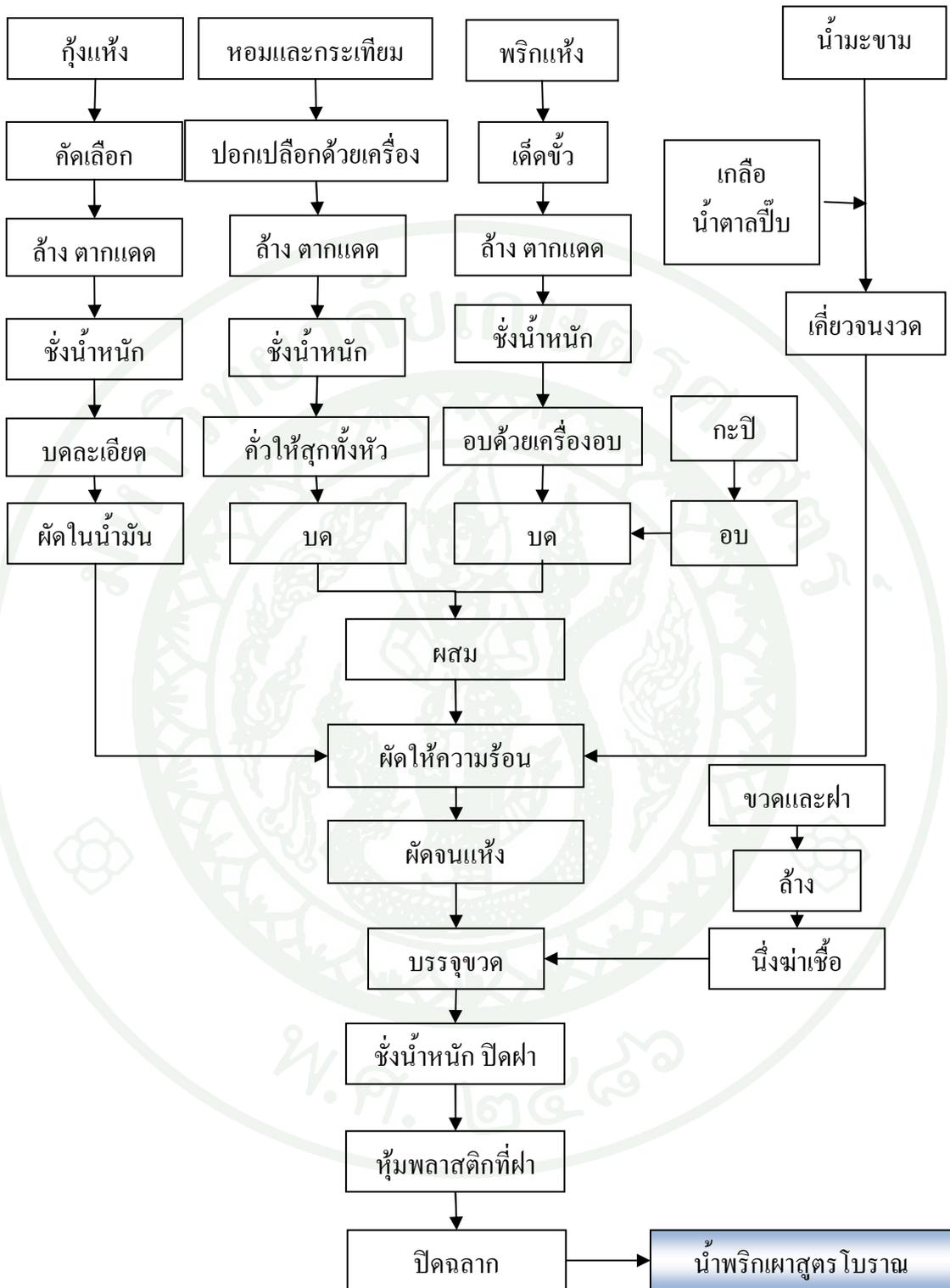
ภาพที่ 28 ขั้นตอนการบรรจุ

การผลิตน้ำพริกเผาสูตรโบราณ

น้ำพริกเผาสูตรโบราณ มีส่วนประกอบที่ใช้ ดังนี้ กุ้งแห้ง หอมแดงหัวใหญ่ กระเทียมหัวใหญ่ พริกแห้ง กะปิ น้ำตาลมะพร้าว เกลือป่น น้ำมันพืช มะขามเปียก

กรรมวิธีการผลิต

- 1) การคัดเลือกและทำความสะอาดวัตถุดิบ เตรียมหอมแดง ที่ไม่เน่าเสีย กระเทียม เลือกหัวที่ไม่ฝ่อ นำมาปอกเอาเปลือกด้วยเครื่องปอก แล้วล้างน้ำให้สะอาด คั่วให้สุก
- 2) พริกแห้ง เลือกพริกที่มีสีแดง ไม่คล้ำจนเกินไป และไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างให้สะอาด อบด้วยเครื่องอบ
- 3) กะปಿನำมาอบให้สุก ส่วนมะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อต้มเกี่ยวกับน้ำจนสุกดี
- 4) ขั้นตอนการผลิต นำหอมทอดกระเทียม พริก มาผสมกันแล้วนำมาบดให้ละเอียด 1 ครั้ง แล้วใส่กะปิในน้ำพริกที่บดแล้ว บดต่ออีก 1 ครั้ง
- 5) นำ น้ำตาลมะพร้าว เกลือป่น น้ำมันมะขามเปียก ลงไปผัด จนงวด ด้วยเครื่องผัด พักไว้
- 6) นำกุ้งแห้งป่นมาผัดในน้ำมันให้หอม จากนั้นนำหอม กระเทียม พริกที่บดผสมกันแล้ว ลงไปผัดให้เข้ากันอีกครั้ง แล้วนำเครื่องปรุงส่วนผสมที่พักไว้มาผัดรวมกันอีกครั้งหนึ่ง
- 7) บรรจุใส่ขวดแก้วขณะยังร้อน สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 29



ภาพที่ 29 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกเผาสูตรโบราณของกลุ่มชมรมพัฒนาวิังไก่อ่เดือน



ภาพที่ 30 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาสูตรโบราณ



ภาพที่ 31 ฉลากเครื่องหมายการค้ารายังรวย

การตลาด

ตลาดหลักคือ ส่งห้างฟู๊ดแลนด์ สาขาลาดพร้าว โดยผู้นำกลุ่มจัดตลาดเองโดย การหาตลาดในช่วงเริ่มการผลิตตลาดไม่ดีเท่าที่ควร ก็จะมีการแจกไปตามหน่วยงานและร้านค้าไป ชิมและต่อมาหน่วยงานและร้านค้าก็จะติดต่อไปจำหน่าย และจะมีพ่อค้าคนกลางมารับ การสร้าง แรงจูงใจ การส่งเสริมการขาย บางครั้งมีแถม บางครั้งลดราคา

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกเผาสูตรโบราณ จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกเผา เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่อนที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ปี 2547 และ ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาสูตรโบราณ

มผช. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกเผา (มผช.4/2546) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาสูตรโบราณ

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ผลิตภัณฑ์ ทุกชนิดที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกเผาสูตรโบราณ น้ำพริกน้ำพริกผัดพริกขิง น้ำพริกเผากระชายดำ น้ำพริกเผางาดำ น้ำพริกเผาชะเอม น้ำพริกเผามะขาม

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดชัยนาท สนับสนุนในด้านของบรรจุภัณฑ์ และการขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชัยนาท ดูแลในเรื่องของการหาสถานที่ในการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปวางจำหน่าย และให้คำปรึกษาในการออกแบบฉลากสินค้า

อาจารย์จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ให้ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้ได้มาตรฐาน และ แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่อน

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าของน้ำพริก และเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ จัดทำเว็บไซต์ในการโฆษณาสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายอีกทางหนึ่ง

กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง

ชื่อกลุ่ม /ที่ตั้ง

กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง เลขที่ 47 หมู่ 6 ตำบลโพนางคำออก
อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท 17150

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2540 นางประทีน จันทร์เกตุ โดยสมาชิกกลุ่มมีจำนวน 30 คน และกลุ่มสตรีในหมู่บ้านได้รวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ ประกอบกับส่วนราชการเข้าในแนะนำการจัดตั้งกลุ่ม จึงคิดจะทำน้ำพริกขึ้นเพื่อขายในพื้นที่หมู่บ้านตำบลผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผือกของกลุ่มได้ส่งเข้าประกวดอาหารเสริมใส่สารไอโอดีนชนะเลิศระดับจังหวัด การผลิตของกลุ่มได้มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถจำหน่ายได้ทั้งภายใน และต่างจังหวัด

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้างทุนที่ใช้ได้จากเงินออมของสมาชิก โดยได้เป็นเครื่องมือ คือ เครื่องบด เครื่องอบแก๊ส แรงงานในการผลิตมีทั้งหมด 5 คน มีกำลังการผลิตน้ำพริกวันละ 100 – 200 กิโลกรัม โดยคุณประทีนเป็นผู้คิดค้นและดัดแปลงสูตรทำน้ำพริกชนิดต่าง ๆ ขึ้นมาเอง

วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำพริกเผากุ้ง ได้มาจากชุมชนในเขตเป็นส่วนใหญ่ วัตถุดิบที่ใช้ทำ ได้แก่ กุ้งแห้งป่น หอมแดงชนิดหัวใหญ่ กระเทียมกลีบใหญ่ พริกแห้ง กะปิ น้ำปลา น้ำตาลทราย มะขาม เกลือป่น วัตถุดิบที่ซื้อมาใช้ผลิตทันทีไม่มีการเก็บไว้นาน

ไม่มีปัญหาทางกระบวนการผลิต การผลิตขายได้เรื่อย ๆ แต่ส่วนใหญ่จะผลิตน้ำพริกแกงมากกว่าน้ำพริกเผากุ้ง เนื่องจากในชุมชนมีการบริโภคน้ำพริกแกงมากกว่า ทางกลุ่มผลิตน้ำพริกแกงจำหน่ายทั้งน้ำพริกแกงเผ็ดและน้ำพริกแกงส้ม แต่กำลังการผลิตส่วนใหญ่จะมาจากสมาชิกที่มีความชำนาญและมีความรู้ในการผลิตน้ำพริก สมาชิกคนอื่น ๆ ที่มีเป็นวัยหนุ่มสาวจะไม่ค่อยสนใจในการเรียนรู้เพิ่มเติม



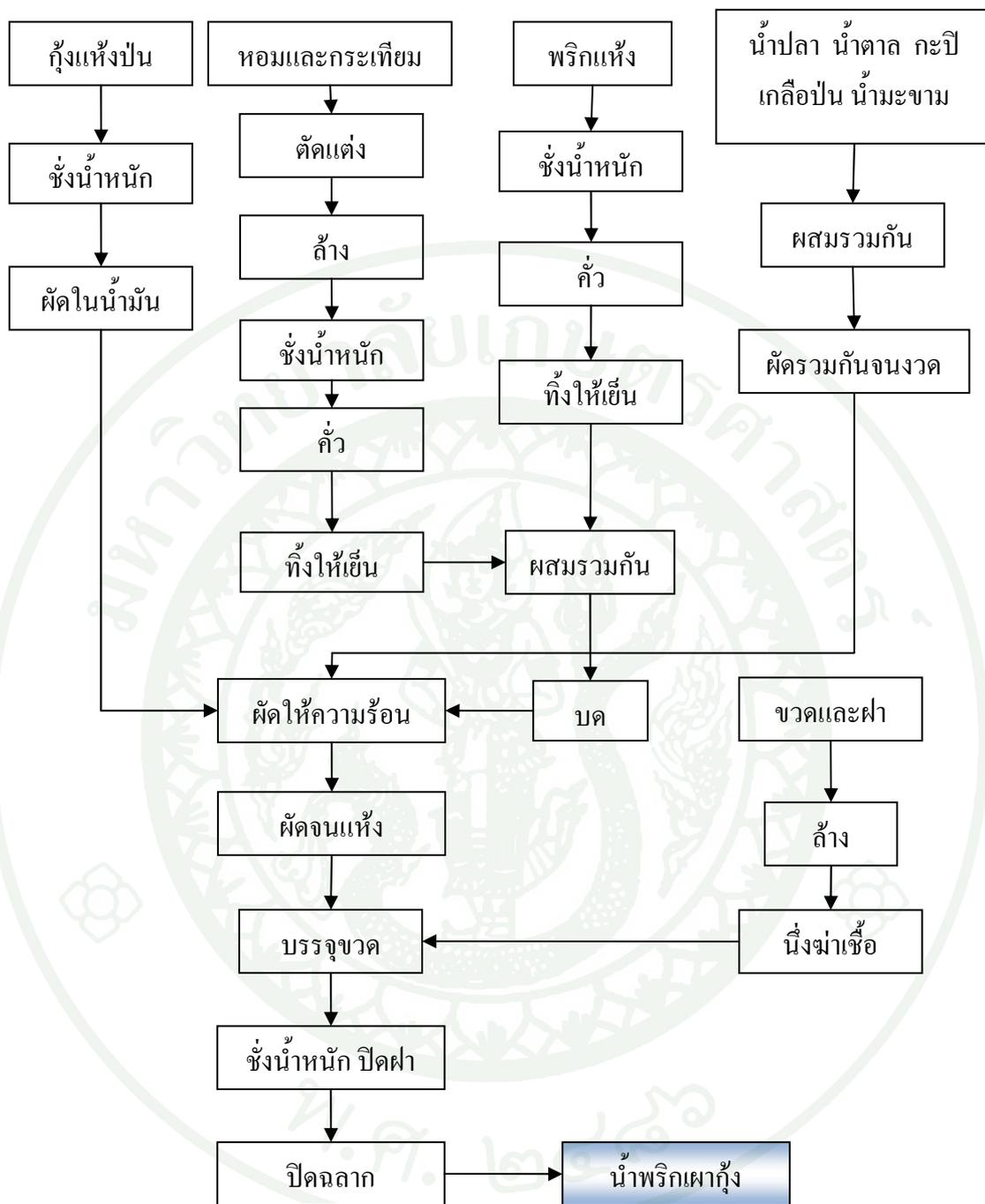
ภาพที่ 32 วัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำพริกแกงของกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง

การผลิตน้ำพริกเผากุ้ง

ส่วนประกอบที่ใช้มีดังนี้ กุ้งแห้งป่น หอม กระเทียม พริกแห้ง กะปิ น้ำปลา เกลือป่น น้ำตาลทราย และน้ำมะขาม

กระบวนการผลิต

- 1) การคัดเลือกและทำความสะอาดวัตถุดิบ เตรียมหอมแดง ที่ไม่เน่าเสีย กระเทียม เลือกหัวที่ไม่ฝ่อ นำมาปอกเอาเปลือกออก แล้วล้างน้ำให้สะอาด คั่วให้สุก
- 2) พริกแห้ง เลือกพริกที่มีสีแดง ไม่คล้ำจนเกินไป และไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างให้สะอาด นำไปคั่วให้แห้ง พักไว้
- 3) นำหอม กระเทียม พริก ที่เตรียมไว้ มาผสมกันแล้วนำมาบดให้ละเอียด
- 4) กะปินำมาอบให้สุก ส่วนมะขามแคะเลือกเอาแต่เนื้อต้มเคี้ยวกับน้ำจืด
- 5) เตรียม น้ำปลา น้ำตาล เกลือป่น กะปิ และน้ำมะขามลงไปผัด จนงวด ให้ส่วนผสมเข้ากันดีผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง นำหอม กระเทียม และพริกที่บดไว้ ลงไปผัดให้เข้ากันอีกครั้ง พักไว้
- 6) นำกุ้งแห้งป่นมาผัดในน้ำมันให้หอม จากนั้นนำหอม กระเทียม พริกที่บดผสมกันแล้ว ลงไปผัดให้เข้ากันอีกครั้ง แล้วนำเครื่องปรุงส่วนผสมที่พักไว้มาผัดรวมกันอีกครั้งหนึ่ง บรรจุใส่ขวดแก้วขณะยังร้อน สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 33



ภาพที่ 33 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกเผา กุ๊งกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง



ภาพที่ 34 การบดส่วนผสมของน้ำพริก



ภาพที่ 35 ส่วนผสมของน้ำพริกที่บดเรียบร้อยแล้ว

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกเผากุ้ง จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกเผา เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มน้ำพริกบ้านบางท่า
ช้างที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ไทย ปี 2546 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผากุ้ง

ผลิตภัณฑ์ 2 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ไทย ปี 2549 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผากุ้ง

มผช. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกเผา (มผช.4/2546) ได้แก่ผลิตภัณฑ์
น้ำพริกเผากุ้ง

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่
ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกเผากุ้ง น้ำพริกเผา น้ำพริกนรกปลา

การตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย จะจำหน่ายในร้านขายของฝากประจำตำบล ร้านค้าใน
หมู่บ้าน ตลาดนัด ทำตามสั่ง ออกงานแสดงสินค้าตามที่หน่วยงานราชการในจังหวัดจัดขึ้น

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

ได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนแคนาดา จำนวน 60,000 บาท ในการดำเนินการ
ตุลาคม 2542 – กันยายน 2543

สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท ได้ช่วยเหลือในด้านการสร้างอาคารสถานที่ใน
การผลิต รวมไปถึงการศึกษาดูงานในกลุ่มอื่น ๆ

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิต ทุกขั้นตอนการผลิตจะต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ เพื่อความปลอดภัย
ของผู้บริโภค

น้ำพริกเผตราแม่ نگแก้ว

ชื่อกลุ่ม /ที่ตั้ง

น้ำพริกเผตราแม่ نگแก้ว เลขที่ 15 หมู่ 6 บ้านคลองปลาไหล ตำบลมะขามเต่า
อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท 17120

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

จัดตั้งกลุ่มเมื่อ ปี พ.ศ. 2544 โดยมีประธานกลุ่มคือ นาง نگแก้ว อินทฉาย ซึ่งมีฝีมือ
ในการทำน้ำพริก เมื่อมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเริ่มจัดตั้งกลุ่มเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับ
ชุมชนและครอบครัว ได้รับการแนะนำและอบรมให้ความรู้จากโครงการสร้างพื้นฐานความรู้การ
บริหาร และการไปดูงานจากกลุ่มผู้ผลิตอื่น ๆ การดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกจากใน
ครอบครัว จำนวน 5 คน เพื่อเป็นอาชีพเสริมจากการทำเกษตรกรรม

การจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

กลุ่มสมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถทำน้ำพริกได้ มีการแบ่งหน้าที่ในการจัดการ
ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ การเงิน และประชาสัมพันธ์ ในการจัดการด้าน
วัตถุดิบสามารถหาได้จากในท้องถิ่น การผลิตแต่ละครั้งจะขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของ
ลูกค้า และสามารถขายหมดได้ในแต่ละวัน ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน

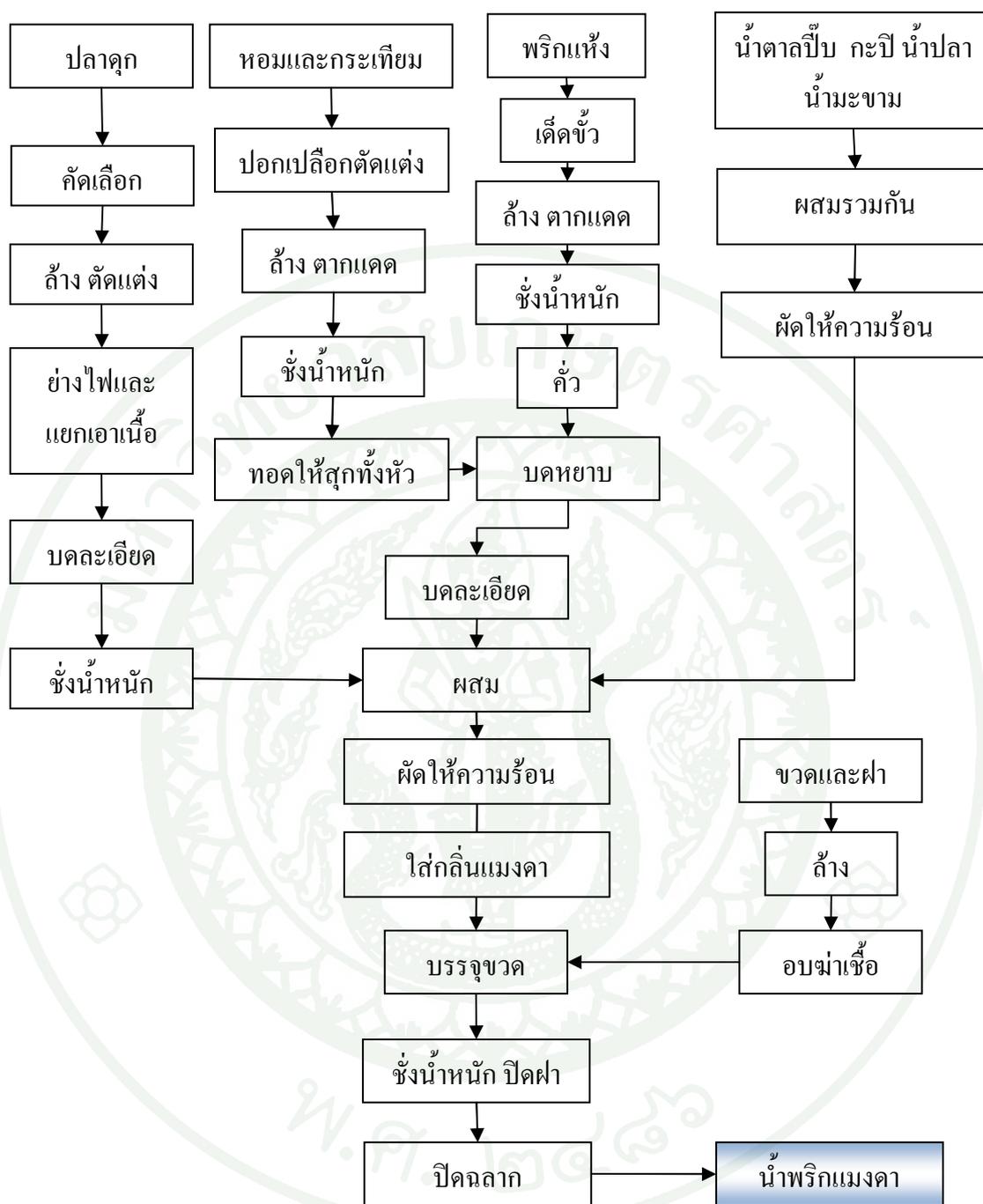
การผลิตน้ำพริกเผตราแม่ نگแก้ว

มีส่วนประกอบที่ใช้ ดังนี้ ไข่ปลาตุก หอม กระเทียม พริกแห้ง เกลือป่น น้ำตาลปีบ
และน้ำมะขาม

- 1) การคัดเลือกและทำความสะอาดวัตถุดิบ เตรียมหอมแดง ที่ไม่เน่าเสีย กระเทียม
เลือกหัวที่ไม่ฝ่อ นำมาปอกเอาเปลือกด้วยเครื่องปอก แล้วล้างน้ำให้สะอาด คั่วให้สุก
- 2) พริกแห้ง เลือกพริกที่มีสีแดง ไม่คั่วจนเกินไป และไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างให้

สะอาด คั่วให้แห้ง พักไว้

- 3) นำหอม กระเทียม พริก ที่เตรียมไว้ นำไปบด ครั้งแรกบดหยาบ ครั้งที่ 2 บดละเอียด
- 4) ปลาช่อนทะเลล้างผ่าท้อง เอาเครื่องในออก ล้างด้วยน้ำเกลือ ทิ้งให้สะเด็ดน้ำ อย่างจนสุกด้วยไฟอ่อน ๆ แกะเอาแต่เนื้อ แล้วนำไปบด ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วน
- 5) ส่วนมะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อคั้นคั้นเกี่ยวกับน้ำจันทน์สุกดี ผสมน้ำตาลปีบ เกลือ คน ให้ละลายแล้วนำมาให้ความร้อน
- 6) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกัน ผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง แล้วใส่กลิ่นแมงดา พักให้เย็น
- 7) บรรจุขวดแก้ว ปิดฝา สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดงในภาพที่ 36



ภาพที่ 36 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกแมงดาน้ำพริกเผตราแม่ถั่ว



ภาพที่ 37 การคั่วพริก



ภาพที่ 38 หอมและกระเทียมที่ทอดแล้ว



ภาพที่ 39 ฉลากเครื่องหมายการค้า น้ำพริกตราแม่ไก่



ภาพที่ 40 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มน้ำพริกเผาตราแม่นกแก้ว

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกแมงดา จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกเผา เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มน้ำพริกเผาตราแม่นกแก้ว ที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาผัดหมู

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกแมงดา น้ำพริกเผาผัดหมู น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปลาร้า

การตลาด

จำหน่ายในร้านค้าภายในหมู่บ้าน โดยสมาชิกนำไปฝากขายกับร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ให้ทางเว็บไซต์ <http://thaichilly.th.gs> และ www.thaitambon.com มีการจัดส่งและชำระเงินโดยพัสดุเรียกเก็บเงินปลายทาง

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาทให้การสนับสนุนในเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้ มีกิจกรรมการอบรมในเรื่อง การสร้างฐานความรู้การบริหารเชิงธุรกิจแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และได้ช่วยเหลือในด้านการศึกษาดูงานในกลุ่มอื่น ๆ

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมกับคลินิกเทคโนโลยีสถาบันพัฒนาอาชีพวังรี จัดอบรมหลักสูตร การเติมความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหาร ให้แก่ผู้ผลิตน้ำพริกตราแม่เหล็กแก้ว

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิต เน้นความสะอาด ก่อนปฏิบัติงานและหลังปฏิบัติงานจะล้างบริเวณ สถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นของฝากได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่ค่อยสวยงาม ไม่เหมาะกับการซื้อขายเป็นของขวัญ

กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง

ชื่อกลุ่ม / ที่ตั้ง

กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง 3/1 หมู่ 3 บ้านหนองตะเคียน ตำบลชนอมสมบูรณ์
อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี 15170



ภาพที่ 41 สถานที่ตั้งของกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง

ประวัติความเป็นมาและการพัฒนาของกลุ่ม

เริ่มรวมกลุ่มกันเมื่อ 9 มิถุนายน 2542 ผู้นำกลุ่มคือ คุณเพ็ญประภา บุญช่วย โดยได้รับการสนับสนุนจากทางพัฒนาชุมชน เนื่องจากว่าในท้องที่มีพริกมาก แล้วเกิดปัญหาราคาคตกต่ำ จึงมีแนวคิดที่จะแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและเก็บไว้ได้นาน โดยสุตรนั้นสมาชิกจะช่วยกันคิดขึ้นมา มีสมาชิกแรกเริ่ม 5 คน ปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 16 คน ในช่วงแรกขายเป็นกระปุก หรือถุง ต่อมาได้มีการพัฒนาอย่างเรื่อย ๆ จนเป็นขวดปิดผนึกด้วยฟิล์มหดรัดปากขวด ปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากทางพัฒนาชุมชนทางด้านการตลาดรวมไปถึงการทำบรรจุภัณฑ์และการออกแบบทาง อดต. ก็ให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุน

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอาหาร

สถานที่ใช้ในการผลิตเป็นบ้านของทางประธานกลุ่ม สมาชิกจะมาร่วมกันผลิตที่กลุ่มอาทิตย์ละ 1 ครั้ง โดยวัตถุดิบก็หาได้จากทางสมาชิก โดยสมาชิกจะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่ม กลุ่มจะซื้อวัตถุดิบจากสมาชิก ถ้าไม่พอจึงจะซื้อวัตถุดิบจากบุคคลทั่วไปในหมู่บ้าน ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเพิ่มเติมจากการทำไร่พริก ไร้อ้อยและไร้ข้าวโพด ที่เป็นอาชีพหลักของสมาชิก ช่วงเวลาที่ผลิต จะทำการผลิตทุกวัน หรือเมื่อมีลูกค้าสั่ง กำลังผลิต 75 กิโลกรัมต่อวัน ขึ้นกับลูกค้าสั่ง

แรงงานที่ใช้ในการผลิต สมาชิกจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาทำ ประธานกลุ่มจะแบ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้สมาชิกกลับไปทำที่บ้านเนื่องจากบ้านของสมาชิกจะอยู่ติดกับสถานที่ในการผลิต และสถานที่ใช้ในการผลิตจะไม่กว้างขวางนัก

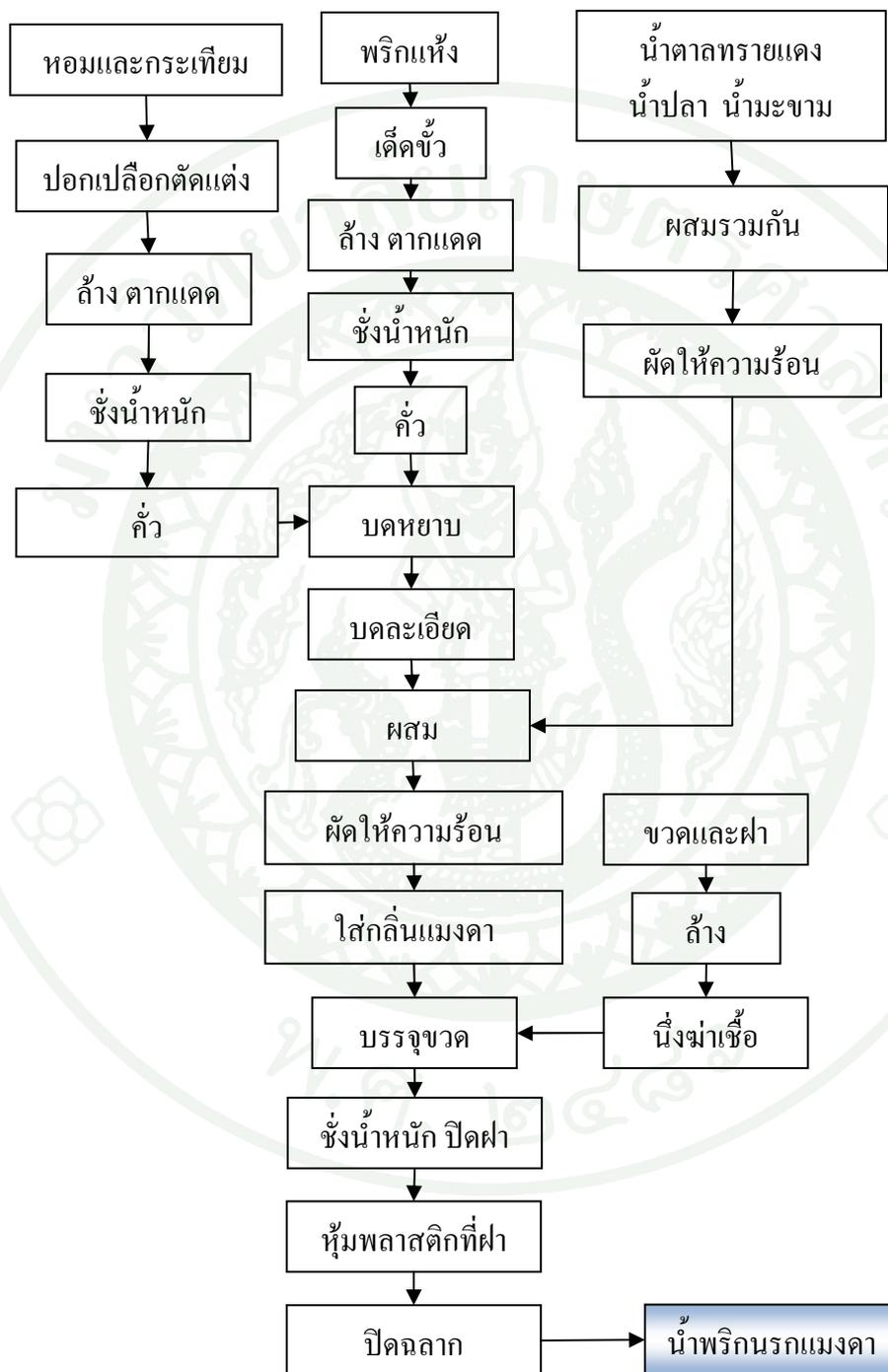
การผลิตน้ำพริกนรกแมงดา

มีส่วนประกอบที่ใช้ ดังนี้ หอม กระเทียม พริกแห้ง เกลือป่น น้ำตาลปี๊บ และน้ำมะขาม

กรรมวิธีการผลิต

- 1) การคัดเลือกและทำความสะอาดวัตถุดิบ เตรียมหอมแดง ที่ไม่เน่าเสีย กระเทียม เลือกหัวที่ไม่ฝ่อ นำมาปอกเอาเปลือกด้วยเครื่องปอก แล้วล้างน้ำให้สะอาด คั่วให้สุก พักไว้
- 2) พริกแห้ง เลือกพริกที่มีสีแดง ไม่คล้ำจนเกินไป และไม่ขึ้นรา เด็ดขั้ว ล้างให้สะอาด คั่วให้แห้ง พักไว้
- 3) นำหอม กระเทียม พริก ที่เตรียมไว้ นำไปบด ครั้งแรกบดหยาบ ครั้งที่ 2 บดละเอียด
- 4) ส่วนมะขามแกะเปลือกเอาแต่เนื้อคั้นเกี่ยวกับน้ำจืด ผสมน้ำตาลปี๊บ เกลือ คนให้ละลายแล้วนำมาให้ความร้อน
- 5) นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมรวมกัน ผัดด้วยไฟอ่อนปานกลาง แล้วใส่กลิ่นแมงดา พักให้เย็น

6) นำน้ำพริกที่ได้บรรจุขวดแก้ว ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา สำหรับขั้นตอนการผลิตแสดง
 ในภาพที่ 42



ภาพที่ 42 แผนภูมิกระบวนการผลิตน้ำพริกนรกแมงดากลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง



ภาพที่ 43 หอมเจียวที่เตรียมไว้สำหรับผลิตน้ำพริก



ภาพที่ 44 บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกแมงดาตราหอมทอง

มผช. 4/2546		CTOP		ตราหอมทอง Ham-Thong		ผลิตจากวัตถุดิบที่คัดเลือกสรรหากรรมวิธีที่สะอาดปราศจากสารปนเปื้อน	
พริกแห้งเม็ดใหญ่	8.06 %	Dried Chillies	8.06 %	น้ำพริกนรกแมงดา Roasted Chilli Paste with Giant Water Bug Scent		สันนิษฐานโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผลิตและจัดจำหน่ายโดย กลุ่มสตรีบ้านหนองเค็งเค็ง หมู่ 3 ต.หนองแวง อ. พนมยงค์ จ. สุพรรณบุรี โทร. 08-5200305, (036) 437724	
กระเทียม	21.59 %	Garlic	21.59 %			Manufactured and Distributed by Chorn-Ta-Kien Lady Group Mrs. S. Chorn-Ta-Kien District, Nong-Muang, Lopburi 16170 Tel. 08-5200305, (036) 437724	
หอมแดง	21.50 %	Shallots	21.50 %			16-2-02843-2-0003 วันผลิต	
น้ำมะขามเปียก	5.30 %	Tamarind Juice	5.30 %			ปริมาณสุทธิ 60 กรัม วิทยาลัยฯ	
น้ำตาลปีบ	18.82 %	Palm sugar	18.82 %				
น้ำปลา	18.28 %	Fish Sauce	18.28 %				
ปลาช่อน	2.69 %	Grilled Fish	2.69 %				
เกลือโคโด้สิน	1.61 %	Salt	1.61 %				
แมงดา	3.15 %	Giant Water Bug	3.15 %				

ภาพที่ 45 ฉลากเครื่องหมายการค้าน้ำพริกนรกแมงดาตราหอมทอง

มาตรฐานผลิตภัณฑ์

น้ำพริกเผาทรนรกแมงดาตราหอมทอง จัดอยู่ในประเภทน้ำพริกเผา เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง ที่ขายดีที่สุด ได้รับการรับรองมาตรฐานดังนี้

ผลิตภัณฑ์ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกนรกแมงดา

ผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 (OTOP Product Champion) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง

มผช. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกเผา (มผช.4/2546) ได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเตาแดง น้ำพริกแมงดา น้ำพริกเผา น้ำพริกนรกแมงดา

อย. ซึ่งเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นดังนี้ คือ น้ำพริกเตาแดง น้ำพริกแมงดา น้ำพริกเผา น้ำพริกนรกแมงดา

การตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย จะจำหน่ายในร้านขายของฝากประจำตำบล ร้านค้าในหมู่บ้าน ตลาดนัด และทำตามสั่งและผู้ค้าส่งต่างจังหวัดมารับไปขายอีกทอดหนึ่ง

บทบาทของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานเกษตรจังหวัดได้ช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้และการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยจากสารพิษ โดยกลุ่มผู้ผลิตพืชผักปลอดภัยจากสารพิษ สมาชิกกลุ่มจะได้รับการส่งเสริมให้ปลูกพืชปลอดสารพิษแล้วนำผลผลิตส่งแก่กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกได้ เป็นแหล่งวัตถุดิบโดยไม่ต้องจ่ายค่าวัตถุดิบในราคาแพง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สนับสนุนในด้านของบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และการขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ดูแลในเรื่องของการหาสถานที่ในการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปวางจำหน่าย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ให้การสนับสนุนในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องทุ่นแรง รวมไปถึงการเข้าร่วมคัดสรรเพื่อเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวทางการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิต ทุกขั้นตอนการผลิตจะต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ

การตลาด

จำหน่ายเอง รองลงมาคือ จำหน่ายตามตลาดนัดซึ่งไม่สม่ำเสมอ แล้วแต่ตลาดนัดแต่ละสถานที่กำหนด

จากการศึกษากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 กลุ่ม จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปออกเป็น 2 ประเภท คือ น้ำพริกประเภทแห้ง และน้ำพริกประเภทเปียก โดยแต่ละประเภทมีกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก ดังนี้

1. ประเภทน้ำพริกประเภทแห้ง มี 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1.1. น้ำพริกปลาช่อน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต จ.ปทุมธานี (5 ดาว)
- 1.2. น้ำพริกหมู 4 รส ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ จ.ลพบุรี (4 ดาว)
- 1.3. น้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระฆัง จ.ชัยนาท (4 ดาว)
- 1.4. น้ำพริกตาแดง ของกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูกระจิวไท จ.ปทุมธานี (3 ดาว)
- 1.5. น้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านคางคาราม จ.ชัยนาท (3 ดาว)

น้ำพริกประเภทแห้ง เป็น ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค ที่ทำจากเนื้อสัตว์หรือพืชที่ทำให้แห้ง โดยผ่านความร้อนและบด แล้วนำมาผสมรวมกับเครื่องเทศ และสมุนไพรที่อบ เเผา ทอด หรือ คั่ว และบดแล้ว เช่น พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาบดหรือเคล้าให้เข้ากัน ประจุแต่งรสด้วย เครื่องปรุงแต่งรส เช่น น้ำปลา เกลือบริโภค มะขามเปียก ในอัตราส่วนที่เหมาะสม อาจให้ความร้อนเพื่อให้แห้งหรือไม่ก็ได้ (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน, 2546)

2. ประเภทน้ำพริกประเภทเปียก มี 5 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1. น้ำพริกนรกปลาช่อน ของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง จ.ชัยนาท (5 ดาว)
- 2.2. น้ำพริกเผาสูตรโบราณ ของกลุ่มชมรมพัฒนาวิงไถ่เถื่อน จ.ชัยนาท (4 ดาว)
- 2.3. น้ำพริกเผากุ้ง ของกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง จ.ชัยนาท (3 ดาว)
- 2.4. น้ำพริกแมงดา ของกลุ่มน้ำพริกเผตราแมนกแก้ว จ.ชัยนาท (3 ดาว)
- 2.5. น้ำพริกนรกแมงดา ของกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง จ.ลพบุรี (3 ดาว)

น้ำพริกเผา เป็น ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคที่ทำจากเครื่องเทศที่เผาแล้วหรือทอดแล้ว ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาบดผสมให้เข้ากัน ประจุแต่งรสด้วยเครื่องปรุงแต่งรส เช่น น้ำปลา เกลือบริโภค กะปิ น้ำตาล มะขามเปียก อาจมีเนื้อสัตว์ซึ่งผ่านการทำให้สุกโดยการ อบ

ต้ม เผา คั่ว หรือ ทอดบดผสมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ เช่น กุ้งแห้ง ปลากรอบ ปลาข่าง หรือแมงดา นานี้ทั้งนี้อาจนำไปผัดหรือคั่วอีกครั้ง (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน, 2546)

กรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในภาพรวมของทุกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

จากการศึกษาขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม พบว่า มีขั้นตอนหลักในการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วยประกอบด้วยขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับ วัตถุดิบ ได้แก่ การคัดเลือกวัตถุดิบที่ไม่เน่าเสีย การล้างทำความสะอาด การตากแดด การซัง น้ำหนักวัตถุดิบ การเตรียมวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต การปรุง และขั้นตอนการบรรจุ โดยรายละเอียด มีแตกต่างกันบ้าง ตามชนิดของน้ำพริกดังนี้

1. วัตถุดิบที่ใช้

กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเตรียมวัตถุดิบในการผลิตน้ำพริกโดย คัดเลือกวัตถุดิบที่ไม่เน่าเสีย ล้างทำความสะอาด ตากแดด ซังน้ำหนักวัตถุดิบ ก่อนนำไปใช้งานในขั้นตอนต่อไป ประเภท น้ำพริกป่นแห้ง วัตถุดิบที่ใช้ทุกกลุ่ม ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม เกลือ น้ำมะขาม วัตถุดิบที่ใช้ต่างกัน ได้แก่ เนื้อสัตว์ที่ใช้เป็นส่วนผสม น้ำตาล โดย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (น้ำพริกปลาข่าง) ใช้ปลาข่าง น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (น้ำพริกหมู 4 รส) ใช้เนื้อหมู กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบั้ง (น้ำพริกนรกปลาข่าง) กลุ่มอาชีพเกษตรกรน้ำพริกคู่ครัวไทย (น้ำพริกตาแดง) และกลุ่มแม่บ้านคางคาง (น้ำพริกนรกปลาข่าง) ใช้ปลาช่อนทะเล เนื่องจากปลาช่อนทะเลมีเนื้อนุ่ม และราคาถูก กลุ่มอาชีพเกษตรกรน้ำพริกคู่ครัวไทย (น้ำพริกตาแดง) จะใช้กระเทียมเจียวสำเร็จรูปเพื่อลดขั้นตอนในการผลิต รายละเอียดในตารางที่ 8

ประเภทน้ำพริกเผา วัตถุดิบที่ใช้ทุกกลุ่ม ได้แก่ พริกแห้ง หอม กระเทียม น้ำมะขาม วัตถุดิบที่ใช้แตกต่างกัน คือ เนื้อสัตว์ที่ใช้เป็นส่วนผสม น้ำตาล กะปิ น้ำปลา กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (น้ำพริกนรกปลาข่าง) ใช้น้ำผึ้งเป็นเครื่องปรุงรส เนื่องจากน้ำผึ้งมีความหอมหวาน และเป็นตำรับเฉพาะของกลุ่ม รายละเอียดในตารางที่ 8

2. ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกป่นแห้ง

2.1 การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม มีขั้นตอนหลักเหมือนกัน แต่การปฏิบัติในรายละเอียดไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบและส่วนผสมที่นำมาใช้ และภูมิปัญญาของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่าง จึงมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม (ตารางที่ 8)

2.2 วัตถุดิบ ได้แก่ พริกแห้งเม็ดใหญ่หอมแดง กระเทียม เนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา หมู มีการคัดเลือกวัตถุดิบและล้างทำความสะอาดทุกผลิตภัณฑ์ เมื่อล้างแล้วจึงนำ พริกแห้งเม็ดใหญ่ หอมแดง กระเทียม มาตากแดดให้แห้ง แล้วจึงนำวัตถุดิบมาชั่งตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ส่วนเนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา หมู ฝั่งให้แห้ง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว กับกลุ่ม 3 ดาว การเตรียมวัตถุดิบไม่มีความแตกต่างกัน

2.3 ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะนำวัตถุดิบ ได้แก่ หอม กระเทียม ซอย แล้วนำมาคั่วหรือทอดให้แห้ง พริกแห้งจะนำมาอบ คั่ว และทอด ให้แห้ง ส่วนเนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา นำมาขยำหรือทอด แกะเอาแต่เนื้อ นำมาบดละเอียด เนื้อหมู นำมาบดละเอียด แล้วนำไปคั่วให้แห้ง แล้วนำไปอบอีกครั้ง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว กับกลุ่ม 3 ดาว มีความแตกต่างกัน ในด้านของเครื่องจักรที่ใช้ผลิต และเทคนิคของแต่ละกลุ่ม

2.4 กระบวนการผลิต นำส่วนผสมแต่ละชนิดนำมาบดทีละชนิด แล้วนำมาผสมรวมกันอีกครั้งหนึ่ง ปรุงรส แล้วนำมาผัดหรืออบ ให้ความร้อนอีกครั้งหนึ่ง ทิ้งให้เย็น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว กับกลุ่ม 3 ดาว มีความแตกต่างกัน ในด้านของเครื่องจักรที่ใช้ผลิต และเทคนิคของแต่ละกลุ่ม

2.5 ขั้นตอนการบรรจุในภาชนะ ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา และปิดฉลาก ทุกกลุ่มจะปฏิบัติเหมือนกัน ยกเว้นขั้นตอนการหุ้มพลาสติกที่ฝาอีกชั้นหนึ่ง กลุ่มแม่บ้านคงคารามไม่มีการปฏิบัติ จึงอาจส่งผลทำให้น้ำพริกเสียได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่น ๆ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกป่นแห้งของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนวิธีการทำ	กลุ่มตัวอย่าง				
	5 ดาว		4 ดาว		3 ดาว
	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต	กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรขันธ์	น้ำพริกแม่ศรีรัตน์	กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไทย	กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม
1. วัตถุดิบ					
1.1 การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี	✓	✓	✓	✓	✓
1.2 การล้างทำความสะอาด	✓	✓	✓	✓	✓
1.3 การตากแดด	✓	✓	✓	✓	✓
1.4 ชั่งน้ำหนักวัตถุดิบ	✓	✓	✓	✓	✓
2. การเตรียมวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต					
2.1 หอม กระเทียมมีการหั่นซอย	✓	✓	✗	✓	✓
- คั่วด้วยเตาแก๊สหรือเตาถ่าน	✗	✗	✓	✗	✗
- ทอด	✓	✓	✗	✓	✓
- บด	✓	✓	✓	✓	✗
2.2 กระเทียมเจียวสำเร็จ	✗	✗	✗	✓	✗
2.3 พริกแห้ง					
- อบหรือคั่วด้วยเครื่อง	✗	✗	✓	✗	✗
- คั่วด้วยเตาแก๊สหรือเตาถ่าน	✗	✓	✗	✓	✓
- ทอด	✓	✗	✗	✗	✗
- บด	✓	✓	✓	✓	✓
2.4 เนื้อสัตว์	ปลาตุก	ปลาช่อน	หมู	ปลาช่อน	ปลาช่อน
		ทะเล		ทะเล	ทะเล
- ย่าง	✓	✓	✗	✗	✓
- ทอด	✗	✗	✗	✓	✗

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ขั้นตอนวิธีการทำ	กลุ่มตัวอย่าง				
	5 ดาว		4 ดาว		3 ดาว
	กลุ่ม	กลุ่ม	น้ำพริก	กลุ่มอาชีพ	กลุ่มแม่บ้าน
	แม่บ้าน เกษตรกร คลอง รังสิต	แม่บ้านแปรรูปอาหาร บ้านหอ ระนัง	แม่ศรี รัตน์	สหกรณ์ น้ำพริกคู่ ครัวไทย	กองคาราม
- บด	✓	✓	✓	✓	✓
- อบ	✓	✗	✓	✗	✗
2.5 น้ำมะขาม	✓	✓	✓	✓	✓
- ผ่านความร้อน	✓	✓	✓	✓	✓
2.6 น้ำตาลทราย	✗	✗	✗	✗	✓
2.7 น้ำตาลปีบ	✗	✓	✓	✗	✗
2.8 เกลือป่น	✓	✓	✓	✓	✗
3. กระบวนการผลิต					
3.1 ผสมส่วนผสมที่เตรียมไว้ ให้เข้ากัน	✓	✓	✓	✓	✓
3.2 นำส่วนผสมมาบดรวมกัน	✗	✗	✗	✗	✗
3.2 นำส่วนผสมมาผัด	✓	✓	✓	✓	✓
3.3 นำส่วนผสมมาอบ	✓	✓	✓	✗	✓
4. การบรรจุใส่ภาชนะ	✓	✓	✓	✓	✓
4.1 ชั่งน้ำหนัก	✓	✓	✓	✓	✓
4.2 ปิดฝา ปิดฉลาก	✓	✓	✓	✓	✓
4.3 หุ้มพลาสติกที่ฝา	✓	✓	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในขั้นตอนนั้น

✗ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างไม่มีการปฏิบัติในขั้นตอนนั้น

3. ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกเผา

วัตถุดิบเหมือนกับน้ำพริกป่นแห้ง คือ พริกแห้งเม็ดใหญ่ หอมแดง กระเทียม เนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา กุ้งแห้ง มีการคัดเลือกวัตถุดิบและล้างทำความสะอาดทุกผลิตภัณฑ์ เมื่อล้างแล้วจึงนำ พริกแห้งเม็ดใหญ่ หอมแดง กระเทียม มาตากแดดให้แห้ง แล้วจึงชั่งวัตถุดิบมาตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ส่วนเนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา กุ้งแห้ง ผึ่งให้สะเด็ดน้ำ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว กับกลุ่ม 3 ดาว ไม่มีความแตกต่างกัน

ในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะนำวัตถุดิบ ได้แก่ หอม กระเทียม ทั้งหัวนำมาล้างให้สุก พริกแห้งจะนำมาอบ คั่ว หรือทอด ส่วนเนื้อสัตว์ที่ใช้ ได้แก่ ปลา นำมาย่างหรือทอด แกะเอาแต่เนื้อ นำมาบดละเอียด ส่วนกุ้งแห้ง มาบดให้ละเอียดแล้วจึงนำไปผัดในน้ำมันหรือนำไปผสมในขั้นตอนการผสมรวมกัน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม 4-5 ดาว กับกลุ่ม 3 ดาว มีความแตกต่างกัน กลุ่มน้ำพริกตราแม่เหล็ก้นำหอมและกระเทียมไปทอดในน้ำมัน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีน้ำมันมากเกินไป และในส่วนของเนื้อสัตว์ที่ใช้เป็นเนื้อปลานำมา ย่าง เนื้อปลาอาจจะยังไม่แห้งและทำให้ผลิตภัณฑ์เก็บได้ไม่นาน

กระบวนการผลิต กลุ่มตัวอย่างน้ำพริกเผาทุกกลุ่มนำส่วนผสมมาบดรวมกัน ปูรจนแล้วนำมาผัด แล้วให้ความร้อนอีกครั้งหนึ่ง ทิ้งให้เย็น ในขั้นตอนนี้ทุกกลุ่มปฏิบัติเหมือนกันหมด ไม่มีความแตกต่าง

การบรรจุในภาชนะ ทุกกลุ่มจะชั่งน้ำหนัก ปิดฝา และปิดฉลาก ทุกกลุ่มจะปฏิบัติเหมือนกัน ยกเว้นการปิดพลาสติกหุ้มฝา น้ำพริกเผาตราแม่เหล็ก ไม่ได้ปฏิบัติในขั้นตอนนี้ อาจเนื่องมาจากทางกลุ่มไม่มีงบประมาณด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงไม่ได้ปฏิบัติ และอาจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มน้ำพริกเผาตราแม่เหล็กเสียได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่น ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผาของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนวิธีการทำ	กลุ่มตัวอย่าง				
	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว		
	กลุ่ม แม่บ้าน น้ำพริก น้ำผึ้ง	กลุ่ม ชมรม พัฒนา วังไก่อ เดือน	กลุ่ม อาชีพทำ น้ำพริก บ้านบาง ท่าช้าง	น้ำพริกเผา ตราแม่ นกแก้ว	กลุ่มสตรี น้ำพริก ตราหอม ทอง
1. วัตถุดิบ					
1.1 การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี	✓	✓	✓	✓	✓
1.2 การล้างทำความสะอาด	✓	✓	✓	✓	✓
1.3 การตากแดด	✓	✓	✓	✓	✓
1.4 ชั่งน้ำหนักวัตถุดิบ	✓	✓	✓	✓	✓
2. การเตรียมวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต					
2.1 หอม กระเทียมมีการหั่นซอย	×	×	×	×	×
- อบหรือคั่วด้วยเครื่อง	×	×	×	×	×
- คั่วด้วยเตาแก๊สหรือเตาถ่าน	✓	✓	✓	×	✓
- ทอด	×	×	×	✓	×
2.2 กระเทียมเจียวสำเร็จ	×	×	×	×	×
2.3 พริกแห้ง					
- อบหรือคั่วด้วยเครื่อง	×	✓	×	×	×
- คั่วด้วยเตาแก๊สหรือเตาถ่าน	×	×	✓	✓	✓
- ทอด	✓	×	×	×	×
2.4 เนื้อสัตว์	ปลาช่อน	กุ้ง	กุ้งแห้ง	ปลาดุก	×
	ทะเล	แห้ง			
- ย่าง	×	×	×	✓	×
- ทอด	✓	✓	×	×	×
- คั่ว	×	×	✓	×	×

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ขั้นตอนวิธีการทำ	กลุ่มตัวอย่าง				
	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว		
	กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง	กลุ่มชมรมพัฒนาวังไถ่เลื่อน	กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง	น้ำพริกเผาตราแม่นกแก้ว	กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง
- บด	✓	✓	✓	✓	✗
2.5 น้ํามะขาม					
- ผ่านความร้อน	✓	✓	✓	✓	✓
2.6 กะปิ	✗	✓	✓	✓	✗
- ย่าง ปิ้ง	✗	✗	✓	✓	✗
- อบ	✗	✓	✗	✗	✗
2.7 น้ำผึ้ง	✓	✗	✗	✗	✗
2.8 น้ำตาลทราย	✗	✗	✓	✗	✗
2.9 น้ำตาลทรายแดง	✗	✗	✗	✗	✓
2.10 น้ำตาลปีบ	✗	✓	✗	✓	✗
2.11 เกลือป่น	✓	✓	✓	✗	✗
2.12 น้ำปลา	✗	✗	✓	✓	✓
3. กระบวนการผลิต					
3.1 นำส่วนผสมมาบดรวมกัน	✓	✓	✓	✓	✓
3.2 นำส่วนผสมมาผัด	✓	✓	✓	✓	✓
4. การบรรจุใส่ภาชนะ	✓	✓	✓	✓	✓
4.1 ชั่งน้ำหนัก	✓	✓	✓	✓	✓
4.2 ปิดฝา ปิดฉลาก	✓	✓	✓	✓	✓
4.3 หุ้มพลาสติกที่ฝา	✗	✓	✓	✗	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในขั้นตอนนั้น

✗ หมายถึง กลุ่มตัวอย่างไม่มีการปฏิบัติในขั้นตอนนั้น

อย่างไรก็ตามกรรมวิธีในการผลิตน้ำพริกแต่ละชนิดพบว่าขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ที่มีขั้นตอนหลัก ๆ คล้ายกัน ก็จะมีขั้นตอนการปฏิบัติโดยละเอียดไม่เหมือนกันซึ่ง ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่นำมาใช้ และภูมิปัญญาของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน เช่น ในการผลิตน้ำพริกนรกปลาของของกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้งใช้น้ำผึ้งปรุงรสหวานแทนน้ำตาลทรายหรือน้ำตาลปีบ จึงทำให้น้ำพริกมีความหอมหวานมากกว่าน้ำพริกของกลุ่มอื่น ซึ่งเป็นการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ดังนั้นผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มตัวอย่าง จึงมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ตอนที่ 4 คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชนในภาคกลาง

การส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ได้จากการกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์คุณภาพที่ศูนย์บริการประกันคุณภาพอาหาร (FQA : Food Quality Assurance Service Center) สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และนำผลที่ได้เปรียบเทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดขึ้น ได้ผลดังนี้

1. การตรวจวิเคราะห์ทางเคมี

การตรวจวิเคราะห์ทางเคมี เป็นการตรวจวิเคราะห์หาองค์ประกอบทางเคมีของน้ำพริกสำเร็จรูป ทำการตรวจวิเคราะห์ทุกกลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจวิเคราะห์ การวัดค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ความชื้น ปริมาณเกลือแกง (Sodium chloride) วัตถุกันเสีย ได้แก่ กรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิก โดยแสดงเป็นค่าร้อยละของน้ำหนักเปียก ซึ่งผลที่ได้อาจมีความแตกต่างกันมากตามลักษณะ น้ำพริกป่นแห้ง และน้ำพริกเผา ดังนี้

1.1 การวัดค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการตรวจวัดค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ของน้ำพริกสำเร็จรูปทุกตัวอย่าง มีค่า A_w สูงกว่า 0.60

1) น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกป่นแห้ง โดยน้ำพริกปลาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต มีค่าเฉลี่ยของ A_w ต่ำสุด คือ 0.639 น้ำพริกที่มีค่า A_w สูงสุด คือ น้ำพริกหมู 4 รส ของกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ เท่ากับ 0.864 ซึ่งมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทน้ำพริกป่นแห้ง ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานของค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ต้องไม่เกิน 0.60 พบว่าไม่มีกลุ่มใดที่ผ่านเกณฑ์

2) น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา โดยน้ำพริกนรกแมงดา ของกลุ่มสตรี น้ำพริกตราหอมทอง มีค่าเฉลี่ยของ A_w ต่ำสุด คือ 0.715 น้ำพริกที่มีค่า A_w สูงสุด คือ น้ำพริกเผาสูตรโบราณ ของกลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่อเถื่อน มีค่า A_w เท่ากับ 0.951 ซึ่งมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทน้ำพริกเผาไม่ได้กำหนดเกณฑ์ในส่วนนี้ไว้

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ปริมาณค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ของน้ำพริกสำเร็จรูป

ชื่อกลุ่ม	ตัวอย่าง	A_w	S.D.
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกปั่นแห้ง			
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว)	น้ำพริกปลาข้าง	0.639	0.0173
กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบะซัง (4 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาข้าง	0.757	0.0008
น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว)	น้ำพริกหมู 4 รส	0.864	0.0017
กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูกระจิวไท (3 ดาว)	น้ำพริกตาแดง	0.684	0.0013
กลุ่มแม่บ้านคงคาราม (3 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาข้าง	0.713	0.0365
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา			
กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาข้าง	0.775	0.0078
กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่อเถื่อน (4 ดาว)	น้ำพริกเผาสูตรโบราณ	0.951	0.0126
กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว)	น้ำพริกเผากุ้ง	0.853	0.0034
น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว)	น้ำพริกแมงดา	0.919	0.0043
กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว)	น้ำพริกนรกแมงดา	0.715	0.0012

1.2 ความชื้น ผลการวิเคราะห์ปริมาณความชื้น พบว่า ประเภทน้ำพริกเผา น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว) มีปริมาณความชื้นสูงสุด คือ 47.01 รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่อเถื่อน (4 ดาว) กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว) และ กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว) ปริมาณความชื้น 42.96, 34.71, 20.97 และ 14.09 ตามลำดับ เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนดไว้ว่าน้ำพริกปั่นแห้งต้องมี

ปริมาณความชื้นไม่เกินร้อยละ 20 ประเภทน้ำพริกป่นแห้ง มี 1 กลุ่ม จาก 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม อาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไท (3 ดาว) มีปริมาณความชื้นต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 13.44 ส่วนกลุ่มที่มีปริมาณความชื้นสูงที่สุดของประเภทน้ำพริกป่นแห้ง คือ น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) กลุ่ม แม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหระฆัง (3 ดาว) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว) และ กลุ่มแม่บ้านคณาภิรม (3 ดาว) คือร้อยละ 27.99, 20.80, 20.22 และ 16.19 ผลการวิเคราะห์แสดงใน ตารางที่ 11

1.3 ผลการวิเคราะห์ปริมาณเกลือแกง (Sodium chloride) ของน้ำพริกสำเร็จรูป ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ได้กำหนดค่านี้ แต่ทำการตรวจวิเคราะห์เพื่อต้องการทราบปริมาณเกลือในน้ำพริก เนื่องจากเกลือแกงหรือเกลือโซเดียมคลอไรด์ วอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) ของอาหารลดลง เมื่อเกลือละลายในน้ำ โมเลกุลของน้ำ จะมาเกาะจับเกลือเกิดเป็น ionhydration มีผลทำให้ความเป็นอิสระของน้ำเปลี่ยนไป (กล้าณรงค์ ศรีรอด, 2521) นอกจากนี้ เกลือยังเป็นสาร ที่มีค่าแรงดันออสโมติกสูง เมื่อใส่ในอาหารจะทำให้ให้น้ำในอาหารถูกดึงออกมา รวมทั้งน้ำจากเซลล์ของ จุลินทรีย์ด้วย ทำให้จุลินทรีย์ไม่สามารถ เจริญเติบโตได้ เนื่องจากเซลล์ ของจุลินทรีย์เกิด ลักษณะ เซลล์เหี่ยว (plasmolysis) (กล้าณรงค์ ศรีรอด, 2521) ยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ทำให้ อาหารเน่าเสีย พบว่า น้ำพริกเผาตราแม่ نگแก้วมีปริมาณเกลือสูงที่สุด คือ ร้อยละ 3.63 ส่วนกลุ่ม ชมรมพัฒนาวังไก่อื่อน (4 ดาว) มีปริมาณเกลือต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 1.08 ส่วนน้ำพริกสำเร็จรูป ของกลุ่มอื่น ๆ มีปริมาณเกลือใกล้เคียงกัน คือ อยู่ในช่วง 1.58 – 2.81 ผลการวิเคราะห์แสดงใน ตารางที่ 11

2. ปริมาณวัตถุกันเสีย

2.1 ปริมาณกรดเบนโซอิก ของน้ำพริกสำเร็จรูป ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกเผาและน้ำพริกป่นแห้งกำหนดไว้ว่า ใส่ได้ไม่เกิน 1,000 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม จากการ วิเคราะห์พบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกป่นแห้ง กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม แม่บ้านคณาภิรม (3 ดาว) น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) และ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว) ไม่พบกรดเบนโซอิกในน้ำพริก ส่วนกลุ่มอื่น ๆ พบกรดเบนโซอิกอยู่ในช่วง 44.88 – 138.00 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ส่วนผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา กลุ่มน้ำพริกเผา ตราแม่ نگแก้ว (3 ดาว) พบกรดเบนโซอิกปริมาณสูงที่สุด คือ 743.43 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม รองลงมา กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) พบกรดเบนโซอิก 563.42 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 11

2.2 ปริมาณกรดซอร์บิก ของน้ำพริกสำเร็จรูป ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำพริกเผาและน้ำพริกปั่นแห้งกำหนดไว้ว่า ใส่ได้ไม่เกิน 1,000 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม จากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 7 กลุ่ม คือ ไม่พบกรดซอร์บิกในน้ำพริก ส่วนกลุ่มที่พบกรดซอร์บิกในน้ำพริกมี 3 กลุ่ม แต่ไม่เกินปริมาณที่เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนดไว้ คือ น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) มีปริมาณมากที่สุดคือ 358.41 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม รองลงมา คือ กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรอระงัง (4 ดาว) และ กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่วัไทย (3 ดาว) พบ 329.41 และ 234.45 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์คุณภาพทางเคมีของน้ำพริกสำเร็จรูป

ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	คุณภาพทางเคมี			
		ปริมาณ ความชื้น (%)	ปริมาณ เกลือ (%)	กรดเบน โซอิก (mg/kg)	กรด ซอร์บิก (mg/kg)
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกปั่นแห้ง					
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลอง รังสิต (5 ดาว)	น้ำพริกปลาอย่าง	20.22	2.54	0	329.41
กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหาร บ้านหอรอระงัง (4 ดาว)	น้ำพริกนรก ปลาอย่าง	20.80	2.61	44.88	358.41
น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว)	น้ำพริกหมู 4 รส	27.99	1.91	0	0
กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริก คู่วัไทย (3 ดาว)	น้ำพริกตาแดง	13.44	2.56	138.00	234.45
กลุ่มแม่บ้านคางคาราม (3 ดาว)	น้ำพริกนรก ปลาอย่าง	16.19	2.58	0	0

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	คุณภาพทางเคมี			
		ปริมาณ ความชื้น (%)	ปริมาณ เกลือ (%)	กรดเบน โซอิก (mg/kg)	กรดซอร์บิก (mg/kg)
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา					
กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาช่อน	14.09	1.58	66.99	0
กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ เดือน (4 ดาว)	น้ำพริกเผา	34.71	1.08	4.51	0
กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้าน บางท่าช้าง (3 ดาว)	สูตรโบราณ น้ำพริกเผากุ้ง	42.96	2.81	563.42	0
น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว)	น้ำพริกแมงดา	47.01	3.63	743.43	0
กลุ่มสตรีน้ำพริกตรา หอมทอง (3 ดาว)	น้ำพริกนรกแมงดา	20.97	2.74	9.91	0

3. การตรวจวิเคราะห์ทางด้านจุลินทรีย์

ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ น้ำพริกป่นแห้ง (มผช. 130/2546) และน้ำพริกเผา (มผช. 4/2546) ข้อกำหนดทางด้านจุลินทรีย์ทั้งหมดต้องไม่เกิน 1×10^4 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม ผลการตรวจปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมดในตัวอย่างน้ำพริกสำเร็จรูป มีกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อเดือน (4 ดาว) ในตัวอย่างน้ำพริกเผาสูตรโบราณ พบจุลินทรีย์ทั้งหมด <10 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม กลุ่มแม่บ้านคองคาราม (3 ดาว) ในตัวอย่างน้ำพริกนรกปลาช่อน พบจุลินทรีย์ทั้งหมด 4.2×10^3 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว) ในตัวอย่างน้ำพริกปลาช่อน พบจุลินทรีย์ทั้งหมด 4.5×10^3 และกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) ในตัวอย่างน้ำพริกเผากุ้ง พบจำนวนจุลินทรีย์ 8.4×10^3 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ อีก 7 กลุ่ม พบว่ามีจุลินทรีย์สูงกว่ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมดในน้ำพริกสำเร็จรูป

ชื่อกลุ่ม	ตัวอย่าง	จุลินทรีย์ทั้งหมด (CFU/g)	เปรียบเทียบกับ มผช.
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกป่นแห้ง			
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว)	น้ำพริกปลาย่าง	4.5×10^3	✓
กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหาร บ้านหอรพะฉัง (4 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาย่าง	9.9×10^4	✗
น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว)	น้ำพริกหมู 4 รส	4.5×10^6	✗
กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่ครัวไท (3 ดาว)	น้ำพริกตาแดง	5.0×10^5	✗
กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม (3 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาย่าง	4.2×10^3	✓
น้ำพริกสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกเผา			
กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว)	น้ำพริกนรกปลาย่าง	2.0×10^6	✗
กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อเลื้อน (4 ดาว)	น้ำพริกเผาสูตรโบราณ	<10 (ไม่พบ)	✓
กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว)	น้ำพริกเผากุ้ง	8.4×10^3	✓
น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว)	น้ำพริกแมงดา	4.6×10^4	✗
กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว)	น้ำพริกนรกแมงดา	1.2×10^6	✗

หมายเหตุ ✓ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

✗ ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

กล่าวโดยสรุป การศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป พบว่า มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกด้านที่กำหนด ได้แก่ น้ำพริกเผากุ้ง จากกลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาสูตรโบราณ จากกลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อเลื้อน (4 ดาว) และ น้ำพริกนรกปลาย่าง จากกลุ่มแม่บ้านคลองคาราม (3 ดาว) สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนบางด้านที่กำหนด ได้แก่ น้ำพริกแมงดา

จากน้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว) จากกลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว) น้ำพริกปลาอย่าง จากกลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว) น้ำพริกนรกแมงดา จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลอง รังสิต (5 ดาว) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดง จากกลุ่มกลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่วิวไทย (3 ดาว) น้ำพริกนรกปลาอย่าง จากกลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระฆัง (4 ดาว) และ น้ำพริกหมู 4 รส จากกลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) (ตารางที่ 13)

เมื่อพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อาจ เนื่องจากสาเหตุหลายประการ ประการแรก การผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น น้ำพริกอบไม่แห้งพอ มีค่าวอเตอร์แอกทิวิตี (A_w) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หรือปริมาณความชื้นสูงกว่าที่กำหนด กระบวนการผลิตไม่ถูกสุขลักษณะ ประการที่สอง อาจเกิดการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์ ระหว่าง เก็บรักษาและการทดสอบ

ตารางที่ 13 สรุปคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มตัวอย่าง ประเภทน้ำพริกปนแห้ง	คุณภาพทางเคมี					คุณภาพทาง จุลินทรีย์
	A_w	ปริมาณ ความชื้น (%)	ปริมาณ เกลือ (%)	กรดเบน โซอิก (mg/kg)	กรดซอร์บิก (mg/kg)	จุลินทรีย์ ทั้งหมด (CFU/g)
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลอง รังสิต (5 ดาว) น้ำพริกปลาอย่าง	x	x	-	✓	✓	✓
กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้าน หอระฆัง (4 ดาว) น้ำพริกนรก ปลาอย่าง	x	x	-	✓	✓	x
น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) น้ำพริกหมู 4 รส	x	x	-	✓	✓	x
กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่วิว ไทย (3 ดาว) น้ำพริกตาแดง	x	✓	-	✓	✓	x
กลุ่มแม่บ้านคางคกราม (3 ดาว) น้ำพริกนรกปลาอย่าง	x	✓	-	✓	✓	✓

ตารางที่ 13 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง ประเภทน้ำพริกเผา	คุณภาพทางเคมี					คุณภาพด้าน จุลินทรีย์
	A _w	ปริมาณ ความชื้น	ปริมาณ เกลือ	กรดเบน โซอิก	กรดซอร์บิก (mg/kg)	จุลินทรีย์ ทั้งหมด
		(%)	(%)	(mg/kg)	(mg/kg)	(CFU/g)
กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว) น้ำพริกนรกปลาข้าง	-	-	-	✓	✓	✓
กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่เดือน (4 ดาว) น้ำพริกเผาสูตรโบราณ	-	-	-	✓	✓	✓
กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) น้ำพริกเผากุ้ง	-	-	-	✓	✓	✓
น้ำพริกเผาดราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว) น้ำพริกแมงดา	-	-	-	✓	✓	✗
กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว) น้ำพริกนรกแมงดา	-	-	-	✓	✓	✗

หมายเหตุ ✓ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

✗ ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้ระบุเกณฑ์

ตอนที่ 5 ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชน โดยการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตของแต่ละกลุ่ม โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ SWOT พิจารณาใน 3 ด้าน ดังนี้ (ภาคผนวก ฉ)

1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม ได้แก่ การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ การทำบัญชี ทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ สมาชิกให้ความร่วมมือดี

2. กรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ทรัพยากรการผลิต (Supply) ได้แก่ วัตถุดิบในท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย การคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ สถานที่ และสภาพแวดล้อมเหมาะสม แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง

3. ผลผลิตขั้นได้แก่ การผลิตปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค กระบวนการตรวจสอบ การรับรองคุณภาพ คุณภาพผลผลิตขั้นจากการทดสอบในห้องปฏิบัติการ เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลผลิตขั้นชุมชน บรรลุเกณฑ์รูปแบบบรรลุขั้นและฉลาก ความชำนาญในการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายผลผลิตขั้น การโฆษณาประชาสัมพันธ์

แต่ละกลุ่มมีศักยภาพดังนี้

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูงทุกด้าน โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ สมาชิกให้ความร่วมมือดี กรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ทรัพยากรการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากวัตถุดิบในท้องถิ่นมีปริมาณไม่เพียงพอ และบางฤดูกาลวัตถุดิบมีราคาแพง ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องใช้ต้นทุนสูง กลุ่มมีศักยภาพสูงในการที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย มีการคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง ผลผลิตขั้นมีเพียงพอ กับความต้องการของผู้บริโภค บรรลุขั้นและฉลากสวยงามและออกแบบให้เข้ากับเทศกาลต่าง ๆ ด้านคุณภาพผลผลิตขั้นจากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลผลิตขั้นชุมชนมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากผลผลิตขั้นน้ำพริกไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลผลิตขั้นชุมชน ผลผลิตขั้นโดยรวมมีการรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตขั้นจากองค์การอาหารและยา กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย มีสถานที่จำหน่ายผลผลิตขั้นที่หลากหลาย มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทันสมัยโดยมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
- การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
- การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
- ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
- รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
- สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต						
- วัตถุประสงค์ในท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
- เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
- คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
- สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓		✓		3	สูง
- แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลผลิต						
- ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
- คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
- การรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
4. การตลาด						
- บรรลุภัณฑ์และฉลาก	✓		✓		3	สูง
- ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
- สถานที่จำหน่าย	✓		✓		3	สูง
- มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓		✓		3	สูง
รวม					2.88	สูง

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระงัง ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูงในทุกด้าน โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ สมาชิกให้ความ

ร่วมมือดี กรรมวิธีการผลิตมีศักยภาพสูงทุกด้าน ได้แก่ ทรัพยากรการผลิตในท้องถิ่นมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการและไม่กักตุนวัตถุดิบ ทำให้วัตถุดิบสดใหม่ ไม่เน่าเสีย กลุ่มมีศักยภาพสูงเนื่องจากมีเครื่องมืออุปกรณ์ใช้ในการผลิต มีการคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง ทำให้ผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพสูงกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรจุกฎหมายแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสวยงาม หลากหลายด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลาย แต่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปออกร้าน ซึ่งรายได้ที่ได้รับไม่คุ้มกับค่าเดินทางที่เสียไป ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีศักยภาพปานกลาง (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรอวัง

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					X	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓		✓		3	สูง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
3. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
รวม					2.82	สูง

กลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง ในโครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ แต่สมาชิกให้ความร่วมมือปานกลางเนื่องจากสมาชิกทำงานเฉพาะด้านที่ตนเองรับผิดชอบเท่านั้น กระบวนการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตในท้องถิ่นไม่เพียงพอกับความต้องการ ราคาวัตถุดิบไม่แน่นอนและมีราคาสูงในบางฤดูกาล เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีความทันสมัยและผลิตสินค้าได้ในปริมาณมาก ทำให้ผลิตน้ำพริกเพียงพอ กับความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพสูงกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสวยงาม หลากหลาย ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยมีการจำหน่ายหน้าร้านของกลุ่มตัวอย่างเอง และยังมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า

ที่หลากหลาย มีเว็บไซต์สามารถโทรสั่งซื้อสินค้าและจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคได้ มีศักยภาพสูงในการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มน้ำพริกแม่ศรีรัตน์

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					X	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓	✓			2	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓	✓	2	ปานกลาง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อม เหมาะสม	✓		✓		3	สูง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการ ทดสอบในห้องปฏิบัติการ เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
รวม					2.65	สูง

กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูร์วไทย ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูงทุกด้าน โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ สมาชิกให้ความร่วมมือดี สมาชิกมีความถนัดในการทำน้ำพริกได้หลากหลาย กรรมวิธีการผลิตมีศักยภาพสูง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอกับความต้องการเนื่องจากอยู่ในใกล้ตลาดไทย วัตถุดิบสามารถต่อรองราคาได้ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพสูง มีความสะอาด สามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากมีความคับแคบและไม่ค่อยถูกสุขลักษณะนัก ได้รับการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพปานกลางเมื่อนำไปทดสอบในห้องปฏิบัติการพบว่าไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนบางด้าน บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสวยงาม หลากหลาย ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยมีการจำหน่ายหน้าร้านของกลุ่มตัวอย่างเอง และยังมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย โดยส่งขายในห้างใกล้กับสถานที่ผลิตน้ำพริก สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์ได้และจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคได้ มีศักยภาพสูงในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไทย

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{X}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กระบวนการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลผลิต						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓		✓		3	สูง
				รวม	2.88	สูง

กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำน้ำพริกขายตลาดนัดใกล้กับกลุ่มผู้ผลิต สมาชิกให้ความร่วมมือปานกลาง กรรมวิธีการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอกับความต้องการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพปานกลางเพียงพอแต่ไม่ค่อยสะอาด เนื่องจากสภาพค่อนข้างเก่า แต่สามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากมีความคับแคบและไม่ค่อยถูกสุขลักษณะนัก ผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้รับการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสวยงาม หลากหลาย ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพสูง เนื่องจากน้ำพริกมีการผลิตวันต่อวันไม่ตกค้าง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย แต่มีศักยภาพปานกลางด้านสถานที่จำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ยังเป็นสถานที่เดิม ๆ ในกลุ่มหมู่บ้าน (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					X	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓	✓			2	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม		✓		✓	1	ต่ำ
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
3. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบ ในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับ เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓		✓		3	สูง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่การจำหน่าย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
รวม					2.65	สูง

กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำน้ำพริกขายตลาดนัดใกล้กับกลุ่มผู้ผลิต แต่สมาชิกให้ความร่วมมือปานกลาง กรรมวิธีการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอกับความต้องการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เพียงพอในการผลิตแต่ไม่ค่อยสะอาด เนื่องจากสภาพค่อนข้างเก่า แต่สามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพต่ำ เนื่องจากมีความคับแคบและไม่ถูกสุขลักษณะ สถานที่ผลิตอยู่ที่หมู่บ้าน ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพปานกลาง มีกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์และฉลากสวยงาม เน้นธรรมชาติ แต่บรรจุภัณฑ์น้ำพริกยังไม่แน่นอนหนา น้ำมันจากน้ำพริกซึมออกมาได้ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย เนื่องจาก

การขายจะทำน้ำพริกวันต่อวัน ไม่เก็บค้างคืนและขายพร้อมผักจิ้มรับประทานคู่กับน้ำพริก การ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลลัพธ์ยังเป็นสถานที่เดิม ๆ ในกลุ่มหมู่บ้านและตลาดนัด (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{X}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓	✓			2	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม		✓			1	ต่ำ
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลลัพธ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน	✓		✓		3	สูง
ผลลัพธ์						
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบใน ห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และ ฉลาก	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
รวม					2.59	สูง

กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่เถื่อน มีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก โดยมีศักยภาพระดับสูงทั้งหมดใน 17 ประเด็น กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพในการบริหารงานของกลุ่ม มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงาน มีการทำบัญชี ทำให้ทราบทุนในการดำเนินงาน สมาชิกให้ความร่วมมือในการทำงานดีมาก แรงงานจึงเพียงพอและต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างจึงมีรายได้สม่ำเสมอ ด้านกรรมวิธีการผลิต กลุ่มตัวอย่างใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้ได้วัตถุดิบมีคุณภาพ สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม เครื่องมือและอุปกรณ์สะอาดถูกสุขลักษณะ การแต่งกายรัดกุม ผู้ผลิตใส่หมวก หน้ากาก ถุงมือ และผ้ากันเปื้อน ผลิตภัณฑ์เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากที่สวยงาม ทันสมัยและหุ้มพลาสติกทุกผลิตภัณฑ์ ประกอบกับผู้นำกลุ่มความชำนาญในการจัดจำหน่าย หาสถานที่การจัดจำหน่าย และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้น้ำพริกของกลุ่มเป็นที่สนใจของลูกค้า (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มชมรมพัฒนาวังไก่อ่เถื่อน

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓		✓		3	สูง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{X}	ระดับ
3. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบใน ห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓		✓		3	สูง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓		✓		3	สูง
รวม					3.00	สูง

กลุ่มน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำน้ำพริกขายตลาดนัดใกล้กับกลุ่มผู้ผลิต สมาชิกให้ความร่วมมือดี กระบวนการผลิตมีศักยภาพปานกลาง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอต่อความต้องการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพสูงเพียงพอสามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพปานกลาง สมาชิกมักจะนั่งทำน้ำพริกได้ตั้งแต่ต้นไม้ไม่ทำในอาคาร จึงปนเปื้อนฝุ่นได้ง่าย ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพปานกลาง มีกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากยังเน้นการคัดใส่ถุงพลาสติกซึ่งขายรายวัน และผลิตน้ำพริกกันวันต่อวัน ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพปานกลางในการจัดจำหน่ายเน้นขายในตลาดนัดและขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ยังเป็นสถานที่เดิม ๆ ในกลุ่มหมู่บ้านและตลาดนัด (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{X}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓	✓		✓	2	ปานกลาง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
รวม					2.76	สูง

น้ำพริกเผตราแม่่นกแก้ว ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ

มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำน้ำพริกขายตลาดนัด ใกล้กับกลุ่มผู้ผลิต สมาชิกให้ความร่วมมือปานกลาง กรรมวิธีการผลิตมีศักยภาพสูง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอกับความต้องการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพสูง เพียงพอ สะอาด เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการใช้เตาถ่านในการเตรียมวัตถุดิบ สามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพต่ำ ยังไม่มีอาคารของกลุ่ม สมาชิกมักจะใช้บ้านของผู้นำกลุ่มเป็นสถานที่ผลิต ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพปานกลาง มีกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและยา การรับรองคุณภาพ บรรลุเกณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากมีศักยภาพปานกลาง น้ำมันจากน้ำพริกยังซึมออกมาจากกระปุกได้ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย สมาชิกนำสินค้าไปลงโฆษณาในเว็บไซต์และขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์สมาชิกมีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตพอสมควร (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					X	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓				2	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม		✓		✓	1	ต่ำ
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลิตภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{x}	ระดับ
4. ผลិតภัณฑ์						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบ ในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับ เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
5. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และ ฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่การจำหน่าย	✓	✓	✓		2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓		✓		3	สูง
รวม					2.71	สูง

กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง ในภาพรวมมีศักยภาพสูง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่มมีศักยภาพสูง โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ มีการทำบัญชี มีทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม รายได้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำน้ำพริกขายตลาดนัดใกล้กับกลุ่มผู้ผลิต สมาชิกให้ความร่วมมือดี มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอโดยการมารวมตัวกันและช่วยกันทำงาน กระบวนการผลิตมีศักยภาพสูง เนื่องจากทรัพยากรการผลิตมีเพียงพอกับความ ต้องการ สมาชิกปลูกพืชสมุนไพรบางอย่างมาขายให้กับกลุ่ม ทำให้ลดต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีศักยภาพสูงเพียงพอ สามารถผลิตน้ำพริกเพียงพอกับความ ต้องการของผู้บริโภค สถานที่และสภาพแวดล้อมมีศักยภาพสูง มีอาคารการทำงานของกลุ่ม ด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีศักยภาพปานกลาง มีกระบวนการตรวจสอบและรับรองจากองค์การอาหารและ ยา การรับรองคุณภาพ บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากมีศักยภาพสูง กระบวนการขึ้นด้วย พลาสติกป้องกัน ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพสูงในการจัดจำหน่าย

มีป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ในการออกร้านในงานประจำจังหวัด และมักจะออกร้านในงานต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มอีกด้วย (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพโดยวิเคราะห์ SWOT กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง

ประเด็นพิจารณา	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	ศักยภาพ	
					\bar{X}	ระดับ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการ						
-การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	✓		✓		3	สูง
-การทำบัญชี	✓		✓		3	สูง
-ทุนในการดำเนินงาน	✓		✓		3	สูง
-รายได้สม่ำเสมอ	✓		✓		3	สูง
-สมาชิกให้ความร่วมมือดี	✓		✓		3	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต						
-วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓		✓		3	สูง
-เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	✓		✓		3	สูง
-คุณภาพวัตถุดิบ	✓		✓		3	สูง
-สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	✓		✓		3	สูง
-แรงงาน	✓		✓		3	สูง
3. ผลผลิต						
-ปริมาณการผลิต	✓		✓		3	สูง
-การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน	✓		✓		3	สูง
ผลิตภัณฑ์						
-คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
4. การตลาด						
-บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก	✓		✓		3	สูง
-ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	✓		✓		3	สูง
-สถานที่จำหน่าย	✓	✓	✓	✓	2	ปานกลาง
-มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	✓		✓		3	สูง
รวม					2.88	สูง

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชน กรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชน ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตภาคกลางตอนบน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ควบคู่ไปกับข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นแกนหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในกลุ่มผู้ที่ประกอบอาชีพผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคกลางจำนวน 60 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากกลุ่มที่ได้รับคัดเลือกผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 4-5 ดาว และระดับ 3 ดาว ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนบน 8 จังหวัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป และกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตได้มากที่สุด นำมาวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยการใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ วิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT และตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ได้จากการผลิตภายในกลุ่มตัวอย่าง ชนิดละ 3 ตัวอย่าง รวม 30 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์คุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และจุลินทรีย์ วิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ในห้องปฏิบัติการ โดยใช้การเปรียบเทียบคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และจุลินทรีย์ กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยตัวอย่างน้ำพริกเน้นเฉพาะที่มีลักษณะเป็นน้ำพริกปั่นแห้ง และน้ำพริกกึ่งเปียกของแต่ละกลุ่ม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกกลุ่มแม่บ้านในระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 50 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 43 ปี ซึ่งมีอายุน้อยที่สุด คือ 15 ปี และอายุมากที่สุด คือ 67 ปี โดยสมาชิกกลุ่มแม่บ้านในระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว ส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป. 4 - ป. 6) อาชีพหลักของกลุ่มตัวอย่างในระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกร รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนอาชีพค้าขาย แม่บ้าน และ อาชีพอื่น ๆ อยู่ในสัดส่วนรองลงมา โดยรายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์

น้ำพริกสำเร็จรูปต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างในระดับ 3 ดาว ส่วนใหญ่ มีรายได้ 1,000 - 3,000 บาท ซึ่งในระดับ 4-5 ดาว มีรายได้ระหว่าง 3,001 - 6,000 บาท โดยเฉลี่ยแล้ว รายได้ของกลุ่มตัวอย่างจากการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปต่อเดือน คือ 24,770 บาท รายได้น้อยที่สุดคือ 1,000 บาท และรายได้มากที่สุด คือ 500,00 บาท กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นสมาชิกกลุ่มเป็นระยะเวลา มากกว่า 4 ปีขึ้นไป เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างทั้งระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มมากที่สุด คือ อยากรายได้ ตำแหน่งหน้าที่ภายในกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะเป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 6-15 คน และมีจำนวนสมาชิกมากที่สุดคือ 60 คน และน้อยที่สุดคือ 6 คน แหล่งเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มตัวอย่างในระดับ 3 ดาว ส่วนใหญ่ ระดมเงินทุนหมุนเวียนจากสมาชิกในการใช้เป็นแหล่งเงินทุนของกลุ่ม ซึ่งในระดับ 4-5 ดาว มีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากตนเอง ครอบครัว และ จากการระดมเงินทุนจากสมาชิก

ข้อมูลศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลาง

ด้านความรู้ในการผลิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.0) ได้รับการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก โดยแหล่งเรียนรู้หลักคือครอบครัว (ร้อยละ 90.0) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจชุมชน (ร้อยละ 55.0) กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน (ร้อยละ 26.7) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทุกกลุ่มเห็นว่า การเรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพิ่มเติมมีประโยชน์ต่อกลุ่มและตัวผู้ผลิตเอง และส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริก โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์หลากหลายมากกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบด้านความรู้ในการผลิตของกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และระดับ 3 ดาว พบว่า กลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีแหล่งเรียนรู้หลากหลายแหล่งมากกว่าระดับ 3 ดาว โดยแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญคือ จากเจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจชุมชน (ร้อยละ 90.0) รองลงมาคือ ครอบครัว (ร้อยละ 80.0) กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน (ร้อยละ 33.3) และอื่น ๆ (ร้อยละ 23.3) เมื่อพิจารณากลุ่มระดับ 3 ดาว พบว่าแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญคือครอบครัว จึงมีการเรียนรู้ที่น้อยกว่า

ด้านการผลิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.3) ตัดสินใจที่จะผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเนื่องจากวัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น รองลงมาเนื่องจากน้ำพริกเป็นเครื่องจิ้มที่คนไทยคุ้นเคย และเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชน นอกจากนี้ยังได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่พร้อมกับได้รับการฝึกอบรม จึงได้รวมกลุ่มกันผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปและพัฒนาจนทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมด ได้รับรางวัลจากการประกวดหรือได้รับมาตรฐานการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมดได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา (อย.) รองลงมาได้รับรางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) จำนวน 5 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่ม 4-5 ดาว 3 กลุ่ม และกลุ่ม 3 ดาว 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.0 ซึ่งเท่ากับรางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ส่วนรางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว มีจำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.0 รางวัลสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.0 และได้รับมาตรฐานสินค้ามาตรฐานสหกรณ์ (Q) มีจำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 10.0

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ มีสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตในแต่ละกลุ่มโดยเฉลี่ยจำนวน 22 คน โดยกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกในการผลิตสัดส่วนที่มากที่สุดคือระหว่าง 1-15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 กลุ่มที่มีสมาชิกในการผลิตมากที่สุดคือ 60 คน และน้อยที่สุดคือ 4 คน โดยที่กลุ่ม 4-5 ดาว มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตระหว่าง 1-15 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ในสัดส่วนที่เท่ากัน แต่กลุ่ม 3 ดาว มีจำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตระหว่าง 16-30 คน โดยที่กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.0) ใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น เมื่อพิจารณาจากกลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว ใช้วัตถุดิบจากในท้องถิ่นและนอกท้องถิ่น โดยที่วัตถุดิบที่ต้องรับจากนอกพื้นที่จังหวัดคือภาชนะบรรจุ คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาเป็นพืชผักสมุนไพร เครื่องปรุงรส และเนื้อสัตว์ โดยที่ กลุ่ม 4-5 ดาว จะรับภาชนะบรรจุและพืชผักสมุนไพรจากนอกพื้นที่จังหวัด (ร้อยละ 80.0) รองลงมาคือเครื่องปรุงรส และเนื้อสัตว์ (ร้อยละ 20.0) ซึ่งต่างจากกลุ่ม 3 ดาว โดยที่กลุ่มไม่ต้องรับเนื้อสัตว์จากนอกพื้นที่จังหวัด

การจัดการวัตถุดิบ

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทั้งหมด มีระบบการจัดการวัตถุดิบโดยการคัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำพริก มีการกำจัดของเสียหรือวัตถุดิบที่เสียหายจากการผลิต หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานโดยการทิ้ง (ร้อยละ 80.0) มีเพียงร้อยละ 10.0 ที่นำไปแจกให้สมาชิกและขายในราคาถูกกว่าปกติ โดยเฉพาะในกลุ่มระดับ 3 ดาว กลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีความเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า

ความต่อเนื่องในการผลิต

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีการผลิตในปริมาณที่น้อยกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว โดยผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 40.0) เป็นการผลิตปริมาณมาก และบางกลุ่มจะผลิตตามคำสั่งของลูกค้า ต่างจากกลุ่มระดับ 3 ดาว มีการผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปทุกวันในจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 60.0) และผลิตสินค้าปริมาณไม่มากนัก เพื่อทยอยการจัดจำหน่าย และไม่ให้เกิดการเน่าเสีย

ปัญหาในการผลิต

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในการผลิต ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต วัตถุดิบ แรงงาน และความรู้ในการผลิต ตามลำดับ โดยกลุ่มผู้ผลิตแต่ละระดับมีปัญหาที่มีลำดับความสำคัญแตกต่างกัน คือ กลุ่ม 4-5 ดาว ให้ความสำคัญในด้านเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตมากที่สุด (ร้อยละ 80.0) รองลงมา คือ แรงงานและวัตถุดิบ ตามลำดับ กลุ่มระดับ 3 ดาว เห็นว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในการผลิตมากที่สุดคือ วัตถุดิบ (ร้อยละ 60.0) รองลงมาคือ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิต แรงงาน และความรู้ ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีขนาดใหญ่ ปริมาณการผลิตสูง จึงให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตมากกว่า

จากการที่กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยได้รับการอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกมาแล้ว เมื่อถามถึงจุดเด่นของกลุ่ม ทางกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว มั่นใจว่า

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของตนเองมีคุณภาพทั้งในด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส สี ฯลฯ รองลงมา มีจุดเด่นในเรื่องวัตถุดิบในการผลิต บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาที่เหมาะสม วิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน และผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 90.0, 61.7, 40.0, 21.6 20.0 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีการตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าทุกขั้นตอนและทุกเวลาที่มีการผลิต และในกลุ่มระดับ 3 ดาว สุ่มตรวจเป็นบางขั้นตอน บางเวลาระหว่างที่ทำการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม 4-5 ดาว จึงได้มาตรฐานกว่า

ด้านบรรจุภัณฑ์/การพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปมีการใช้บรรจุภัณฑ์ในการบรรจุน้ำพริก 3 รูปแบบ คือ กระจุกพลาสติก กระจุกแก้ว และถุงพลาสติก พบว่า จะใช้บรรจุภัณฑ์ในการบรรจุน้ำพริกในรูปของกระจุกพลาสติก (ร้อยละ 100.0) กระจุกแก้ว (ร้อยละ 90.0) และถุงพลาสติก (ร้อยละ 80.0) เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่าง กลุ่มระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว พบว่า กลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีการใช้กระจุกพลาสติกและกระจุกแก้ว มากกว่าการใช้ถุงพลาสติก ส่วนกลุ่มระดับ 3 ดาว มีการใช้กระจุกพลาสติกและถุงพลาสติก มากกว่าการใช้กระจุกแก้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปทุกกลุ่ม (ร้อยละ 100.0) มีการติดฉลากสินค้าทุกผลิตภัณฑ์ โดยรายละเอียดบนฉลากของแต่ละผลิตภัณฑ์ของทุกกลุ่มจะมีชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ผลิต เครื่องหมายการค้า ปริมาณน้ำหนักรวม วันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ ชื่อนำเข้าในการบริโภค ส่วนชนิดและปริมาณวัตถุเจือปน ระบุน้อยกว่าข้อมูลอื่น เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับพบว่า กลุ่มระดับ 4-5 ดาว จะระบุรายละเอียดบนฉลากของแต่ละผลิตภัณฑ์สมบูรณ์กว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างในระดับ 4-5 ดาว ยังมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นของขวัญของฝากที่มีกล่องบรรจุสวยงามอีกด้วย

ด้านการตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำพริกสำเร็จรูปจากกลุ่มผู้ผลิตมีดังนี้ คือ ผู้ค้าปลีก รองลงมา ได้แก่ การจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ในศูนย์จำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง และแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความแตกต่างของช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และ กลุ่ม 3 ดาว พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว ทุกกลุ่ม มีการวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ในศูนย์จำหน่ายสินค้าหรือร้านค้าของกลุ่ม ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์

มาร์เก็ต และผู้ค้าส่ง มากกว่าระดับ 3 ดาว ส่วนกลุ่ม 3 ดาว จะวางจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีก และ ศูนย์จำหน่ายหรือร้านค้าของอำเภอมากกว่า นอกจากนี้ กลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีแหล่งจำหน่าย นอกพื้นที่ คือในระดับอำเภอ จังหวัด ต่างจังหวัด และต่างประเทศมากกว่า ส่วนกลุ่ม 3 ดาว มี แหล่งจำหน่ายในหมู่บ้านและตำบล นอกจากนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม 4-5 ดาว มีการ จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคและผู้ค้าส่งมากกว่าผู้ค้าปลีก ส่วนระดับ 3 ดาว มีการจำหน่ายให้กับ ผู้บริโภคและผู้ค้าปลีก มากกว่าผู้ค้าส่ง ส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม พบว่า ทุกกลุ่มมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม โดยมีรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต (Internet) และเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากที่สุด (ร้อยละ 100.0) รองลงมา คือ การแจกใบปลิวหรือแผ่นพับ ป้ายโฆษณาและวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 60.0, 50.0 และ 30.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกระดับ 4-5 ดาว ส่วนใหญ่มีการดำเนิน กิจกรรมโฆษณาในลักษณะทำนองเดียวกับกลุ่ม 3 ดาว เพียงแต่ในการโฆษณาโดยการจัดทำป้าย โฆษณาและทางวิทยุกระจายเสียงมีจำนวนมากว่ากลุ่ม 3 ดาว

ความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.0) ได้รับการ สนับสนุนจากชุมชนในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า รองลงมาเป็นเรื่องการอบรมให้ ความรู้ (ร้อยละ 50.0) และเงินทุน (ร้อยละ 40.0) โดยกลุ่ม 3 ดาว จะได้รับการสนับสนุนใน ด้านการอบรมให้ความรู้ เงินทุน เทคโนโลยีการผลิต มากกว่ากลุ่มระดับ 4-5 ดาว ส่วนการ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า การตรวจสอบคุณภาพ และรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มระดับ 4-5 ดาว มีการระบุนความช่วยเหลือจาก ภาครัฐในด้านต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน ได้แก่ สถานที่ จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า รองลงมาได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนที่ใช้ในการผลิต ด้านการ ประชาสัมพันธ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการจذبอบรมให้ความรู้ ด้านการรับรองคุณภาพ และด้านอื่น ๆ ตามลำดับ เมื่อพิจารณากลุ่มทั้ง 2 ระดับ พบว่า กลุ่ม 4-5 ดาว และ กลุ่ม 3 ดาว ได้รับ การสนับสนุนจากภาคเอกชนในด้านสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ 60.0 ตามลำดับ ส่วนในด้านอื่น ๆ กลุ่มระดับ 4-5 ดาว ระบุได้รับการสนับสนุน มากกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว

กรรมวิธีในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชนในภาคกลาง

จากการศึกษาขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม พบว่า มีขั้นตอนหลักในการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วยประกอบด้วย 1) การคัดเลือกและทำความสะอาดวัตถุดิบที่ไม่เน่าเสีย การล้างทำความสะอาด การตากแดด 2) การเตรียมวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต ได้แก่ การบด การทอด การคั่ว การอบ การชั่งน้ำหนัก 3) การปรุง แยกต่างหากตามชนิดของวัตถุดิบและชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิต รวมทั้งการผสมเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่ม ได้แก่ การผสม การผัด การอบ ส่วนที่แยกต่างหากระหว่างกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว คือ กลุ่มตัวอย่างระดับ 4-5 ดาว มีกำลังการผลิตขนาดใหญ่และจำนวนสมาชิกมาก มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัยกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว ทำให้ระยะเวลาในการผลิตสั้นลง และผลิตน้ำพริกได้ในปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ในแต่ละครั้ง

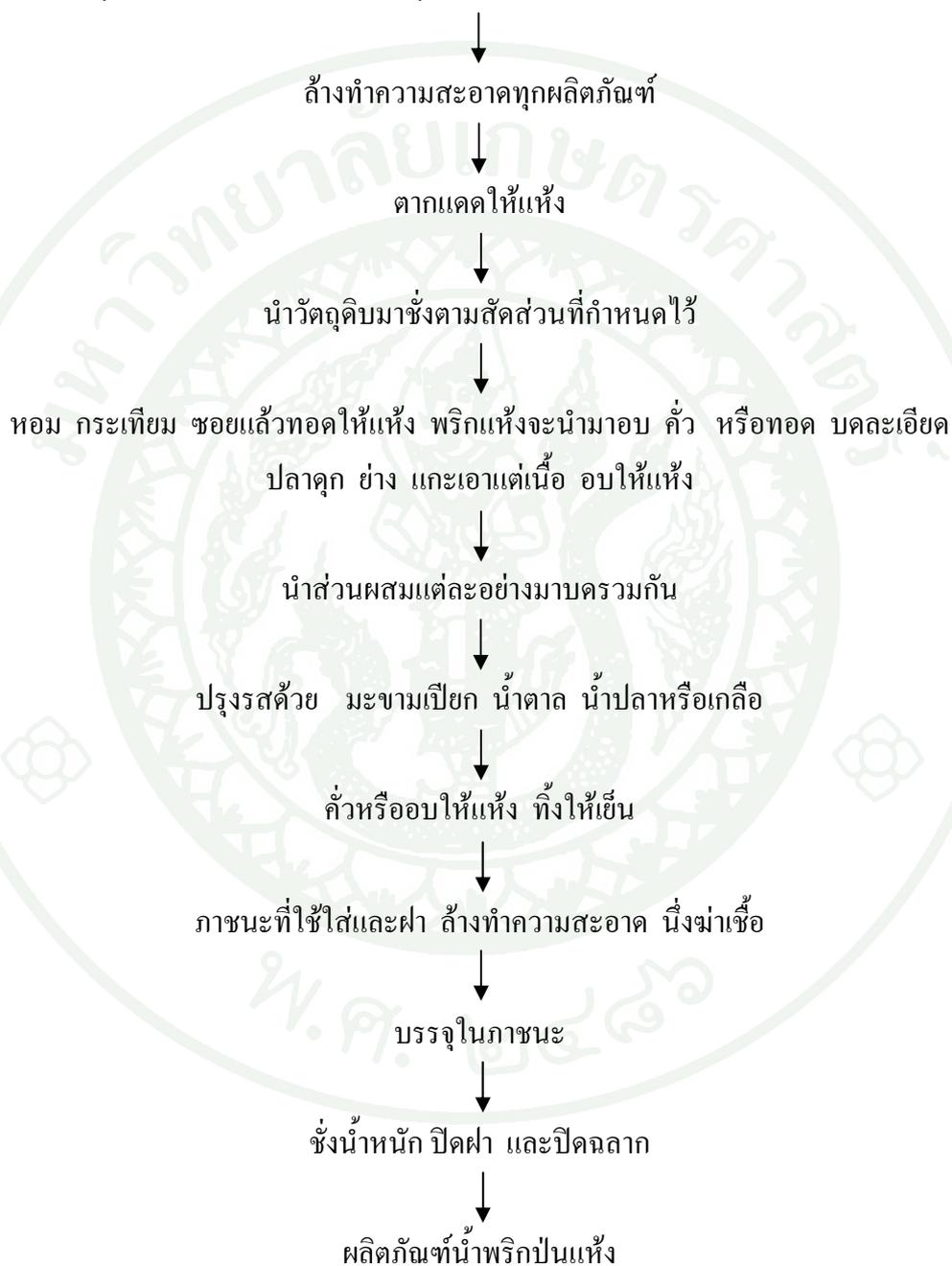
จากการศึกษากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 กลุ่ม จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ พบว่า สามารถแบ่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทน้ำพริกปั่นแห้ง และประเภทน้ำพริกเผา ซึ่งมีลักษณะกึ่งเปียก โดยแต่ละประเภทมีกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก ดังนี้

1. ประเภทน้ำพริกปั่นแห้ง มี 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว) น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ (4 ดาว) กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรบ (4 ดาว) กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไทย (3 ดาว) และ กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม (3 ดาว)
2. ประเภทน้ำพริกเผา มี 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว) กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่อ๊ะ (4 ดาว) กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) น้ำพริกเผาตราแม่เหล็ก (3 ดาว) และ กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว)

ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกปั่นแห้ง ในส่วนของวัตถุดิบ มีการคัดเลือกวัตถุดิบและล้างทำความสะอาดทุกผลิตภัณฑ์ เมื่อล้างแล้วก็นำมาตากแดดให้แห้ง แล้วจึงนำวัตถุดิบมาชั่งตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะนำวัตถุดิบ ได้แก่ หอม กระเทียม ซอย แล้วนำมาคั่วหรือทอดให้แห้ง พริกแห้งจะนำมาอบ คั่ว และทอดให้แห้ง

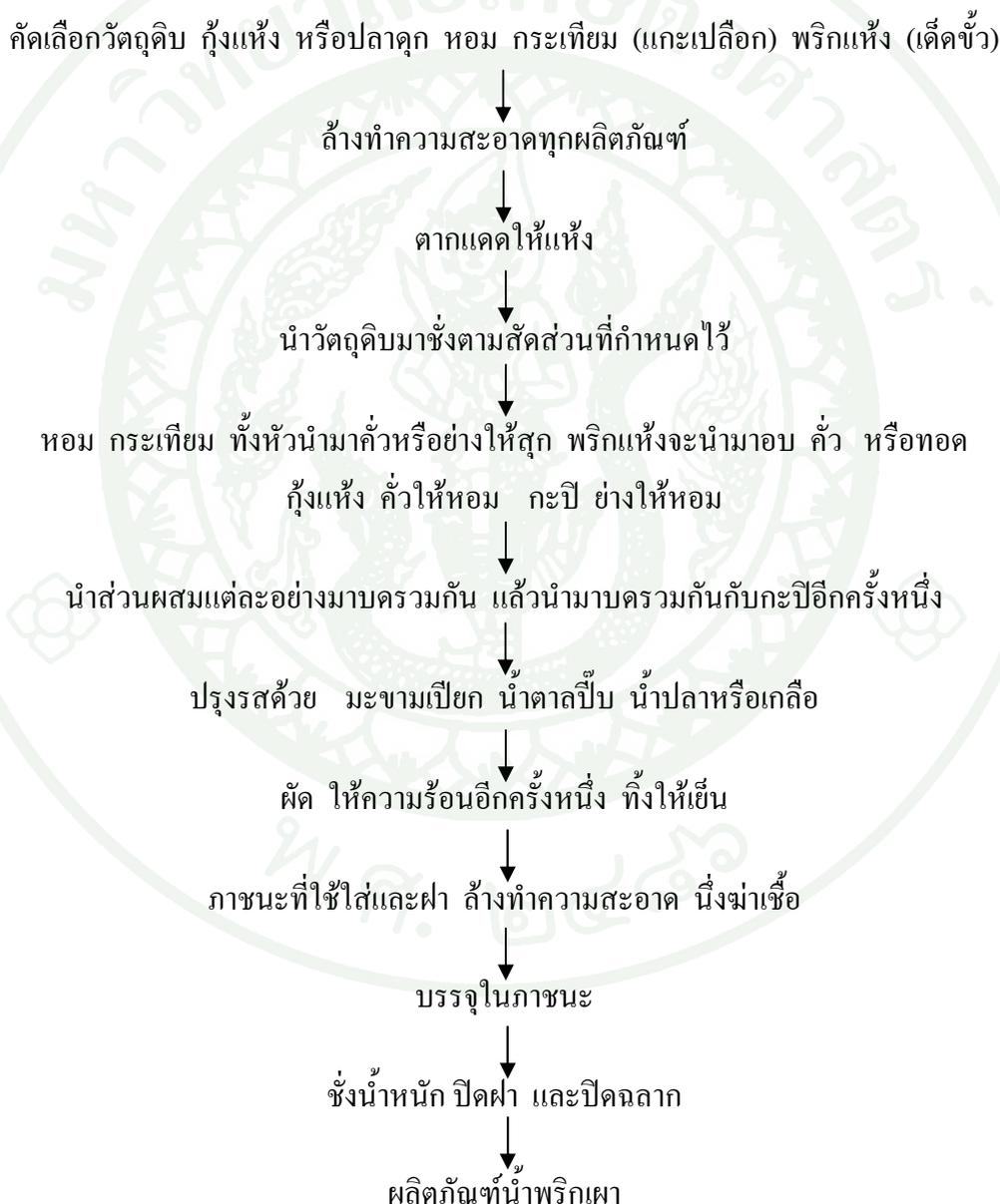
นำมาบดแยกกันแล้วจึงนำมาผสมรวมกันอีกครั้ง ปรงรสด้วยเกลือหรือน้ำปลา มะขามเปียก นำมา
 คั่วหรืออบ ให้แห้งอีกครั้ง ทิ้งให้เย็น บรรจุในภาชนะ ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา และปิดฉลาก (ภาพที่ 46)

คัดเลือกวัตถุดิบ ปลาช่อนทะเลหรือปลาดุก หอม กระเทียม (แกะเปลือก) พริกแห้ง (เด็ดขั้ว)



ภาพที่ 46 ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกป่นแห้ง

ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกเผา ในส่วนของวัตถุดิบ จะเหมือนกับน้ำพริกป่นแห้ง คือ มีการคัดเลือกวัตถุดิบและล้างทำความสะอาดทุกผลิตภัณฑ์ นำมาตากแดดให้แห้ง นำวัตถุดิบมาชั่งตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะนำวัตถุดิบ ได้แก่ หอม กระเทียม ทั้งห้วนมาคั่วให้สุก พริกแห้งจะนำมาอบ คั่ว และทอด นำส่วนผสมมาบดรวมกัน ปรุงรส นำมาผัดให้ความร้อนอีกครั้งหนึ่ง ทิ้งให้เย็น บรรจุในภาชนะ ชั่งน้ำหนัก ปิดฝา และปิดฉลาก (ภาพที่ 47)



ภาพที่ 49 ขั้นตอนการผลิตน้ำพริกเผา

คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของชุมชนในภาคกลาง

การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในห้องปฏิบัติการในด้าน คุณภาพทางเคมี (วอเตอร์แอคทีวิตี ปริมาณความชื้น เกลือ กรดเบนโซอิก และกรดซอร์บิก) และคุณภาพทางจุลินทรีย์ (จำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด) พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกปั่นแห้ง ของกลุ่มระดับ 4-5 ดาว และ 3 ดาว ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานชุมชนครบทุกด้านทั้งหมด คุณภาพที่ไม่ผ่านมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพทางกายภาพของค่า A_w (0.639-0.864) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานปริมาณความชื้น จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ (20.22-27.99%) และไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ($9.9 \times 10^4 - 4.5 \times 10^6$) ซึ่งทั้งสามค่านี้มีความสัมพันธ์กัน อาหารที่มีความชื้นสูง ทำให้ค่า A_w สูงด้วย และมีผลทำให้จุลินทรีย์เจริญเติบโตได้ดี และเป็นที่น่าสังเกตว่าผลิตภัณฑ์น้ำพริกประเภทปั่นแห้งของระดับ 3 ดาว มีปริมาณความชื้นได้ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในขณะที่กลุ่ม 4-5 ดาว ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานความชื้น (ตารางที่ 24)

สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกเผา พบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 4-5 ดาว จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งกำหนดมาตรฐานสำหรับกรดเบนโซอิก กรดซอร์บิก และจำนวนจุลินทรีย์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 3 ดาว จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน 1 ผลิตภัณฑ์ อีก 2 ผลิตภัณฑ์ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (ร้อยละ 66.67) ด้านจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ($4.6 \times 10^4 - 1.2 \times 10^6$) ด้วยลักษณะของน้ำพริกเผา ทำให้มีค่า A_w และปริมาณความชื้นค่อนข้างสูง แต่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้กำหนดมาตรฐานไว้ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 24 สรุปคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และด้านจุลินทรีย์ ของน้ำพริกสำเร็จรูปประเภท น้ำพริกป่นแห้ง

น้ำพริกสำเร็จรูป ประเภทน้ำพริกป่นแห้ง ชื่อกลุ่ม / ผลิตภัณฑ์	คุณภาพทางเคมี					คุณภาพ ด้าน จุลินทรีย์
	A _w	ปริมาณ	ปริมาณ	กรดเบน	กรด	จุลินทรีย์ ทั้งหมด (CFU/g)
		ความชื้น (%)	เกลือ (%)	โซอิก (mg/kg)	ซอร์บิก (mg/kg)	
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต (5 ดาว) น้ำพริกปลาอย่าง	0.639 (×)	20.22 (×)	2.54 (-)	0 (✓)	329.41 (✓)	4.5 × 10 ³ (✓)
กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหาร บ้านหอรวง (4 ดาว) น้ำพริกนรกปลาอย่าง น้ำพริกแม่ศรีรัตน์	0.757 (×)	20.80 (×)	2.61 (-)	44.88 (✓)	358.41 (✓)	9.9 × 10 ⁴ (×)
(4 ดาว) น้ำพริกหมู 4 รส	0.864 (×)	27.99 (×)	1.91 (-)	0 (✓)	0 (✓)	4.5 × 10 ⁶ (×)
กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคู่วัวไท (3 ดาว) น้ำพริกตาแดง	0.684 (×)	13.44 (✓)	2.56 (-)	138.00 (✓)	234.45 (✓)	5.0 × 10 ⁵ (×)
กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม (3 ดาว) น้ำพริกนรกปลาอย่าง	0.713 (×)	16.19 (✓)	2.58 (-)	0 (✓)	0 (✓)	4.2 × 10 ³ (✓)

หมายเหตุ

- ✓ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ✗ ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้ระบุเกณฑ์

ตารางที่ 25 สรุปคุณภาพทางกายภาพ ทางเคมี และด้านจุลินทรีย์ ของน้ำพริกสำเร็จรูปประเภท น้ำพริกเผา

น้ำพริกสำเร็จรูป ประเภทน้ำพริกเผา ชื่อกลุ่ม / ผลิตภัณฑ์	คุณภาพทางเคมี					คุณภาพ ด้าน จุลินทรีย์
	A _w	ปริมาณ	ปริมาณ	กรดเบน	กรด	จุลินทรีย์ ทั้งหมด (CFU/g)
		ความชื้น (%)	เกลือ (%)	โซลิก (mg/kg)	ซอร์บิก (mg/kg)	
กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง (5 ดาว) น้ำพริกนรกปลาข้าง	0.775 (-)	14.09 (-)	1.58 (-)	66.99 (✓)	0 (✓)	2.0 × 10 ⁶ (✓)
กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่เดือน (4 ดาว) น้ำพริกเผาสูตรโบราณ	0.951 (-)	34.71 (-)	1.08 (-)	4.51 (✓)	0 (✓)	<10 (ไม่พบ) (✓)
กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง (3 ดาว) น้ำพริกเผากุ้ง	0.853 (-)	42.96 (-)	2.81 (-)	563.42 (✓)	0 (✓)	8.4 × 10 ³ (✓)
น้ำพริกเผาตราแม่เหล็กแก้ว (3 ดาว) น้ำพริกแมงดา	0.919 (-)	47.01 (-)	3.63 (-)	743.43 (✓)	0 (✓)	4.6 × 10 ⁴ (✗)
กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง (3 ดาว) น้ำพริกนรกแมงดา	0.715 (-)	20.97 (-)	2.74 (-)	9.91 (✓)	0 (✓)	1.2 × 10 ⁶ (✗)

หมายเหตุ

- ✓ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ✗ ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้ระบุเกณฑ์

ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลางตอนบน

การพิจารณาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลางตอนบนด้วยการวิเคราะห์ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด) ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่ม กระบวนการผลิต

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการตลาด และจัดระดับศักยภาพเป็น 3 ระดับ คือ สูง กลาง และต่ำ พบว่า ศักยภาพโดยรวมของทุกกลุ่มทั้งประเภทกลุ่มที่ผลิตน้ำพริกประเภทน้ำพริกป่นแห้งและน้ำพริกเผา มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง (ค่าคะแนน 2.59 – 3.00) และรวมทั้งในประเด็นย่อยทั้ง 4 ด้าน และไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มระดับ 4–5 ดาว และกลุ่ม 3 ดาว หากพิจารณาค่าคะแนน จะพบว่าศักยภาพในด้าน โครงสร้างและการบริหารงานกลุ่มได้คะแนนศักยภาพสูง (คะแนนศักยภาพรวม 2.92) แสดงให้เห็นว่าความเข้มแข็งของกลุ่ม อันดับคะแนนรองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (คะแนนศักยภาพรวม 2.76) กรรมวิธีการผลิต (คะแนนศักยภาพรวม 2.72) และด้านการตลาด (คะแนนศักยภาพรวม 2.71) ดังในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 สรุปศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปของกลุ่มชุมชนในภาคกลางตอนบน

ระดับดาว	กลุ่มผู้ประกอบการ	ศักยภาพในด้านต่าง ๆ				ศักยภาพรวม
		โครงสร้างและการบริหารงาน	กรรมวิธีการผลิต	ผลิตภัณฑ์	การตลาด	
ประเภทน้ำพริกป่นแห้ง						
5	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองรังสิต จ.ปทุมธานี (น้ำพริกปลาอย่าง)	3.00	2.80	2.67	3.00	2.88 สูง
4	กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอระฆัง จ.ชัยนาท (น้ำพริกนรกปลาอย่าง)	3.00	3.00	2.67	2.50	2.82 สูง
4	น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ จ.ลพบุรี (น้ำพริกหมู 4 รส)	2.80	2.60	2.67	2.50	2.65 สูง
	เฉลี่ย	2.93	2.80	2.67	2.67	2.78 สูง
3	กลุ่มอาชีพสหกรณ์น้ำพริกคูครัวไท จ.ปทุมธานี (น้ำพริกตาแดง)	3.00	2.80	2.67	3.00	2.88 สูง
3	กลุ่มแม่บ้านคลองคาราม จ.ชัยนาท (น้ำพริกนรกปลาอย่าง)	2.80	2.40	3.00	2.50	2.65 สูง
	เฉลี่ย	2.90	2.60	2.84	2.75	2.76 สูง

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ระดับ ดาว	กลุ่มผู้ประกอบการ	ศักยภาพในด้านต่าง ๆ				
		โครงสร้าง และการ บริหารงาน	กรรมวิธี การผลิต	ผลิต ภัณฑ์	การ ตลาด	ศักยภาพ รวม
ประเภทน้ำพริกเผา						
5	กลุ่มแม่บ้านน้ำพริกน้ำผึ้ง จ.ชัยนาท (น้ำพริกนรกปลาช่อน)	2.80	2.40	2.67	2.50	2.59 สูง
4	กลุ่มชมรมพัฒนาวิงไก่เดือน จ.ชัยนาท (น้ำพริกเผาสูตรโบราณ)	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00 สูง
	เฉลี่ย	2.90	2.70	2.84	2.75	2.80 สูง
3	กลุ่มอาชีพทำน้ำพริกบ้านบางท่าช้าง จ.ชัยนาท (น้ำพริกเผากุ้ง)	3.00	2.80	2.67	2.50	2.76 สูง
3	น้ำพริกเผาตราแม่่นกแก้ว จ.ชัยนาท (น้ำพริกแมงดา)	2.80	2.60	2.67	2.75	2.71 สูง
3	กลุ่มสตรีน้ำพริกตราหอมทอง จ.ลพบุรี (น้ำพริกนรกแมงดา)	3.00	3.00	2.67	2.75	2.88 สูง
	เฉลี่ย	2.93	2.80	2.67	2.67	2.78 สูง
	เฉลี่ยรวม	2.92	2.72	2.76	2.71	2.78 สูง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบสิ่งที่แตกต่างกัน คือ กลุ่ม 4-5 ดาว มีแหล่งการเรียนรู้ประเภทของแหล่งวัตถุดิบ ปริมาณการผลิตแต่ละครั้ง การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน และช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่ากลุ่มระดับ 3 ดาว

ข้อเสนอแนะ

1. ผลិតภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปจัดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พัฒนามาจากวัฒนธรรมการบริโภคของคนไทยที่ควรมีการส่งเสริม เผยแพร่ และการอนุรักษ์เพื่อเป็นองค์ความรู้สำหรับคนรุ่นหลัง
2. จากการศึกษาพบว่า มีผลិតภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปบางผลิตภัณฑ์ ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะค่า A_w ปริมาณความชื้น และจำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ซึ่งคุณภาพทั้ง 3 นี้มีความสัมพันธ์กัน และมีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพการเก็บรักษา และความปลอดภัยในการบริโภค จึงควรมีการเข้าไปแนะนำการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
3. การผลิตบางกลุ่มพบว่ามี การนึ่งผลิตที่พื้นห้อง และไม่ใช้ถุงมือในการสัมผัสอาหารที่พร้อมบริโภค จึงควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้ในการผลิตอาหารที่ถูกสุขลักษณะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้ซื้อสินค้าตามโครงการฯ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาสินค้าต่อไป
2. ควรศึกษาวิจัยคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทน้ำพริกเพื่อกำหนดมาตรฐานน้ำพริกสำเร็จรูป ให้มีความสมบูรณ์ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค
3. ควรมีการศึกษาวิจัยกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดี (Good Manufacturing Practice) ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน เพื่อแนะนำกรรมวิธีการผลิต เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และยกระดับมาตรฐานการผลิต

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กล้าณรงค์ ศรีรอด. 2521. **เกลือ: คุณสมบัติและการใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

กวี วรรกวิน. 2547. **แผนที่ความรู้ท้องถิ่นไทยภาคกลาง**. บริษัทพัฒนาคุณภาพวิชาการ, กรุงเทพฯ.

กรมการพัฒนาชุมชน. 2547ก. **แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**.

โรงพิมพ์ยูไนเต็ด โปรดักชั่น, กรุงเทพฯ.

_____. 2547ข. **คู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.**

2547. กรมการพัฒนาชุมชน, กรุงเทพฯ.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2544. **เอกสารดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร**. กรมส่งเสริมการเกษตร, กรุงเทพฯ. (อัครสำเนา)

คึกฤทธิ์ ปราโมช. 2535. **น้ำพริก**. สยามรัฐ, กรุงเทพฯ.

จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง. 2546. **การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. 2545. **ช่องทางการตลาดและพัฒนาสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ผู้ธุรกิจ SMEs**. บริษัท เอช. เอ็น. กรุ๊ป, กรุงเทพฯ.

ทิชากร ชั่งใจ. 2546. **ศักยภาพของการประกอบอาชีพในชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มแม่บ้านสภาวัฒนธรรมตำบลหัวสำโรง อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญเรียง ขจรศิลป์. 2545. **วิธีวิจัยทางการศึกษา**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ปรีดี โชติช่วง. 2539. SWOT ญญแการวิเคราะห์งาน. วารสารพัฒนาชุมชน 35 (6): 14-19.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤกษศาสตร์และสังคมศาสตร์.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

พิทักษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์ 2543. ศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาล : ศึกษากรณีจังหวัดปัตตานี.

ภาคนิพนธ์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พีระพงษ์ เงินงาม. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มานิต มานิตเจริญ. 2519. พจนานุกรมไทย. กรุงเทพมหานครพิมพ์, กรุงเทพฯ.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2545. อักษรานุกรมภูมิศาสตร์ไทย เล่ม 1 ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.

พิมพ์ครั้งที่ 4. ห้างหุ้นส่วนจำกัดอรุณการพิมพ์, กรุงเทพฯ.

_____. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, กรุงเทพฯ.

วัลยา ภูิกัญญา. 2537. สารพืชน้ำพริก. บริษัทไลน์อาร์ทจำกัด, กรุงเทพฯ.

วารภรณ์ จิวชัยศักดิ์. 2542. อาหารการกินในภาคกลาง, น.7379-7387 ใน

สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคกลาง. สยามเพรส แมเนจเม้นท์, กรุงเทพฯ.

สมบัติ คชสิทธิ์, ทรงฤทธิ์ อินแปลง, ฐัญนันท์ ทองคำวิมล จิโรจพันธุ์, วัฒนีย์ บุญวิทยา,

วรรณิภา พานิชกรกุล และสุภณิดา พัฒนธร. 2545. การศึกษาแนวทางการยกระดับ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษาการผลิตน้ำพริกปลาย่างโดยกลุ่มเกษตรกรคลองสองร่วมใจ

อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการณ ในพระบรม

ราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. 2540. **เกร็ดการบริหาร : จัดการงาน จัดการคน**. บัญชีเบงก์, กรุงเทพฯ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ. 2549. **ภาคกลางตอนบน** แหล่งที่มา:

<http://www.eppo.go.th/admin/kpr/tsld012.htm>, 18 มกราคม 2549.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2546. **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกป่นแห้ง**. มพช. 130/2546.

_____. 2546. **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกเผา**. มพช. 4/2546.

อนงค์ศรี พวงเพชร. 2542. เครื่องจิ้ม. **สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคกลาง**. เล่ม 3 (2542): 1068 – 1070.

A.O.A.C. 2000. **Official Method of Analysis**. 17th ed. The Association of Official Analysis Chemist, Artinto, Virginia.

Kerzner, H. 1986. **Project Management: A System Approach to Planning, Scheduling and Controlling**. 3rd ed. Van Nostrand Reinhold, New York.

Royse, D., T.A. Bruce, P.K. Deborah and T.K. Logan. 2001. **Program Evaluation: An Introduction**. 3rd ed. Thompson Publishing Inc, New York.





รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์

1. รองศาสตราจารย์อนุกุล พลศิริ ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพร เลี่ยนสลาย สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
3. คุณวิสากรณ์ สุขยานุกิจฐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร





ที่ ศช 0513.10204/

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์

คณะเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

24 ตุลาคม 2549

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสัมภาษณ์

เรียน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 2. แบบสัมภาษณ์
 3. แบบประเมินแบบสัมภาษณ์

ด้วยนางสาวธิดารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา นิสิตปริญญาโท ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัย ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลาง” ภายใต้การควบคุมของ รศ.ดร.ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ ประธานกรรมการ, รศ.สิริพันธุ์ จุลกรังคะ กรรมการสาขาวิชาเอก และ ผศ.ดร.สุภาพ นัตรารักษ์ กรรมการสาขาวิชารอง

การวิจัยครั้งนี้ คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ประจำตัวนิสิตพิจารณาแล้วเห็นว่าเพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ การใช้เครื่องมือวิจัยที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็น และโดยที่ท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถที่จะให้คำแนะนำและตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นภาควิชา คหกรรมศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือและให้คำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นิสิตด้วย และขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.อบเชย วงศ์ทอง)

หัวหน้าภาควิชาคหกรรมศาสตร์

โทร 02-579-5514

โทรสาร 02-940-6687



ภาคผนวก ค
จดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลประกอบวิทยานิพนธ์



ที่ ศธ 0513.10204/

ภาควิชาคหกรรมศาสตร์

คณะเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4 กันยายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลประกอบวิทยานิพนธ์

เรียน พัฒนาการจังหวัด.....

ด้วยนางสาวธิดารัตน์ ส้อมสุขวัฒนา นิสิตระดับปริญญาโท ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปในเขตภาคกลาง” ภายใต้การควบคุมของ รศ.ดร.ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ ประธานกรรมการ, รศ.ศิริพันธุ์ จุลกรังคะ กรรมการสาขาวิชาเอก และ ผศ.ดร.สุภาพ นัทรารัตน์ กรรมการสาขาวิชาการ

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก กลุ่ม..... โดยนิสิตจะเป็นผู้นำแบบสัมภาษณ์ ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณาแจ้งให้กลุ่มผู้ผลิตทราบและขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ ในการนี้ภาควิชาคหกรรมศาสตร์จึงใคร่ขออนุญาต ให้นางสาวธิดารัตน์ ส้อมสุขวัฒนา ได้เก็บข้อมูล ส่วนในเรื่องของวันและเวลาที่ขอสัมภาษณ์ จะขออนุญาตนัดหมายภายหลัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณท่านในการให้ข้อมูลและช่วยในการประสานงาน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รศ.อบเชย วงศ์ทอง)

หัวหน้าภาควิชาคหกรรมศาสตร์

โทร 02-579-5514

โทรสาร 02-940-6687



ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก

เรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเขตภาคกลาง

วัน/เดือน/ปี.....เวลา.....ผู้เก็บข้อมูล.....
 ชื่อกลุ่ม.....ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์.....
 ชื่อ(นาย/นาง/นางสาว).....นามสกุล.....อายุ.....ปี
 บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....
 จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

- คำชี้แจง** 1. โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง
 2. คำถาม บางข้ออาจถูกกำหนด ให้ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ระดับการศึกษา

1. <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา (ป.4 – ป.6)	2. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น
3. <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4. <input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ปวส.
5. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- ท่านเป็นสมาชิกในกลุ่มเป็นระยะเวลาเท่าใด โดยประมาณ

1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี	2. <input type="checkbox"/> 1-2 ปี	3. <input type="checkbox"/> 2-3 ปี
4. <input type="checkbox"/> 3-4 ปี	5. <input type="checkbox"/> 4-5 ปี	6. <input type="checkbox"/> 5 ปีขึ้นไป
- ท่านเป็นสมาชิกของกลุ่มการผลิตน้ำพริกด้วยสาเหตุใด

1. <input type="checkbox"/> อยากมีรายได้	2. <input type="checkbox"/> เสริมสร้างความสามัคคีกันในหมู่บ้าน
3. <input type="checkbox"/> พัฒนาชุมชนของตนเอง	4. <input type="checkbox"/> พัฒนาตนเองให้มีความรู้
5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
- ท่านดำรงตำแหน่งใดในกลุ่ม

1. <input type="checkbox"/> ประธาน	2. <input type="checkbox"/> รองประธาน	3. <input type="checkbox"/> เลขานุการ
4. <input type="checkbox"/> เภรัญญิก	5. <input type="checkbox"/> สมาชิกกลุ่ม	6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพหลักของท่าน
1. แม่บ้าน
 2. เกษตรกรรม
 3. ค้าขาย
 4. ตัดเย็บเสื้อผ้า
 5. รับจ้างทั่วไป
 6. ช่างเสริมสวย
 7. รับราชการ
 8. ว่างงาน
 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. ปัจจุบันในกลุ่มท่านมีรายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก.....บาทต่อเดือน
7. จำนวนสมาชิกของกลุ่ม
1. น้อยกว่า 10 คน
 2. 10 – 15 คน
 3. 16 – 20 คน
 4. 21 – 25 คน
 5. 26 – 30 คน
 6. 31 คนขึ้นไป
8. ปัจจุบันกลุ่มของท่านใช้เงินทุนหมุนเวียนมาจากแหล่งใด
1. ตัวเอง/ ครอบครัว
 2. ระดมเงินทุนจากสมาชิกกลุ่ม
 3. กู้ยืมจากเงินกองทุนหมู่บ้าน
 4. กู้ยืมจากบุคคลอื่นมิใช่สถาบันการเงิน
 5. กู้ยืมจากสถาบันการเงิน
 6. จากแหล่งอื่น (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน

ด้านความรู้ในการผลิต

9. ท่านเคยได้รับการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกหรือไม่
1. ไม่เคย
 2. เคย จาก.....
10. ท่านเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์น้ำพริกจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ครอบครัว
 2. เพื่อนบ้าน
 3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริม/นักพัฒนาธุรกิจชุมชน
 4. กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกในชุมชน
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
11. ท่านคิดว่าการเรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพิ่มเติมมีประโยชน์กับท่านหรือไม่ อย่างไร
1. มีประโยชน์
 2. ไม่มีประโยชน์
-
-
12. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกหรือไม่
1. มี
 2. ไม่มี

13. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของน้ำพริกชนิดใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้ำพริกป่นแห้ง | 2. <input type="checkbox"/> น้ำพริกเผา |
| 3. <input type="checkbox"/> น้ำพริกกุ้งเสียบ | 4. <input type="checkbox"/> น้ำพริกผัด |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

ข้อมูลด้านการผลิต

14. ผลิตภัณฑ์แรกที่กลุ่มได้ทำ ได้แก่

.....

15. ปัจจุบันกลุ่มของท่านผลิตน้ำพริก..... ชนิด ได้แก่.....

.....

16. กลุ่มได้ทำผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดใดเป็นชนิดแรก และผลิตมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ไດ.....

17. เหตุผลที่กลุ่มของท่านตัดสินใจผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชน | 2. <input type="checkbox"/> วัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น |
| 3. <input type="checkbox"/> เป็นเครื่องจิ้มที่คนไทยคุ้นเคย | 4. <input type="checkbox"/> เห็นตัวอย่างจากกลุ่มอื่น |
| 5. <input type="checkbox"/> สมาชิกทำน้ำพริกได้ร่อย | 6. <input type="checkbox"/> ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ |
| 7. <input type="checkbox"/> ได้รับการฝึกอบรม | 8. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

18. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มของท่านได้รับการยกย่อง หรือได้รับรางวัลจากการประกวด หรือได้รับมาตรฐานการผลิต (เช่น ระดับดาวของสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์, อ.ย., ม.อ.ก., มพช., มกอช. เป็นต้น) หรือไม่

1. ไม่เคยได้รับรางวัลหรือมาตรฐาน

2. ได้รับ ได้แก่

ชื่อผลิตภัณฑ์.....รางวัล/มาตรฐาน..... พ.ศ.

ชื่อผลิตภัณฑ์.....รางวัล/มาตรฐาน..... พ.ศ.

ชื่อผลิตภัณฑ์.....รางวัล/มาตรฐาน..... พ.ศ.

ชื่อผลิตภัณฑ์.....รางวัล/มาตรฐาน..... พ.ศ.

19. จำนวนสมาชิกที่ทำหน้าที่ในการผลิตมีจำนวน.....คน

20. กลุ่มของท่านมีการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งใดในการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริก
1. วัตถุดิบในท้องถิ่น
 2. วัตถุดิบในพื้นที่และนอกพื้นที่
 3. วัตถุดิบจากนอกพื้นที่ทั้งหมด
 4. วัตถุดิบจากต่างประเทศ
21. วัตถุดิบชนิดใดที่ต้องรับจากนอกพื้นที่จังหวัดของท่าน
1. เนื้อสัตว์
 2. เครื่องปรุงรส
 3. พืชผักสมุนไพร
 4. ภาชนะบรรจุ
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
22. กลุ่มของท่านมีระบบการจัดการอย่างไรกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
1. จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ
 2. ไม่จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ
 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
23. กลุ่มของท่านมีการจัดการของเสีย หรือวัตถุดิบที่เสียหายใช้การไม่ได้จากการผลิตอย่างไร
1. ทิ้ง
 2. ขายในราคาถูกกว่าปกติ
 3. แจกเป็นของแถม
 4. แจกให้สมาชิก
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
24. ความต่อเนื่องการผลิต
1. มีการผลิตทุกวัน
 2. ผลิตสัปดาห์ละ 2 ครั้ง
 3. ผลิตสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
 4. ผลิตเดือนละ 2 ครั้ง
 5. ผลิตเดือนละ 1 ครั้ง
 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
25. ปัจจัยการผลิตชนิดใดที่ท่านพบว่ามักทำให้เกิดปัญหาในการผลิต
1. วัตถุดิบ
 2. แรงงาน
 3. ความรู้
 4. เครื่องมือหรืออุปกรณ์
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
26. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของท่านมีจุดเด่นในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. วัตถุดิบ ได้แก่
 2. วิธีการผลิต ได้แก่
 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (รสชาติ กลิ่น เนื้อ สี ฯลฯ) ได้แก่.....
 4. บรรจุภัณฑ์ ได้แก่.....
 5. ราคา ได้แก่.....
 6. มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น
 7. อื่น ๆ ได้แก่

27. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มท่านมีจุดเด่นที่ท่านได้กล่าวมาข้างต้นมากที่สุด ได้แก่.....
28. ปัญหาที่ท่านพบมากที่สุดในเรื่องใด
1. วัตถุดิบ
 2. วิธีการผลิต
 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์
 4. บรรจุภัณฑ์
 5. ราคา
 6. มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวในท้องถิ่น
 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
29. กลุ่มของท่านมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าโดยวิธีใด
1. ตรวจสอบขั้นต้นและทุกเวลาที่มีการผลิต
 2. สุ่มตรวจเป็นบางขั้นต้น บางเวลาระหว่างที่ทำการผลิต

ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์/การพัฒนาผลิตภัณฑ์

30. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์กี่ชนิด ชนิดละกี่ขนาด (น้ำหนัก).....

31. มีฉลากสินค้าหรือไม่
1. มี จำนวน.....ผลิตภัณฑ์ ได้แก่.....
 2. ไม่มี จำนวนผลิตภัณฑ์ ได้แก่.....
32. บนฉลากมีการอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ชื่อผลิตภัณฑ์
 2. ชนิดและปริมาณวัตถุดิบอาหาร (ถ้ามี)
 3. น้ำหนักสุทธิ
 4. ข้อเสนอแนะในการบริโภคและการเก็บรักษา
 5. วัน เดือน ปี ที่ทำ และวัน เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือข้อความว่า
 “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)”
 6. ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน
 ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

ข้อมูลด้านการตลาด

33. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวางจำหน่ายที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ศูนย์จำหน่ายหรือร้านของตำบล | 2. <input type="checkbox"/> ศูนย์จำหน่ายหรือร้านของกลุ่ม |
| 3. <input type="checkbox"/> ศูนย์จำหน่ายหรือร้านของอำเภอ | 4. <input type="checkbox"/> แหล่งท่องเที่ยว |
| 5. <input type="checkbox"/> งานแสดงสินค้าต่าง ๆ | 6. <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร |
| 7. <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต | 8. <input type="checkbox"/> พ่อค้าส่ง |
| 9. <input type="checkbox"/> พ่อค้าปลีก | 10. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

34. สถานที่วางจำหน่ายหรือร้านค้าของกลุ่ม

- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> มี เป็นร้านของกลุ่ม / ตำบล / อำเภอ | 2. <input type="checkbox"/> ไม่มี |
|--|-----------------------------------|

35. แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> จำหน่ายต่างประเทศ | 2. <input type="checkbox"/> จำหน่ายต่างจังหวัด |
| 3. <input type="checkbox"/> จำหน่ายในจังหวัด | 4. <input type="checkbox"/> จำหน่ายในอำเภอ |
| 5. <input type="checkbox"/> จำหน่ายในตำบล | 6. <input type="checkbox"/> จำหน่ายในหมู่บ้าน |

36. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มหรือไม่

- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่มี | |
| 2. <input type="checkbox"/> มี โดยวิธี | 1. <input type="checkbox"/> วิทยุ |
| | 2. <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา |
| | 3. <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต (Internet) |
| | 4. <input type="checkbox"/> ร่วมงานแสดงสินค้า |
| | 5. <input type="checkbox"/> ไปปลิว/แผ่นพับ |
| | 6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

ความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม

37. กลุ่มของท่านได้รับการสนับสนุนจากชุมชนในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> เทคโนโลยีในการผลิต | 2. <input type="checkbox"/> จัดอบรมให้ความรู้ |
| 3. <input type="checkbox"/> ความร่วมมือ | 4. <input type="checkbox"/> เงินทุนที่ใช้ในการผลิต |
| 5. <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ | 6. <input type="checkbox"/> สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า |
| 7. <input type="checkbox"/> รับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ | 8. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

38. กลุ่มของท่านได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐนอกเหนือจากชุมชนในเรื่องใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> เทคโนโลยีในการผลิต | 2. <input type="checkbox"/> จัดอบรมให้ความรู้ |
| 3. <input type="checkbox"/> การวิจัยผลิตภัณฑ์/การตลาด | 4. <input type="checkbox"/> เงินทุนที่ใช้ในการผลิต |
| 5. <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ | 6. <input type="checkbox"/> สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า |
| 7. <input type="checkbox"/> การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ | 8. <input type="checkbox"/> การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ |

9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

39. กลุ่มของท่านได้รับการสนับสนุนจากเอกชนในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> เทคโนโลยีในการผลิต | 2. <input type="checkbox"/> จัดอบรมให้ความรู้ |
| 3. <input type="checkbox"/> บรรจุภัณฑ์ | 4. <input type="checkbox"/> เงินทุนที่ใช้ในการผลิต |
| 5. <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ | 6. <input type="checkbox"/> สถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า |
| 7. <input type="checkbox"/> รับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ | 8. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

ตอนที่ 3 การศึกษากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่กลุ่มผลิตได้มากที่สุด

40. วัตถุดิบ ได้แก่

.....

.....

.....

41. วิธีเตรียมวัตถุดิบ

.....

.....

.....

42. วิธีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ

.....

.....

.....

43. วิธีการผลิต

.....

.....

.....

อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

.....

.....

ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแต่ละครั้ง.....กิโลกรัม/ กระปุก

44. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้.....

.....

.....

.....

45. ช่องทางการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ชุมชน → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคร
2. ชุมชน → ผู้ค้าปลีก → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคร
3. ชุมชน → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคร
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

46. ข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมศักยภาพการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้



การวิเคราะห์คุณภาพทางเคมี

1. วิธีหาค่า Water activity (A_w)

เตรียมตัวอย่างบดละเอียดใส่ตลับพลาสติกสำหรับวัดค่า A_w นำไปใส่ในช่องใส่ตัวอย่างในเครื่องวัดค่า A_w (Hygro Lab Model Rotronic) จับเวลาประมาณ 30 นาที หรือรอจนกระทั่งเครื่องวัดอ่านค่า A_w ของตัวอย่างคงที่ จึงอ่านค่า A_w ที่ได้จากเครื่องวัด

2. การวิเคราะห์ปริมาณความชื้น (Determination of Moisture Content) (AOAC, 2000)

ในการทดลองใช้วิธี อบตัวอย่างให้แห้งจนได้น้ำหนักคงที่ (Drying to Constant Weight) ในการวิเคราะห์ปริมาณความชื้น

วิธีวิเคราะห์

1. อบถ้วยอลูมิเนียมพร้อมฝาปิดในตู้อบไฟฟ้าที่อุณหภูมิ 100 ± 5 องศาเซลเซียส ประมาณ 30 นาที ทิ้งให้เย็นในเดสิเคเตอร์ (dessicator) ที่อุณหภูมิห้อง ชั่งน้ำหนักถ้วยอลูมิเนียมและฝาปิดให้ได้น้ำหนักคงที่
2. ชั่งตัวอย่างให้ได้น้ำหนักที่แน่นอนใส่ถ้วยอลูมิเนียม ประมาณ 1–3 กรัม นำไปอบในตู้อบไฟฟ้า ที่อุณหภูมิ ± 100 องศาเซลเซียส นานประมาณ 4 ชั่วโมง ปล่อยให้เย็นในเดสิเคเตอร์ (dessicator) แล้วชั่งน้ำหนักให้แน่นอน ทำการอบซ้ำครั้งละ 30 นาที และชั่งจนกว่าจะได้น้ำหนักที่คงที่ คำนวณปริมาณร้อยละของความชื้นของตัวอย่างอาหาร

$$\text{ปริมาณความชื้นร้อยละของน้ำหนักรวบรวม} = \frac{100 (W_1 - W_2)}{W_1 - W}$$

เมื่อ	W	คือ	น้ำหนักของถ้วยอลูมิเนียมพร้อมฝาปิดเป็นกรัม
	W_1	คือ	น้ำหนักของถ้วยอลูมิเนียมและตัวอย่างอาหารก่อนอบเป็นกรัม
	W_2	คือ	น้ำหนักของถ้วยอลูมิเนียมและตัวอย่างอาหารหลังอบเป็นกรัม

การวิเคราะห์คุณภาพทางจุลินทรีย์

1. การตรวจสอบทางจุลินทรีย์

1.1 การเตรียมตัวอย่าง

ชั่งตัวอย่าง 25 กรัม เติมสารละลายเปปโตนร้อยละ 0.1 จำนวน 225 มิลลิกรัม นำเข้าเครื่องตีผสมอาหารนาน 1 นาที จะได้ความเจือจางของอาหารเป็น 1:10 แล้วทำตัวอย่างให้เจือจางระดับที่ต้องการในสารละลายเปปโตนร้อยละ 0.1 ในหลอดแก้ว

1.2 การหาปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด (Total Bacterial Count)

ใช้ปิเปตมาเชื้อแล้วคูดสารละลายตัวอย่างความเข้มข้นที่เหมาะสมจำนวน 1 มิลลิลิตร ใส่ในงานเพาะเชื้อที่อบฆ่าเชื้อแล้ว โดยทำความเข้มข้นละ 3 ซ้ำ เทอาหารเลี้ยงเชื้อ Plate Count Agar (PCA) ที่หลอมละลายและยังอุ่นอยู่ประมาณ 15 มิลลิลิตร ลงในงานเลี้ยงเชื้อ เขย่างานให้สารละลายกระจายตัวไปทั่ว ๆ ทิ้งไว้ที่อุณหภูมิห้องจนอาหารเลี้ยงเชื้อแข็งตัว แล้วนำไปบ่มที่ตู้เพาะเชื้อในลักษณะคว่ำงาน ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 48 ชั่วโมง นับจำนวนแบคทีเรียทั้งหมดโดยเลือกงานที่มีจำนวนโคโลนี 30 – 300 โคโลนี

ชั่งอาหารเลี้ยงเชื้อ Plate Count Agar (PCA) จำนวน 23.5 กรัม ปรับปริมาณด้วยน้ำกลั่นให้ได้ 1 ลิตร ละลายด้วยการตุ๋นจนอาหารเลี้ยงเชื้อใส แล้วนำไปผ่านการฆ่าเชื้อ ที่อุณหภูมิ 121 องศาเซลเซียส นาน 15 นาที



ภาคผนวก จ
การวิเคราะห์ SWOT

ตารางผนวกที่ ๑1 การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ SWOT กลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรคลองรังสิต 58/65 หมู่ 2 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอัญญบุรี
จังหวัดปทุมธานี

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	เป็นโรงงานที่พัฒนารูปแบบมาจากธุรกิจส่วนตัว แต่ต้องการส่งเสริมกลุ่มแม่บ้านให้มีความรู้ในการทำอาหารและช่วยเหลือคนที่ไม่มีความรู้ จึงได้จัดตั้งกลุ่มแม่บ้านขึ้นจะเน้นน้ำพริกเพื่อให้มีชื่อเสียงของจังหวัดปทุมธานี มีการรวมสมาชิกกลุ่มขึ้นจำนวน 25 คน ปัจจุบันเหลือเพียง 15 คน โดยส่วนหนึ่งเป็นของส่วนตัวซึ่งขายส่งและออกงานตามเทศกาลของจังหวัดและประเทศ การผลิตจะแบ่งเป็นฝ่ายๆ เช่น ฝ่ายทำบัญชี ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด และฝ่ายประชาสัมพันธ์	ไม่มี	พนักงานทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบในงานของตนเอง รายได้ของพนักงานจะเพิ่มขึ้นตามรายได้ของกลุ่ม	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑1 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
มีการทำ บัญชี	มีพนักงานทำบัญชี รายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวางแผน การดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนใน การ ดำเนิน งาน	ได้จากสำนักงาน เกษตรกรจังหวัดของ พัฒนาชุมชน และทุน ส่วนตัว	ไม่มี	กลุ่มมีเงินทุนสำรอง ในการดำเนินการ ทำให้มีความสามารถ ในการเพิ่มกำลังการผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	ไม่มี	สูง
รายได้สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ ทั้งตลาดในประเทศและ ต่างประเทศ การ จำหน่ายจะรับเงินสด จากลูกค้า ทำให้กลุ่มมี เงินหมุนเวียนอย่าง สม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้า รู้จักผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม มีการสร้าง ลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิก ให้ความ ร่วมมือดี	สมาชิกแต่ละคนมี หน้าที่เฉพาะ ทำงานใน หน้าที่ที่ตนเอง รับผิดชอบมีความ ชำนาญในหน้าที่ที่ตน รับผิดชอบ มีเงินปันผล ให้ปลายปี	ไม่มี	สมาชิกที่มีความรู้ สามารถถ่ายทอด วิธีการผลิตให้กับ สมาชิกใหม่ได้เป็น อย่างดี สมาชิกมี แรงจูงใจในการ ทำงาน	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
2. กรรมวิธีการผลิต					
วัตถุดิบ ใน ท้องถิ่น	วัตถุดิบ มาจากหมู่บ้านและ ตลาดไทยเอาวัตถุดิบภายใน หมู่บ้าน บางครั้งซื้อวัตถุดิบ ที่ตลาดไทย ในกรณีวัตถุดิบ ไม่เพียงพอ วัตถุดิบที่ใช้ ได้แก่ ปลาอุกใช้แบบสด ที่ เอาเครื่องในออกแล้ว นำมา อย่างเองคัดคุณภาพที่สุด ถ้า ไม่สดจะถูกตีกลับ ส่วนผสม อย่างอื่นได้แก่ พริกแห้ง มะขาม หอมแดง กระเทียม และเกลือ โดยซื้อจากตลาด ในท้องถิ่นและพ่อค้าประจำ	วัตถุดิบ ที่นำมา ผลิตแปร รูป อาหารมี น้อยทำ ให้ไม่มา รผลิต ให้ เพียงพอ ต่อความ ต้องการ ของ ผู้บริโภค	ซื้อวัตถุดิบได้ ในราคาถูก เนื่องจาก ผูกขาดกับ ร้านค้านี้ ประจำ ทำให้ ลดต้นทุนใน การผลิต	ราคา พืชผลมี ราคา แพง กำหนด ราคา ไม่ได้	ปานกลาง
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	เครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ผลิตทันสมัย มีปริมาณ เพียงพอกับการผลิต มี มาตรฐานในการตรวจวัด	ไม่มี	สามารถผลิต น้ำพริกได้ใน ปริมาณมาก สามารถ รองรับความ ต้องการของ ผู้บริโภคได้ อย่างต่อเนื่อง	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑1 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัด แยกหรือตรวจสอบเพื่อให้ ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ นำวัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุนวัตถุดิบที่ สามารถเน่าเสียได้เอาไว้ นาน จะใช้ให้หมดไปใน แต่ละครั้งที่มีการผลิต	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่เสียหาย ทำให้ไม่สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	อาคารที่ใช้ในการผลิตแยก จากบริเวณที่พักอาศัย อยู่ ห่างจากบริเวณที่มีฝุ่นหรือ ควัน สิ่งปฏิกูล ห้องน้ำ พื้นที่เพียงพอในการผลิต	ไม่มี	สร้างความมั่นใจ ให้ลูกค้าได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต สะอาด ไม่มีสิ่ง ปนเปื้อน	ไม่มี	สูง
แรงงาน	มาจากหมู่บ้านในบริเวณ ใกล้เคียงแรงงานเพียงพอ และต่อเนื่อง ทำให้มีความ ต่อเนื่องในการผลิต	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถ รองรับการพัฒนา ของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ เฉลี่ย 1,000 กิโลกรัมต่อเดือน ผลิตได้ ตามปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ล่วงหน้า และมี ปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑1 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ จากการ ทดสอบใน ห้องปฏิบัติการ เปรียบเทียบกับเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกปลาย่าง” ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนด	ค่า Water Activity (A_w) ปริมาณ ความชื้น สูงกว่า เกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	ผู้บริโภค ทราบข้อมูล เบื้องต้น ทางด้าน คุณภาพได้ จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่าย ในการ ตรวจ สอบ คุณภาพ ค่อนข้างสูง	ปานกลาง
การรับรอง คุณภาพและ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ อาหารและยา (อย.) สินค้ามาตรฐานสหกรณ์ (Q) ผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาวภายใต้โครงการคัด สรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 - 2547 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน น้ำพริกป่นแห้ง (มผช.130/2546) และ น้ำพริกเผา (มผช.4/2546)	ไม่มี	สามารถ สร้างความ เชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจาก การรับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงาน ของรัฐ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ และฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อ กลุ่ม สถานที่ผลิต ระบุ น้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ ผลิต และวันหมดอายุ มี เครื่องหมายรับรองจาก องค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มี ทั้งแบบกระปุกพลาสติกมี ฝา-ปิดและแบบขวดแก้ว ภาชนะสะอาดและ สวยงาม มีการบรรจุใน ภาชนะที่ปิดสนิท มี จัดเป็นชุดของขวัญของ ฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์จาก ฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้า ยอมรับผลิตภัณฑ์ น้ำพริกได้จาก เครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบ วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ สะดวกในการ พกพา	ไม่มี	สูง
ความ ชำนาญ ในการ จัดจำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิก มีความรู้ในการคำนวณ และตั้งราคาจำหน่ายได้ มีการส่งเสริมการขายโดย การให้ชิมฟรี และมีของ แถม สินค้ามีทั้งราคาขาย ส่งและขายปลีก	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่น ให้กับลูกค้าได้ว่า กลุ่มมีความรู้ใน การผลิต ราคาขาย เหมาะสม สร้าง แรงจูงใจในการ ซื้อสินค้า	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑1 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ การ จำหน่าย	งานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานี วางจำหน่ายที่ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ห้างบิ๊กซี ห้างเทสโก้ โลตัส เซเว่นอีเลฟเว่นที่ จังหวัดขอนแก่น และ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ห้างเดอะมอลล์สาขา ท่าพระ สาขาบางกะปิ ตลาดไท ตลาดสุชาติ ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดรังสิต ทั้งที่ ตลาดนอก ตลาดกลางและ ตลาดพรภัทร	ไม่มี	มีรายการทางทีวีมาถ่ายทอด เช่น ผู้แล้วรวย มรดกดิน เซลล์ชวนชิม อร่อยช่อง 5 ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการสร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม โดยไม่ต้องลงทุนมาก	ไม่มี	สูง
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งทางออกงานแสดงสินค้าในงานเทศกาลต่าง ๆ ในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง มีเอกสารแจกประกอบการออกงานด้วย มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทาง อินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง	ไม่มี	มีรายการทางทีวีมาถ่ายทอด เช่น ผู้แล้วรวย มรดกดิน เซลล์ชวนชิม อร่อยช่อง 5 ลูกค้ารู้จักกลุ่ม และผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการสร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มโดยไม่ต้องลงทุนมาก นอกเหนือจากลูกค้าประจำ เป็นการ ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักจังหวัด ปทุมธานีไปในตัว	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๒ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบ SWOT

กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหอรระฆัง เลขที่ 31 หมู่ 12 บ้านหอรระฆัง
ตำบลบางซุด อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รองประธาน เลขาฯ อนุกร เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และ สมาชิกมีการแบ่ง กิจกรรมคือ กิจกรรม ส่วนรวม คือ สมาชิก จะรวมตัวกันมาผลิต น้ำพริกต่าง ๆ กิจกรรม รายบุคคล คือ สมาชิก จะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อ จำหน่ายให้กับกลุ่ม	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมี หน้าที่รับผิดชอบมี การในการมา ปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจาก การร่วมกิจกรรม และมีการพัฒนา ทักษะของตนเอง เพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำบัญชี	มีเหรัญญิกกลุ่มทำ บัญชี รายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้ รายรับรายจ่ายเพื่อ วางแผนการ ดำเนินการและการ ผลิตได้	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
ทุนในการ ดำเนินงาน	มีการระดมทุนจาก สมาชิกหุ้นละ 100 บาท ค่าสมัครรายละ 20 บาท จำนวน 52 ราย รวมเป็นเงิน 6,240 บาท มีทุน สำรองเรียกเก็บจาก ค่าแรงสมาชิกร้อยละ 10 ของค่าแรงทั้งหมด นำเข้าร่วมทุนในการ ดำเนินงานของกลุ่ม มี การปันผลให้สมาชิก ร้อยละ 14 ของหุ้น รายได้ของค่าแรงจะ จ่ายให้กับกลุ่มเป็น กองทุนร้อยละ 10	ไม่มี	กลุ่มมีเงินทุน สำรองในการ ดำเนินการ จากการ ระดมทุนและการ หักจากค่าแรง ทำให้ มีความสามารถในการ เพิ่ม กำลัง การผลิตและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงิน สดจากลูกค้า ทำให้ กลุ่มมีเงินหมุนเวียน อย่างสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม มีการ สร้างลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๒ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
2. กรรมวิธีการผลิต					
สมาชิกให้ความร่วมมือดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วมกิจกรรมประมาณ 5 – 7 คนต่อวัน มีการจดบันทึกการทำงานของสมาชิก	ไม่มี	สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปรึกษาหารือกันในการทำงาน	ไม่มี	สูง
วัตถุดิบในท้องถิ่น	มีความพร้อม สมาชิกจะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่ม กลุ่มจะซื้อวัตถุดิบจากสมาชิก ถ้าไม่พอจึงจะซื้อวัตถุดิบจากบุคคลทั่วไปในหมู่บ้าน	ไม่มี	ลดปัญหาพืชผลทางการเกษตรในชุมชนที่ล้นตลาด ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอาชีพหลัก	ไม่มี	สูง
เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	ได้รับการสนับสนุนเครื่องบดน้ำพริกจากกรมอุตสาหกรรม จำนวน 1 เครื่อง และองค์การบริหารส่วนตำบลบางซุด จำนวน 1 เครื่อง มีเครื่องผสม เครื่องพาสเจอร์ไรซ์ และเตาอบลมร้อน	ไม่มี	สามารถผลิตน้ำพริกได้ในปริมาณมาก สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัด แยกหรือตรวจสอบเพื่อให้ ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ นำวัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุนวัตถุดิบที่สามารถ เน่าเสียได้เอาไว้วันาน จะใช้ ให้หมดไปในแต่ละครั้งที่มี การผลิต	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ไม่ สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	อาคารที่ใช้ในการผลิตแยก จากบริเวณที่พักอาศัย อยู่ ห่างจากบริเวณที่มีฝุ่นหรือ ควัน สิ่งปฏิกูล ห้องน้ำ พื้นที่เพียงพอในการผลิต	ไม่มี	สร้างความมั่นใจ ให้ลูกค้าได้ระดับ หนึ่งว่าผลิตภัณฑ์ ผลิตสะอาด ไม่มี สิ่งปนเปื้อน	ไม่มี	สูง
แรงงาน	แรงงานเพียงพอและ ต่อเนื่องสมาชิกหมุนเวียน กันมาผลิต สมาชิกทำ น้ำพริกเป็นทุกคน ทำให้มี ความต่อเนื่องในการผลิต สมาชิกสลับไปทำงานใน ตำแหน่งอื่น ๆ ได้	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถ รองรับการพัฒนา ของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตน้ำพริก ต่าง ๆ เฉลี่ย 700 กิโลกรัม ต่อเดือน ผลิตได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ล่วงหน้า และ มีปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การรับรอง คุณภาพและ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	ใบรับรองภูมิปัญญา ท้องถิ่น คัดสรรสุดยอดหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ระดับ 4 ดาว ปี พ.ศ. 2547 เครื่องหมายอาหารและ ยา (อย.) ทะเบียน การค้าพานิช ได้รับ อนุญาตให้ใช้ตรา สัญลักษณ์ ชัยนาท แบรนด์	ไม่มี	สามารถ สร้างความ เชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจาก การรับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงาน ของรัฐ	ไม่มี	สูง
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์จาก การทดสอบ ในห้องปฏิบัติ การ เปรียบเทียบ กับเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกนรกปลาอย่าง” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน กำหนด	ค่า Water Activity (A_w) ปริมาณ ความชื้น ปริมาณ จุลินทรีย์ ทั้งหมด สูง กว่าเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	ผู้บริโภค ทราบข้อมูล เบื้องต้น ทางด้าน คุณภาพได้ จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่าย ใน การควด สอบ คุณภาพ ค่อนข้างสูง	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ และฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุ ชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต และสัญลักษณ์ของกลุ่ม เป็นรูปประฆัง ระบุ น้ำหนักสุทธิ วันเดือนปี ที่ผลิต และวันหมดอายุ มีเครื่องหมายรับรองจาก องค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มี ทั้งแบบกระปุกพลาสติก มีฝาปิดและแบบกระปุก มีหูหิ้ว ภาชนะสะอาด และสวยงาม มีการบรรจุ ในภาชนะที่ปิดสนิท มี จัดเป็นชุดของขวัญของ ฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ จากฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของกลุ่ม ลูกค้ายอมรับ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้ จากเครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบวัน เดือนปีที่ผลิตและ วันหมดอายุ สะดวกในการพกพา	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
ความ ชำนาญใน การจัด จำหน่าย	คณะกรรมการและ สมาชิกได้รับการ ฝึกอบรมเพิ่มพูน ความรู้ในระดับ จังหวัด ระดับเขต จน มีความรู้สามารถ ถ่ายทอดและเป็น วิทยากรให้กับกลุ่ม ต่าง ๆ และผู้มาเยี่ยม ชมกิจการของกลุ่มจน เรียกได้ว่าเป็นมือ อาชีพ สมาชิกคำนวณ และตั้งราคาจำหน่าย ได้เอง	ไม่มี	สร้างความ เชื่อมั่นให้กับ ลูกค้าได้ว่า กลุ่มมีความรู้ ในการผลิต ราคาขาย เหมาะสม	ไม่มี	สูง
สถานที่การ จำหน่าย	จำหน่ายในร้านค้าใน หมู่บ้าน จำนวน 2 ร้าน ในตำบล และ ตำบลใกล้เคียง 8 ร้าน ห้างโลตัส ร้านค้า CEO ไปรษณีย์ของ จังหวัดชัยนาท งาน มหกรรมสินค้าต่าง ๆ ของจังหวัด เช่น งาน สวนนก	ค่าใช้จ่ายใน การเดินทาง ไปออกงาน ต่างจังหวัด สูง ต้องเสีย ค่าที่พัก ไม่ คุ้มกับรายได้	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์มาก ขึ้น ลูกค้า สามารถซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ โดยไม่ต้อง เดินทางมาถึง แหล่งผลิต เป็นการสร้าง ตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม	ไม่มี	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๓2 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
	<p>ชั้นนาท งานส้มโอ</p> <p>ชั้นนาท และจำหน่ายใน งานในจังหวัดต่าง ๆ</p> <p>เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์</p> <p>ขอนแก่น หนองคาย</p> <p>อุดรธานี และงานสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ (OTOP)</p> <p>เมืองทองธานี กรุงเทพฯ</p> <p>จำหน่ายตลาด ต่างประเทศโดยการรับ คำสั่งทำจากพ่อค้าคน กลาง เช่น อังกฤษ ไต้หวัน เยอรมัน</p>				
<p>มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์</p>	<p>มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้ง ทางออกงานแสดงสินค้า ในงานเทศกาลต่าง ๆ ใน จังหวัดชั้นนาทและ จังหวัดใกล้เคียง มี เอกสารแจก ประกอบการออกงาน ด้วย</p>	<p>ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทาง สูงไม่คุ้ม กับรายได้</p>	<p>ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จาก ลูกค้าประจำ หน่วยงานของ ภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่</p>	<p>กรม พัฒนา ชุมชน จัดทำเว็ ปไซต์ให้ สืบค้น ผลิตภัณฑ์ ชุมชน ได้</p>	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๓3 การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT น้ำพริกแม่ศรีรัตน์
30/1 ตำบลท่ามะกอก อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	เนื่องจากโรงงาน น้ำพริกแม่ศรีรัตน์ เป็น โรงงานที่พัฒนารูปแบบ มาจาก ธุรกิจส่วนตัวจึง ทำให้การบริหารงาน ทั้งหมดจึงมีผู้ตัดสินใจ แต่เพียงผู้เดียว มี พนักงานในตำแหน่ง หน้าที่ต่าง ๆ พนักงาน บัญชี ประชาสัมพันธ์ พนักงานขาย	ไม่มี	พนักงานทุกคนมี หน้าที่รับผิดชอบใน งานของตนเอง รายได้ของพนักงาน จะเพิ่มขึ้นตาม รายได้ของกลุ่ม	ไม่มี	สูง
มีการทำ บัญชี	มีพนักงานทำบัญชี รายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้ รายรับรายจ่ายเพื่อ วางแผนการ ดำเนินการและการ ผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการ ดำเนินงาน	ทุนในการจัดตั้งกลุ่มมา จากทุนส่วนตัว	ไม่มี	กลุ่มมีเงินทุนสำรอง ในการดำเนินการ ทำให้มี ความสามารถใน การเพิ่มกำลังการ ผลิต	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงินสด จากลูกค้า ทำให้กลุ่มมี เงินหมุนเวียนอย่าง สม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม มีการ สร้างลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิก ให้ความ ร่วมมือดี	สมาชิกแต่ละคนมีหน้าที่ เฉพาะ ทำงานในหน้าที่ที่ ตนเองรับผิดชอบ มีความชำนาญในหน้าที่ที่ ตนรับผิดชอบ	สมาชิกได้รับความ รู้เฉพาะ หน้าที่ของตน เท่านั้น	ไม่มี	ไม่มี	ปาน กลาง
2. กรรมวิธีการผลิต					
วัตถุดิบ ใน ท้องถิ่น	มีความพร้อม กลุ่มจะซื้อ วัตถุดิบจากพ่อค้าคน กลางในตลาดที่เป็น ร้านค้าประจำ	มีปริมาณและ ราคาไม่ แน่นอน ขึ้นอยู่กับ ฤดูกาล	ซื้อวัตถุดิบได้ใน ราคาถูกเนื่องจาก ผูกขาดกับร้านค้านี้ ประจำ ทำให้ลด ต้นทุนในการผลิต	ไม่มี	ปาน กลาง
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	เครื่องมือและอุปกรณ์ใน การผลิตทันสมัย	ไม่มี	สามารถผลิต น้ำพริกได้ใน ปริมาณมาก สามารถรองรับ ความต้องการของ ผู้บริโภคได้อย่าง ต่อเนื่อง	เครื่องมือ เกิดการ เสียหาย หรือ ชำรุดทำ ให้การ ผลิตไม่ ต่อเนื่อง	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการ คัดแยกหรือตรวจสอบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มี คุณภาพ ไม่นำวัตถุดิบที่ เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุน วัตถุดิบที่สามารถเน่า เสียได้เอาไว้นาน จะใช้ ให้หมดไปในแต่ละครั้งที่ มีการผลิต	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบ ไม่เสียหาย ทำให้ไม่ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	อาคารที่ใช้ในการผลิต แยกจากบริเวณที่พัก อาศัย อยู่ห่างจากบริเวณ ที่มีฝุ่นหรือควัน สิ่ง ปลูก หีบน้ำ พื้นที่ เพียงพอในการผลิต	ไม่มี	สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า ได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิต สะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อน	ไม่มี	สูง
แรงงาน	แรงงานเพียงพอและ ต่อเนื่อง ทำให้มีความ ต่อเนื่องในการผลิต	ไม่มี	กลุ่มมีความเข้มแข็ง สามารถรองรับการพัฒนา ของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิต น้ำพริกต่าง ๆ เฉลี่ย 1,000 กิโลกรัมต่อเดือน ผลิตได้ตามปริมาณที่ ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้า และมีปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การรับรอง คุณภาพ และ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	<p>คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว ปี 2546 เครื่องหมายอาหารและ ยา (อย.) ทะเบียนการค้าพานิช ชนะเลิศการประกวดน้ำพริกไข่ เค็มพัดพริกขิง ปี 2541 รางวัล เกียรติคุณ ธุรกิจส่งเสริมการ ท่องเที่ยวดีเด่นประจำปี 2541 รางวัลเกียรติคุณ ธุรกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และ สาขาภูมิปัญญาชาวบ้านดีเด่น ด้านภูมิปัญญาอาหารไทย ปี 2543 แชมป์มาตรฐานอาหาร คุณภาพ ปี 2544 รางวัล โรงงานดีเด่นประจำปี 2545 รางวัลโรงงานมาตรฐาน อุตสาหกรรมแห่งปี 2545 รางวัลผู้นำชุมชนกลุ่มนำอาชีพ ดีเด่นประจำปี 2549</p>	ไม่มี	<p>สามารถ สร้างความ เชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงาน ของรัฐ</p>	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์จาก การทดสอบใน ห้องปฏิบัติ การเปรียบเทียบ กับเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน	“น้ำพริกหมู 4 รส” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนกำหนด	ค่า Water Activity (A_w) ปริมาณความชื้น ปริมาณจุลินทรีย์ ทั้งหมด สูงกว่า เกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้บริโภค ทราบข้อมูล เบื้องต้น ทางด้าน คุณภาพได้ จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่าย ในการ ตรวจ สอบ คุณภาพ ก่อน ข้างสูง	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์และฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อกลุ่ม สถานที่ ผลิต ระบุน้ำหนัก สุทธิ วันเดือนปีที่ ผลิต และวัน หมดอายุ มี เครื่องหมายรับรอง จากองค์การอาหาร และยา (อย.) บรรจุ ภัณฑ์ที่ใช้มีทั้งแบบ กระปุกพลาสติกมี ฝา-ปิดและแบบขวด แก้ว ภาชนะสะอาด และสวยงาม มีการ บรรจุในภาชนะที่ปิด สนิท มีจัดเป็นชุด ของขวัญของฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์จาก ฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้า ยอมรับ ผลิตภัณฑ์ น้ำพริกได้จาก เครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบวันเดือนปี ที่ผลิตและวัน หมดอายุ สะดวกในการ พกพา	ไม่มี	สูง
ความชำนาญใน การจัดจำหน่าย	คณะกรรมการและ สมาชิกมีความรู้ใน การคำนวณและตั้ง ราคาจำหน่ายได้ มี การส่งเสริมการขาย โดยการให้ชิมฟรี และมีของแถม สินค้ามีทั้งราคาขาย ส่งและขายปลีก	ไม่มี	สร้างความ เชื่อมั่นให้กับ ลูกค้าได้ว่ากลุ่มมี ความรู้ในการ ผลิต ราคาขาย เหมาะสม สร้าง แรงจูงใจในการ ซื้อสินค้า	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓3 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่จำหน่าย	จำหน่ายหน้าร้าน และตลาดนัด ห้างสรรพสินค้าใน จังหวัด ร่วมงาน แสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ จัดในจังหวัดและเข้า ร่วมงานแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ เมืองทอง ธานี	ค่าใช้จ่าย ยในการ เดินทาง สูงไม่ คุ้มกับ รายได้	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์มาก ขึ้น เป็นการ สร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม	ไม่มี	ปาน กลาง
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้ง การออกงานแสดง สินค้าในงานเทศกาล ต่าง ๆ ในจังหวัดและ จังหวัดใกล้เคียง มี เอกสารแจก ประกอบการออก งานด้วย มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ทาง อินเทอร์เน็ตมี เว็บไซต์ แต่ยังไม่ ค่อยสมบูรณ์นัก	ค่าใช้จ่าย ยในการ เดินทาง สูงไม่ คุ้มกับ รายได้	ลูกค้ารู้จักกลุ่ม และผลิตภัณฑ์ มากขึ้น สร้าง ตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือจาก ลูกค้าประจำ เป็นการประชาสัมพันธ์ ให้คน ทั่วไปรู้จัก จังหวัดลพบุรีไป ในตัว	ไม่มี	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๓4 การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มอาชีพสหกรณ์
น้ำพริกคู่วัวไท 146/15 หมู่ 13 ซอยไอยรา 21 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลอง
สอง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการ แบ่ง หน้าที่รับ ผิดชอบ	มีประธานกลุ่มคือ นาย พิเชษฐ์ พูลสวัสดิ์ การ บริหารจัดการเป็นไปตาม หลักการตลาด การขาย และการประชาสัมพันธ์ สินค้าให้เป็นที่รู้จัก แพร่หลาย และสถานที่ จำหน่ายสินค้า และได้จัด ทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน กลุ่มส่งเสริมอาชีพเกษตร น้ำพริกคู่วัวไท ปท.02/48- 0001 สมาชิกจะมีรายได้ เป็นเงินเดือน แต่ละคนจะ รับผิดชอบงานที่ได้รับ มอบหมาย สมาชิกทำ น้ำพริกเป็นทุกคน แต่จะ ถนัดผลิตน้ำพริกคนละ ประเภท	ไม่มี	พนักงานทุกคน มีหน้าที่ รับผิดชอบใน งานของตนเอง รายได้ของ พนักงานจะ เพิ่มขึ้นตาม รายได้ของกลุ่ม และสมาชิกจะ ได้รับเงินปันผล ตามรูปแบบของ สหกรณ์ ตาม จำนวนหุ้นที่ สมาชิกลงทุน เอาไว้	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
มีการทำ บัญชี	มีพนักงานทำบัญชี รายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้ รายรับรายจ่ายเพื่อ วางแผนการ ดำเนินการและการ ผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการ ดำเนินงาน	ทุน ได้จาก การรวมหุ้น ของสมาชิกหุ้นละ 1,000 บาท และได้รับการ สนับสนุนเงินทุนจากหลาย ๆ หน่วยงาน เช่น สำนักงานอุตสาหกรรม พัฒนาชุมชน ชกส. เป็นต้น	ไม่มี	กลุ่มมีเงินทุน สำรองในการ ดำเนินการ ทำให้มี ความสามารถใน การเพิ่มกำลังการ ผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีตลาด รองรับสม่ำเสมอ ทั้งตลาด ในประเทศและต่างประเทศ การจำหน่ายจะรับเงินสด จากลูกค้า ทำให้กลุ่มมีเงิน หมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีการสร้างลูกค้า ใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิกให้ ความ ร่วมมือดี	สมาชิกแต่ละคนมีหน้าที่ เฉพาะ ทำงานในหน้าที่ที่ ตนเองรับผิดชอบ มีความ ชำนาญในหน้าที่ที่ตน รับผิดชอบ มีเงินปันผลให้ ปลายปี	ไม่มี	สมาชิกที่มีความรู้ สามารถถ่ายทอด วิธีการผลิตให้กับ สมาชิกใหม่ได้เป็น อย่างดี สมาชิกมี แรงจูงใจในการ ทำงาน	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
2. กระบวนการผลิต					
วัตถุดิบ ใน ท้องถิ่น	วัตถุดิบ มาจากหมู่บ้านและ ตลาดไทย ตลาดในท้องถิ่น และพ่อค้าประจำ มีการคัดแยก และตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิต สถานที่ซื้อ วัตถุดิบคือตลาดไทย ซื้อ วัตถุดิบสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เวลาที่มีการจัดแสดงสินค้าก็จะ ซื้อวัตถุดิบสัปดาห์ละ 2 ครั้ง	ไม่มี	ซื้อวัตถุดิบได้ใน ราคาถูกเนื่องจาก ผูกขาดกับร้านค้า นี้ประจำ ทำให้ ลดต้นทุนในการ ผลิต	ไม่มี	สูง
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	เครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ผลิตทันสมัย มีปริมาณเพียงพอ กับการผลิต มีมาตรฐานในการ ตรวจวัด	ไม่มี	สามารถผลิต น้ำพริกได้ใน ปริมาณมาก สามารถรองรับ ความต้องการ ของผู้บริโภคได้ อย่างต่อเนื่อง	ไม่มี	สูง
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัดแยก หรือตรวจสอบเพื่อให้ได้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่นำ วัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่ กักตุนวัตถุดิบที่สามารถเน่าเสีย ได้เอาไว้วันนาน จะใช้ให้หมดไป ในแต่ละครั้งที่มีการผลิต	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ในการผลิตมาก	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	อาคารที่ใช้ในการผลิตแยกจากบริเวณที่พักอาศัย อยู่ห่างจากบริเวณที่มีฝุ่นหรือควัน สิ่งปฏิกูล หรือน้ำ พื้นที่เพียงพอในการผลิต	สถานที่ค่อนข้างแคบไม่เพียงพอในการจัดวางสินค้า	สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อน	ไม่มี	ปานกลาง
แรงงาน	มาจากหมู่บ้าน แรงงานเพียงพอและต่อเนื่อง ทำให้มีความต่อเนื่องในการผลิต	ไม่มี	กลุ่มมีความเข้มแข็ง สามารถรองรับการพัฒนาของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณการผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิคน้ำพริกต่าง ๆ ทุกวัน เฉลี่ย 850 กิโลกรัม ต่อเดือน ผลิตได้ตามปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้า และมีปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง
คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	“น้ำพริกตาแดง” ปริมาณความชื้น ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนด	ค่า Water Activity (A_w) ปริมาณ จุลินทรีย์ ทั้งหมด สูงกว่า เกณฑ์	ผู้บริโภคทราบข้อมูลเบื้องต้นทางด้านคุณภาพได้จากฉลากผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพ ก่อนข้างสูง	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การ รับรอง คุณภาพ และ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร และยา (อย.) สินค้ามาตรฐานสหกรณ์ (Q) ผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ภายใต้โครงการคัดสรรสุด ยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547	ไม่มี	สามารถสร้าง ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรองมาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงานของ รัฐ	ไม่มี	สูง
4. การตลาด					
บรรจุ ภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุ ภัณฑ์และ ฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อ กลุ่ม สถานที่ผลิต ระบุ น้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ ผลิต และวันหมดอายุ มี เครื่องหมายรับรองจาก องค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีทั้งแบบ กระปุกพลาสติกมีฝาปิดและ แบบขวดแก้ว ภาชนะ สะอาดและสวยงาม มีการ บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท มีจัดเป็นชุดของขวัญของ ฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์จาก ฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้า ยอมรับ ผลิตภัณฑ์ น้ำพริกได้จาก เครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบวันเดือนปี ที่ผลิตและวัน หมดอายุ สะดวกในการ พกพา	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
ความ ชำนาญ ในการ จัด จำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิก มีความรู้ในการคำนวณ และตั้งราคาจำหน่ายได้ มี การส่งเสริมการขายโดย การให้ชิมฟรี และมีของ แถม สินค้ามีทั้งราคาขาย ส่งและขายปลีก และ จัดทำเป็นชุดของฝาก	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่น ให้กับลูกค้าได้ว่า กลุ่มมีความรู้ในการ ผลิต ราคาขาย เหมาะสม สร้าง แรงจูงใจในการซื้อ สินค้า	ไม่มี	สูง
สถานที่ การ จำหน่าย	ช่องทางการจำหน่าย จะ จำหน่ายตามร้านของฝาก ทั่วไปของจังหวัด ปทุมธานี ห้างบิ๊กซี ที่อป ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็น สินค้า Reader Price ของ ห้างโลตัส และร้านค้า จังหวัดใกล้เคียง งาน แสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เมือง ทองธานี	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ มากขึ้น เป็นการ สร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มโดยไม่ต้อง ลงทุนมาก ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ทุกที่โดยไม่ต้อง มาซื้อที่กลุ่ม	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓4 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ สู่ประชาชน	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้ง ทางออกงานแสดงสินค้า ในงานเทศกาลต่าง ๆ ใน จังหวัดและจังหวัด ใกล้เคียง มีเอกสารแจก ประกอบการออกงาน ด้วย มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทาง อินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ OTOP	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น เป็นการสร้างตลาด ใหม่ๆ ให้กับกลุ่ม โดยไม่ต้องลงทุน มาก นอกเหนือจาก ลูกค้าประจำ เป็น การประชาสัมพันธ์ ให้คนทั่วไปรู้จัก จังหวัดปทุมธานีไป ในตัว	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑5 การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้าน
 คลองคาราม 47 หมู่ 6 ตำบลโพนางคำออก อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหนรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และ สมาชิกมีการแบ่ง กิจกรรมคือ กิจกรรม ส่วนรวม คือ สมาชิก จะรวมตัวกันมาผลิต น้ำพริกต่าง ๆ ทุกวัน	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ รับผิดชอบมีการในการ มาปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจากการ ร่วมกิจกรรมและมีการ พัฒนาทักษะของ ตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำ บัญชี	มีการทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวาง แผนการดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการ ดำเนินงาน	มีการระดมทุนจาก สมาชิกหุ้นละ 100 บาท ในช่วงการก่อตั้ง กลุ่ม ปัจจุบันค่าใช้จ่าย จะได้มาจากทุนส่วนตัว ของประธานกลุ่ม รายได้ของสมาชิกจะ จ่ายเป็นรายวัน	ไม่มี	มีเงินทุนสำรองในการ ผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีตลาด รองรับสม่ำเสมอ การ จำหน่ายจะรับเงินสดจาก ลูกค้า ทำให้กลุ่มมีเงิน หมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ สมาชิกได้เงินปันผลหุ้นละ 40 บาทต่อหุ้นต่อปี	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ ตลาดสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม มีการ สร้างลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิกให้ ความ ร่วมมือดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วม กิจกรรมประมาณ 4 คน ต่อวัน	สมาชิก มาร่วม กิจกรรม น้อย	ไม่มี	ไม่มี	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต					
วัตถุดิบใน ท้องถิ่น	มีความพร้อม กลุ่มจะซื้อ วัตถุดิบจากตลาดในตอน เช้าของทุกวันเพื่อมาผลิต วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับ ฤดูกาล ดังนั้นจะมีราคา ไม่แน่นอน ปลาที่ใช้เป็น ปลาช่อนทะเล วัตถุดิบซื้อ จากตลาดในหมู่บ้าน	ไม่มี	ได้วัตถุดิบที่สด ใหม่ ทำให้ ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	มีเครื่องบดน้ำพริก จำนวน 2 เครื่อง มีเตา อบ 2 เครื่อง และมีการ ใช้อุปกรณ์ดั้งเดิมของ ครัวไทย เช่น เตาถ่าน ในการเตรียมวัตถุดิบ เช่น ย่างปลา กะปิ	อุปกรณ์ ค่อนข้าง เก่าและ ไม่ค่อย สะอาด นัก	ผลิตน้ำพริกได้ ด้วยภูมิปัญญา ดั้งเดิม มีลักษณะ เฉพาะตัวไม่ สิ้นเปลืองเงิน มี ผลิตภัณฑ์พอเพียง กับความต้องการ ของลูกค้า	ไม่มี	ปานกลาง
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการ คัดแยกหรือตรวจสอบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มี คุณภาพ ไม่นำวัตถุดิบที่ เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุน วัตถุดิบที่สามารถเน่าเสีย ได้อาไวันาน จะใช้ให้ หมดไปในแต่ละครั้งที่มี การผลิต เช่น เนื้อสัตว์ ได้วัตถุดิบที่สดใหม่ เสมอ	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่เสียหาย ทำให้ไม่สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	ไม่มี	อาคารที่ใช้ในการ ผลิตอยู่บริเวณที่พัก อาศัย ไม่เหมาะกับการ ผลิต ขาด เงินทุนในการสร้าง อาคารในการผลิต สินค้า ใช้ครัวของ บ้านประชาชนกลุ่ม	ไม่มี	อบต. ไม่มี งบประมาณในการ ก่อสร้าง อาคารให้	ต่ำ
แรงงาน	แรงงาน เพียงพอ สมาชิก หมุนเวียนกัน มาผลิต	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถรองรับ การพัฒนาของ กลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิต ผลิตน้ำพริก ต่าง ๆ เฉลี่ย 500 กิโลกรัม ต่อเดือน ผลิต ได้ตามปริมาณ ที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถ สั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ ล่วงหน้า และ มีปริมาณ เพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์จาก การทดสอบใน ห้องปฏิบัติการ เปรียบเทียบกับ เกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกนรกปลา ย่าง” ปริมาณกรด เบนโซอิก ปริมาณ กรดซอร์บิก ปริมาณจุลินทรีย์ ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนกำหนด	ไม่มี	ผู้บริโภค ทราบข้อมูล เบื้องต้น ทางด้าน คุณภาพได้ จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ไม่มี	สูง
การรับรอง คุณภาพและ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	เครื่องหมายอาหาร และยา (อย.) ผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาวภายใต้โครงการ คัดสรรสุดยอดหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547	ไม่มี	สามารถสร้าง ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงานของ รัฐ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุกิจกรรมรูปแบบบรรจุกิจกรรมและฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต ระบุน้ำหนักสุทธิ มีเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุกิจกรรมที่ใช้แบบกระปุกพลาสติกมีฝาปิด และซั้งขายโดยแบ่งใส่ถุงพลาสติก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์จากฉลากสินค้าและสัญลักษณ์ของกลุ่มลูกค้ายอมรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้จากเครื่องหมายการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์	ไม่มี	สูง
ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ สมาชิกคำนวณและตั้งราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ว่ากลุ่มมีความรู้ในการผลิต ราคาขายเหมาะสม	ไม่มี	สูง
สถานที่ทำการจำหน่าย	นำไปขายตามร้านขายสินค้าในหมู่บ้านและตำบล	ตลาดยังแคบอยู่ลูกค้าอยู่ในกลุ่มเดิม ๆ	ลูกค้าสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาถึงแหล่งผลิต	ไม่มี	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๓5 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	ร่วมงานแสดงสินค้าใน จังหวัดชัยนาท	ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทาง สูงไม่คุ้ม กับรายได้	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จากลูกค้า ประจำ หน่วยงานของ ภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่	ไม่มี	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๑๖ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้าน
น้ำพริกน้ำผึ้ง 142 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าชัย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รอง ประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และ สมาชิกมีการแบ่ง กิจกรรมคือ กิจกรรม ส่วนรวม คือ สมาชิกจะรวมตัวกัน มาผลิตน้ำพริกต่าง ๆ ทุกวัน	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมี หน้าที่รับผิดชอบมี การในการมา ปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจาก การร่วมกิจกรรมและ มีการพัฒนาทักษะ ของตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำ บัญชี	มีการทำบัญชีรายรับ - รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวางแผน การดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการ ดำเนินงาน	มีการระดมทุนจาก สมาชิกหุ้นละ 100 บาท ในช่วงการ ก่อตั้งกลุ่ม ปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายจะได้มาจาก ทุนส่วนตัวของ ประธานกลุ่ม รายได้ ของสมาชิกจะจ่าย เป็นรายวัน	เงินที่ใช้ จ่ายจะได้ จากการ ขาย ผลิตภัณฑ์ ในแต่ละ วัน	มีเงินทุนสำรองใน การผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๖ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงินสด จากลูกค้า ทำให้กลุ่มมี เงินหมุนเวียนอย่าง สม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีการสร้างลูกค้า ใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
2. กรรมวิธีการผลิต					
สมาชิกให้ ความร่วมมือ ดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วม กิจกรรมประมาณ 3 คน ต่อวัน	สมาชิก มาร่วม กิจกรรม น้อย	ไม่มี	ไม่มี	ปาน กลาง
วัตถุดิบใน ท้องถิ่น	มีความพร้อม กลุ่มจะซื้อ วัตถุดิบจากตลาดในตอน เช้าของทุกวันเพื่อมาผลิต ถ้ามีงานแสดงสินค้าหรือ มีลูกค้าสั่ง ก็จะซื้อใน ปริมาณมากขึ้นกว่าเดิม	ไม่มี	ได้วัตถุดิบที่สด ใหม่ ทำให้ ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพ	ไม่มี	สูง
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	มีเครื่องบดน้ำพริก จำนวน 2 เครื่อง และมี การใช้อุปกรณ์ดั้งเดิมของ ครัวไทย เช่น เตาถ่าน ในการเตรียมวัตถุดิบ เช่น ย่างปลา มะเขือ กะปิ	อุปกรณ์ ค่อนข้าง เก่าและ ไม่ค่อย สะอาด นัก	ผลิตน้ำพริกได้ด้วย ภูมิปัญญาดั้งเดิม มีลักษณะ เฉพาะตัวไม่ สิ้นเปลืองเงินใน การซื้อก๊าซในการ ประกอบอาหาร	ไม่มี	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๓6 (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มี การคัดแยกหรือ ตรวจสอบเพื่อให้ได้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่นำวัตถุดิบที่เน่าเสีย มาใช้ ไม่กักคุณ วัตถุดิบที่สามารถเน่า เสียได้เอาไว้นาน จะ ใช้ให้หมดไปในแต่ละ ครั้งที่มีการผลิต ได้ วัตถุดิบที่สดใหม่เสมอ	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ ไม่สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	ไม่มี	อาคารที่ใช้ใน การผลิตอยู่ บริเวณที่พักอาศัย ไม่เหมาะกับการ ผลิต ขาดเงินทุน ในการสร้าง อาคารในการ ผลิตสินค้า ใช้ ครัวเรือน ประชาชนกลุ่ม	ไม่มี	ไม่มี	ต่ำ
แรงงาน	แรงงานเพียงพอ สมาชิกชุมชนเวียนกัน ทำงาน	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถ รองรับการพัฒนา ของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓๖ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
3. ผลិតภัณฑ์					
ปริมาณการผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตน้ำพริกต่าง ๆ เฉลี่ย 500 กิโลกรัมต่อเดือน ผลิตได้ตามปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้า และมีปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง
คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	“น้ำพริกนรกปลาอย่าง” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน กำหนด	ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้บริโภคทราบข้อมูลเบื้องต้นทางด้านคุณภาพได้จากฉลากผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพค่อนข้างสูง	ปานกลาง
การรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	ไปรับรองภูมิปัญญาท้องถิ่น คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ. 2547 เครื่องหมายอาหารและยา (อย.)	ไม่มี	สามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าได้ เนื่องจากการรับรองมาตรฐานกระทำโดยหน่วยงานของรัฐ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๖ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุกิจกรรมรูปแบบบรรจุกิจกรรมและฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต ระบุน้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ มีเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุกิจกรรมที่ใช้แบบกระปุกพลาสติกมีฝาปิด มีจัดเป็นชุดของขวัญของฝาก	มีน้ำมันไหลเยิ้มมาก บรรจุกิจกรรม	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์จากฉลากสินค้าและสัญลักษณ์ของกลุ่มลูกค้ายอมรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้จากเครื่องหมายการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทราบวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ สะดวกในการพกพา	ไม่มี	ปานกลาง
ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ สมาชิกคำนวณและตั้งราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ว่ากลุ่มมีความรู้ในการผลิตราคาขายเหมาะสม	ไม่มี	สูง
สถานที่จำหน่าย	จำหน่ายที่ตลาดภาษีชุมชน ตลาดเทศบาลเมืองชัยนาท (ตลาด บขส.ตอนเย็น ใต้รุ่ง) จำหน่ายที่สถานที่กลุ่มผู้ผลิต ร้านค้าชัยนาท CEO 3 สาขา คือ ข้างศาลากลางจังหวัดชัยนาท หน้าสวนนกชัยนาท และศูนย์บริการทางหลวง กิโลเมตรที่ 185	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ลูกค้าสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาถึงแหล่งผลิต เป็นการสร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๓๖ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งทางออกงานแสดงสินค้า ในงานเทศกาลต่าง ๆ ใน จังหวัดชัยนาทและจังหวัด ใกล้เคียง มีเอกสารแจก ประกอบการออกงานด้วย และกลุ่มได้หารูปแบบที่ แตกต่างด้วยการดัดแปลง น้ำพริกในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ ซ้ำใคร ด้วยการใช้น้ำผึ้งแทน ความหวานจากน้ำตาลทำให้ หอมหวานแบบธรรมชาติ	ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทาง สูงไม่คุ้ม กับรายได้	ลูกค้ารู้จักกลุ่ม และผลิตภัณฑ์ มากขึ้น สร้าง ตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จาก ลูกค้าประจำ หน่วยงานของ ภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการ ใช้พื้นที่	ไม่มี	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๗ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มชมรมพัฒนา
วังไถ่เดือน 90 หมู่ที่ 3 ตำบลโพนางคำตอก อำเภอสรรพยา จังหวัดน่าน

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก ประชาสัมพันธ์ สมาชิกจะรวมตัวกันมา ผลิตน้ำพริกต่าง ๆ ตาม ลูกค้านั่ง	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ รับผิดชอบมีการใน การมาปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจากการ ร่วมกิจกรรมและมี การพัฒนาทักษะของ ตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำบัญชี	มีการทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวาง แผนการดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการดำเนินงาน	มีการระดมทุนจาก สมาชิกหุ้นละ 100 บาท ในช่วงการก่อตั้ง กลุ่ม ปัจจุบันค่าใช้จ่าย จะได้มาจากทุนส่วนตัว ของประธานกลุ่ม รายได้ของสมาชิกจะ จ่ายเป็นรายวัน	ไม่มี	มีเงินทุนสำรองใน การผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๗ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงิน สดจากลูกค้า ทำให้ กลุ่มมีเงินหมุนเวียน อย่างสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม มีการสร้าง ลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
2. กระบวนการผลิต					
สมาชิกให้ ความ ร่วมมือ	สมาชิกหมุนเวียน มาร่วมกิจกรรม ประมาณ 3 - 4 คนต่อ วัน	ไม่มี	สมาชิกได้ร่วมมือ กันทำงานสร้าง ความสามัคคีใน กลุ่ม	ไม่มี	สูง
วัตถุดิบใน ท้องถิ่น	มีความพร้อม กลุ่มจะ ซื้อวัตถุดิบจากตลาด วัตถุดิบที่ใช้ทำ น้ำพริกเผา ทางกลุ่มได้ ใช้วัตถุดิบที่สดและใช้ ครั้งเดียวหมดไม่มีการ เก็บสำรองเนื่องจาก คุณภาพจะดำนน้ำพริกจะ เสียง่าย อาทิตย์หนึ่งซื้อ ประมาณ 1 - 2 ครั้ง ที่มีการผลิต	ไม่มี	ได้วัตถุดิบที่สด ใหม่ ทำให้ ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๗ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ และ สภาพ แวดล้อม เหมาะสม	มีอาคารที่ใช้ในการผลิตแยก ออกมาจากอาคารที่พักอาศัย มีการแยกส่วนที่ใช้ในการ ผลิตและส่วนบรรจุ ส่วน เก็บผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จแล้ว เป็นสัดส่วน อาคารมีความ สะอาดเหมาะกับการผลิต อาหาร สมาชิกใส่หมวกและ ผ้ากันเปื้อนกันผมหลุ่คร่วง ไปในผลิตภัณฑ์	ไม่มี	อาคารและ สถานที่เหมาะกั การพัฒนา ผลิตภัณฑ์เป็น อย่างมาก สามารถนำ รูปแบบการผลิต ตามหลักเกณฑ์ GMP มาใช้ได้	ไม่มี	สูง
แรงงาน	แรงงานเพียงพอ สมาชิก หมุนเวียนกันมาผลิต ได้รับ การอบรมจากประธานกลุ่ม ทำให้มีความรู้ในการผลิต อาหาร	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถ รองรับการพัฒนา ของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง
เครื่อง มือ อุปกรณ์ ทันสมัย	เครื่องมือและอุปกรณ์ใหม่ มีมาตรฐาน มีเครื่องบด เครื่องปอก เครื่องอบลม ร้อน เครื่องผสม เครื่องผัด และเครื่องพาสเจอร์ไรซ์ อุปกรณ์ล้างและทำความสะอาด สะอาดก่อนและหลังการ ผลิต	ไม่มี	ผลิตน้ำพริกได้ ด้วยภูมิปัญญา ดั้งเดิม มีลักษณะ เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์เพียงพอ กับความต้องการ ของผู้บริโภค สร้างความมั่นใจ ให้กับลูกค้าได้ อย่างดี	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๗ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัด แยกหรือตรวจสอบเพื่อให้ ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ นำวัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุนวัตถุดิบที่สามารถ เน่าเสียได้อาไว้นาน จะใช้ ให้หมดไปในแต่ละครั้งที่มี การผลิต ได้วัตถุดิบที่สด ใหม่เสมอ	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ ไม่สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการ ผลิตมาก	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตน้ำพริก ต่าง ๆ เฉลี่ย 700 กิโลกรัม ต่อเดือน ผลิตได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ล่วงหน้า และมีปริมาณ เพียงพอ	ไม่มี	สูง
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ จากการ ทดสอบใน ห้องปฏิบัติ การ เปรียบเทีย บกับเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกเผาสูตรโบราณ” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนด	ไม่มี	ผู้บริโภคทราบ ข้อมูลเบื้องต้น ทางด้านคุณภาพ ได้จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๗ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การ รับรอง คุณภาพ และ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	ใบรับรองภูมิปัญญา ท้องถิ่น คัดสรรสุดยอดหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ระดับ 4 ดาว ปี พ.ศ. 2547 เครื่องหมาย อาหารและยา(อย.)	ไม่มี	สามารถสร้างความ เชื่อมั่นต่อลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรองมาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงานของรัฐ	ไม่มี	สูง
4. การตลาด					
บรรจุ ภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุ ภัณฑ์และ ฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุ ชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต ระบุน้ำหนักสุทธิ วัน เดือนปีที่ผลิต และวัน หมดอายุ มีเครื่องหมาย รับรองจากองค์การ อาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แบบ กระปุกแก้วมีฝาปิด มี พลาสติกรัดปากขวด มี การจัดเป็นชุดของขวัญ ของฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ จากฉลากสินค้า และสัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้ายอมรับ ผลิตภัณฑ์น้ำพริก ได้จากเครื่องหมาย การรับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบ วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ สะดวกในการ พกพา	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๗ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ จำหน่าย	ตลาดหลักคือ ส่งห้างฟู๊ด แลนค์ (ลาดพร้าว) ผู้นำ กลุ่มจัดหาตลาดเอง ในช่วงเริ่มการผลิตตลาด ไม่ดีเท่าที่ควร ก็จะมีการ แจกไปตามหน่วยงานและ ร้านค้าไปชิมและต่อมา หน่วยงานและร้านค้าก็จะ ติดต่อไปจำหน่าย และจะมี พ่อค้าคนกลางมารับ การ ส่งเสริมการขาย โดยการ แถม และลดราคา	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ มากขึ้น ลูกค้า สามารถซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่ต้อง เดินทางมาถึง แหล่งผลิต เป็นการ สร้างตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม	ไม่มี	สูง
ความ ชำนาญ ในการ จัด จำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิก ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูน ความรู้ สมาชิกคำนวณ และตั้งราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่น ให้กับลูกค้าได้ว่า กลุ่มมีความรู้ในการ ผลิต ราคาขาย เหมาะสม	ไม่มี	สูง
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งทางออก งานแสดงสินค้าในงาน เทศกาลต่าง ๆ ในจังหวัด ชัยนาทและจังหวัด ใกล้เคียง	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือจากลูกค้า ประจำ หน่วยงาน ของภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๘ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแม่บ้าน
ทำน้ำพริก บ้านบางท่าช้าง เลขที่ 47 หมู่ 6 ตำบลโพนางคำออก อำเภอสรรพยา
จังหวัดชัยนาท

ประเดี น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการ แบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก ประชาสัมพันธ์ สมาชิกจะรวมตัวกัน มาผลิตน้ำพริกต่าง ๆ ทุกวัน	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ รับผิดชอบมีการในการ มาปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก มีรายได้เพิ่มเติม จากการร่วมกิจกรรม และมีการพัฒนาทักษะ ของตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการ ทำ บัญชี	มีเหรียญกกลุ่มทำ บัญชี รายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	สามารถรู้รายรับรายจ่าย เพื่อวางแผนการ ดำเนินการและการผลิต	ไม่มี	สูง
ทุนใน การ ดำเนิน งาน	ทุนที่ใช้ได้จากเงินออม ของสมาชิก และได้ จากกำไรในการ จำหน่ายน้ำพริกในแต่ละ วัน	ไม่มี	กลุ่มมีเงินทุนสำรองใน การดำเนินการ จากการ ระดมทุนและการหัก จากค่าแรง ทำให้มี ความสามารถในการ เพิ่ม กำลังการผลิตและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง
ราย ได้สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์มีตลาด รองรับ การจำหน่ายจะ รับเงินสดจากลูกค้า ทำให้กลุ่มมีเงิน หมุนเวียนสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้า รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีการสร้างลูกค้าใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๘ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
2. กรรมวิธีการผลิต					
สมาชิกให้ความร่วมมือที่ดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วมกิจกรรมประมาณ 5 คนต่อวัน มีการจดบันทึกการทำงานของสมาชิก	ไม่มี	สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปรึกษาหารือกันในการทำงาน	ไม่มี	สูง
วัตถุดิบในท้องถิ่น	มีความพร้อม สมาชิกที่ปลูกในหมู่บ้าน	ไม่มี	ลดปัญหาพืชผลทางการเกษตรในชุมชนที่ล้มตลาค ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอาชีพหลัก	ไม่มี	สูง
เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย	มีเครื่องบด 2 เครื่อง และ เตอบลนร้อน	ไม่มี	สามารถผลิตน้ำพริกได้ในปริมาณมาก สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง	ไม่มี	สูง
คุณภาพวัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัดแยกหรือตรวจสอบเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่นำวัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่กักตุนวัตถุดิบที่สามารถนำเสียได้เอาไว้วันนาน จะใช้ให้หมดไปในแต่ละครั้งที่มีการผลิต	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือ วัตถุดิบไม่เสียหาย ทำให้ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการผลิตมาก	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๘ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	อาคารที่ใช้ในการ ผลิตแยกจากบริเวณที่ พักอาศัย พื้นที่ เพียงพอในการ ทำงาน	สมาชิกจะ สะดวกในการ ออกมานั่งทำ นอกอาคาร พื้น เป็นดิน มีฝุ่นฟุ้ง ได้	ไม่มี	น้ำท่วม พื้นที่ บ่อไม่ สะดวก ในบาง ฤดูกาล	ปานกลาง
แรงงาน	แรงงานเพียงพอและ ต่อเนื่องสมาชิก หมุนเวียนกันมาผลิต สมาชิกทำน้ำพริก เป็นทุกคน ทำให้มี ความต่อเนื่องในการ ผลิต สมาชิกสลับไป ทำงานในตำแหน่ง อื่น ๆ ได้	ไม่มี	กลุ่มมีความ เข้มแข็ง สามารถ รองรับการ พัฒนาของ กลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลិតภัณฑ์					
ปริมาณ การผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิต น้ำพริกต่าง ๆ เฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อ เดือน ผลิตได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถ สั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ ล่วงหน้า และ มีปริมาณ เพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๘ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การรับรอง คุณภาพและ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์	ใบรับรองภูมิปัญญา ท้องถิ่น คัดสรรสุดยอดหนึ่ง ตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3 ดาว ปี พ.ศ. 2546 เครื่องหมายอาหาร และยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน น้ำพริกเผา ปี 2546	ไม่มี	สามารถสร้าง ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงานของ รัฐ	ไม่มี	สูง
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์จาก การทดสอบ ใน ห้องปฏิบัติการ เปรียบเทียบกับ เกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกเผากุ้ง” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนกำหนด	ปริมาณ จุลินทรีย์ ทั้งหมด สูง กว่าเกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	ผู้บริโภคทราบ ข้อมูลเบื้องต้น ทางด้าน คุณภาพได้จาก ฉลาก ผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายใน การ ตรวจ สอบ คุณภาพ ค่อนข้าง สูง	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๘ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุ ภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุ ภัณฑ์ และ ฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อ กลุ่ม สถานที่ผลิต และ สัญลักษณ์ของกลุ่ม ระบุ น้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ ผลิต และวันหมดอายุ มี เครื่องหมายรับรองจาก องค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็น กระปุกแก้ว ภาชนะสะอาด และสวยงาม มีการบรรจุ ในภาชนะที่ปิดสนิท มี จัดเป็นชุดของขวัญของฝาก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์จาก ฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้า ยอมรับผลิตภัณฑ์ น้ำพริกได้จาก เครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ ทราบ วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ สะดวกในการ พกพา	ไม่มี	สูง
สถานที่ การ จำหน่าย	จำหน่ายที่กลุ่มทำน้ำพริก ในร้านขายของฝากประจำ ตำบล ร้านค้าในหมู่บ้าน ตลาดนัด งานเทศกาล ประจำจังหวัดในโอกาส ต่าง ๆ และงานสินค้าหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เมืองทองธานี กรุงเทพฯ	ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทางไป ออกงาน ต่างจังหวัด สูง ต้อง เสียค่าที่ พัก ไม่คุ้ม กับรายได้	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์มากขึ้น ลูกค้าสามารถซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้โดย ไม่ต้องเดินทาง มาถึงแหล่งผลิต เป็นการสร้าง ตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม	ไม่มี	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๘ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
ความ ชำนาญ ในการ จัด จำหน่าย	คณะกรรมการและ สมาชิกได้รับการ ฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ สมาชิกคำนวณและตั้ง ราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่น ให้กับลูกค้าได้ว่ากลุ่ม มีความรู้ในการผลิต ราคาขายเหมาะสม	ไม่มี	สูง
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้ง ทางออกงานแสดง สินค้าในงานเทศกาล ต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท และจังหวัดใกล้เคียง มีเอกสารแจก ประกอบการออกงาน ด้วย	ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทางสูง ไม่คุ้มกับ รายได้	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จากลูกค้า ประจำ หน่วยงาน ของภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่กรมพัฒนา ชุมชนจัดทำเว็บไซต์ ให้สืบค้นผลิตภัณฑ์ ชุมชน	ไม่มี	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ ๑๑ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT น้ำพริกเผา
ตราแม่เหล็กแก้ว 15 หมู่ 6 บ้านคลองปลาไหล ตำบลมะขามเต่า อำเภอวัดสิงห์
จังหวัดชัยนาท

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่ง หน้าที่ รับผิดชอบ	คณะกรรมการกลุ่มเป็น คนในครอบครัว แต่มี การแบ่งหน้าที่ ประชาชน รองประธาน เจริญฤติก ประชาสัมพันธ์ และ สมาชิกจะรวมตัวกันมา ผลิตน้ำพริกต่าง ๆ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ รับผิดชอบมีการในการ มาปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจากการ ร่วมกิจกรรมและมีการ พัฒนาทักษะของ ตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำ บัญชี	มีการทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวาง แผนการดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการ ดำเนินงาน	ทุนจะได้มาจากทุน ส่วนตัวของครอบครัว	ไม่มี	มีเงินทุนสำรองในการ ผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี ตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงิน สดจากลูกค้า ทำให้ กลุ่มมีเงินหมุนเวียน สม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้า รู้จักผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม มีการสร้างลูกค้า ใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๙ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
ทุนในการดำเนินงาน	ทุนจะได้มาจากทุนส่วนตัวของครอบครัว	ไม่มี	มีเงินทุนสำรองในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีตลาดรองรับสม่ำเสมอ การจำหน่ายจะรับเงินสดจากลูกค้า ทำให้กลุ่มมีเงินหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาดสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีการสร้างลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิกให้ความร่วมมือดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วมกิจกรรมเมื่อมีการผลิต	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ปานกลาง
2. กรรมวิธีการผลิต					
วัตถุดิบในท้องถิ่น	มีความพร้อม กลุ่มจะซื้อวัตถุดิบจากตลาดในตอนเช้าของทุกวันเพื่อมาผลิต วัตถุดิบไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล ดังนั้นจะมีราคาไม่แน่นอน วัตถุดิบซื้อจากตลาดในหมู่บ้าน	ไม่มี	ได้วัตถุดิบที่สดใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๙ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	มีเครื่องบดน้ำพริก จำนวน 1 เครื่อง มีเตา อบ 1 เครื่อง และมี การใช้อุปกรณ์ดั้งเดิม ของครัวไทย เช่น เตา ถ่าน ในการเตรียม วัตถุดิบ เช่น ย่างปลา กะปิ คั่วหอม กระเทียม พริก	ไม่มี	ผลิตน้ำพริกได้ด้วย ภูมิปัญญาดั้งเดิม มี ลักษณะเฉพาะตัว ไม่สิ้นเปลืองเงิน มี ผลิตภัณฑ์พอกเพียงกับ ความต้องการของ ลูกค้า	ไม่มี	สูง
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการ คัดแยกหรือตรวจสอบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มี คุณภาพ ไม่นำวัตถุดิบ ที่เน่าเสียมาใช้ ไม่ กักตุนวัตถุดิบที่ สามารถเน่าเสียได้ เอาไว้นาน จะใช้ให้ หมดไปในแต่ละครั้งที่มี การผลิต เช่น เนื้อสัตว์ ได้วัตถุดิบที่สดใหม่ เสมอ	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภค เชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ไม่ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ในการผลิตมาก	ไม่มี	สูง
แรงงาน	แรงงานเพียงพอ สมาชิกกลุ่มมีการ พัฒนาตนเองเสมอ คิดค้นตำรับน้ำพริก ใหม่ ๆ	ไม่มี	สามารถรองรับการ พัฒนาของกลุ่มได้	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๙ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่และสภาพแวดล้อมเหมาะสม	ไม่มี	อาคารที่ใช้ในการผลิตอยู่บริเวณที่พักอาศัย ไม่เหมาะกับการผลิตขาดเงินทุนในการสร้างอาคารในการผลิตสินค้า ใช้ครัวของบ้าน	ไม่มี	อบต. ไม่มีงบประมาณในการก่อสร้างอาคารให้กลุ่ม	ต่ำ
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณการผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตน้ำพริกต่าง ๆ เฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อเดือน ผลิตได้ตามปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้า และมีปริมาณเพียงพอ	ไม่มี	สูง
คุณภาพผลิตภัณฑ์จากการทดสอบในห้องปฏิบัติการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	“น้ำพริกแมงดา” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรดซอร์บิก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกำหนด	ปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้บริโภคทราบข้อมูลเบื้องต้นทางด้านคุณภาพได้จากฉลากผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพค่อนข้างสูง	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ ๙ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
การรับรอง คุณภาพ และ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	เครื่องหมายรับรอง คุณภาพ อย. ได้รับรางวัลการคัดสรร เป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ระดับจังหวัด ปี 2547	ไม่มี	สามารถสร้าง ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจาก การรับรอง มาตรฐาน กระทำ โดยหน่วยงานของ รัฐ	ไม่มี	สูง
4. การตลาด					
บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ และฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุ ชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต น้ำหนักสุทธิ มี เครื่องหมายรับรองจาก องค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ แบบกระปุกพลาสติกมี ฝาปิด และซั้งขายโดย แบ่งใส่ถุงพลาสติก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์จาก ฉลากสินค้าและ สัญลักษณ์ของ กลุ่ม ลูกค้า ยอมรับผลิตภัณฑ์ น้ำพริกได้จาก เครื่องหมายการ รับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์	ไม่มี	สูง
ความ ชำนาญใน การจัด จำหน่าย	คณะกรรมการและ สมาชิกได้รับการ ฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ สมาชิกคำนวณและตั้ง ราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่น ให้กับลูกค้าได้ว่า กลุ่มมีความรู้ใน การผลิต ราคาขาย เหมาะสม	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๙ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ จำหน่าย	นำไปขายตาม ร้านขายสินค้าใน หมู่บ้านและ ตำบล	ตลาดยัง แคบ ลูกค้า อยู่ในกลุ่ม เดิม ๆ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ ได้โดยไม่ต้อง เดินทางมาถึงกลุ่ม ผู้ผลิต	ไม่มี	ปานกลาง
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	ร่วมงานแสดง สินค้าในจังหวัด ชัยนาท มีการ ประชาสัมพันธ์ ทางเว็บไซต์	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จากลูกค้า ประจำ หน่วยงาน ของภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ การวิเคราะห์ศักยภาพโดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มสตรีน้ำพริก
ตราหอมทอง 3/1 หมู่ 3 บ้านซอนตะเคียน ตำบลซอนสมบูรณ์
อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
1. โครงสร้างและการบริหารจัดการของกลุ่ม					
มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	มีคณะกรรมการกลุ่ม ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก ประชาสัมพันธ์ สมาชิกจะ รวมตัวกันมาผลิตน้ำพริก ต่าง ๆ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง สมาชิกจะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อ จำหน่ายให้กับกลุ่ม	ไม่มี	สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ รับผิดชอบมีการใน การมาปฏิบัติงานของ สมาชิกในการผลิต น้ำพริก สมาชิกมี รายได้เพิ่มเติมจาก การร่วมกิจกรรมและ มีการพัฒนาทักษะ ของตนเองเพิ่มขึ้น	ไม่มี	สูง
มีการทำบัญชี	มีการทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย	ไม่มี	กลุ่มสามารถรู้รายรับ รายจ่ายเพื่อวางแผน การดำเนินการ และการผลิตได้	ไม่มี	สูง
ทุนในการดำเนินงาน	มีการระดมทุนจากสมาชิก หุ้นละ 100 บาท มีทุน สำรองเรียกเก็บจากค่าแรง สมาชิกร้อยละ 10 ของ ค่าแรงทั้งหมด นำเข้าร่วม ทุนในการดำเนินงานของ กลุ่ม มีการปันผลให้สมาชิก ค่าแรงจะจ่ายให้สมาชิกเป็น รายวัน	ไม่มี	มีเงินทุนสำรองใน การผลิต และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
รายได้ สม่ำเสมอ	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีตลาด รองรับสม่ำเสมอ การ จำหน่ายจะรับเงินสดจาก ลูกค้า ทำให้กลุ่มมีเงิน หมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ	ไม่มี	สินค้าเข้าสู่ตลาด สม่ำเสมอ ทำให้ ลูกค้ารู้จัก ผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม มีการสร้าง ลูกค้าใหม่ ๆ เสมอ	ไม่มี	สูง
สมาชิกให้ ความ ร่วมมือดี	สมาชิกหมุนเวียนมาร่วม กิจกรรมเมื่อมีการผลิต	ไม่มี	สมาชิกมีการ พัฒนาทักษะและ ฝีมือในการผลิต ได้	ไม่มี	ปาน กลาง
2. กรรมวิธีการผลิต					
วัตถุดิบใน ท้องถิ่น	มีความพร้อม วัตถุดิบก็หา ได้จากทางสมาชิก โดย สมาชิกจะปลูกวัตถุดิบ เช่น ตะไคร้ ข่า กระชาย มะกรูด และพริก เพื่อจำหน่ายให้กับ กลุ่ม กลุ่มจะซื้อวัตถุดิบจาก สมาชิก ถ้าไม่พอจึงจะซื้อ วัตถุดิบจากบุคคลทั่วไปใน หมู่บ้าน ทำให้สมาชิกมี รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเพิ่มเติม จากการทำไร่พริก ไร่อ้อย และไร่ข้าวโพด ที่เป็นอาชีพ หลักของสมาชิก	ไม่มี	ได้วัตถุดิบที่สด ใหม่ ทำให้ ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
เครื่องมือ อุปกรณ์ ทันสมัย	มีเครื่องบดน้ำพริก จำนวน 1 เครื่อง มีเตาอบ 1 เครื่อง และมีการใช้อุปกรณ์ดั้งเดิม ของครัวไทย เช่น เตาถ่าน ในการเตรียมวัตถุดิบ เช่น ย่างปลา กะปิ กุ้งหอม กระเทียม พริก	ไม่มี	ผลิตน้ำพริกได้ ด้วยภูมิปัญญา ดั้งเดิม มี ลักษณะ เฉพาะตัวไม่ สิ้นเปลืองเงิน มีผลิตภัณฑ์ พอเพียงกับ ความต้องการ ของลูกค้า	ไม่มี	สูง
คุณภาพ วัตถุดิบ	วัตถุดิบที่นำมาใช้มีการคัด แยกหรือตรวจสอบเพื่อให้ ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ นำวัตถุดิบที่เน่าเสียมาใช้ ไม่ กักตุนวัตถุดิบที่สามารถเน่า เสียได้เอาไว้นาน จะใช้ให้ หมดไปในแต่ละครั้งที่มีการ ผลิต เช่น เนื้อสัตว์ ได้ วัตถุดิบที่สดใหม่เสมอ	ไม่มี	ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพทำให้ ผู้บริโภค เชื่อถือ วัตถุดิบไม่ เสียหาย ทำให้ ไม่สิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายใน การผลิตมาก	ไม่มี	สูง
สถานที่และ สภาพแวดล้อม เหมาะสม	สมาชิกจะมารวมกันผลิตที่ กลุ่ม อาทิตย์ละ 1 ครั้ง สถานที่ใช้ในการผลิตอยู่ใน พื้นที่บ้านของทางประธาน กลุ่ม แยกออกจากที่พัก อาศัย แบ่งออกเป็นสัดส่วน	ไม่มี	สร้างความ มั่นใจให้ลูกค้า ได้ระดับหนึ่ง ว่าผลิตภัณฑ์ที่ ผลิตสะอาด ไม่มีสิ่ง ปนเปื้อน	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
แรงงาน	สมาชิกจะผลัดเปลี่ยน หมุนเวียนกันมาทำ ประธานกลุ่ม จะแบ่ง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้ สมาชิกกลับไปทำที่บ้าน เนื่องจากบ้านของสมาชิกจะ อยู่ติดกับสถานที่ในการ ผลิต และสถานที่ใช้ในการ ผลิตจะไม่กว้างขวางนัก	ไม่มี	สามารถ รองรับการ พัฒนาของ กลุ่มได้	ไม่มี	สูง
3. ผลิตภัณฑ์					
ปริมาณการ ผลิต	ทางกลุ่มผลิตผลิตน้ำพริก ต่าง ๆ เฉลี่ย 400 กิโลกรัม ต่อเดือน ผลิตได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าสั่ง	ไม่มี	ลูกค้า สามารถ สั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ ล่วงหน้า และมี ปริมาณ เพียงพอ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์จาก การทดสอบใน ห้องปฏิบัติ การ เปรียบเทียบกับ เกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	“น้ำพริกนรก แมงดา” ปริมาณกรดเบนโซอิก ปริมาณกรด ซอร์บิก อยู่ใน เกณฑ์มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชนกำหนด	ปริมาณ จุลินทรีย์ ทั้งหมด สูงกว่า เกณฑ์ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	ผู้บริโภคทราบ ข้อมูลเบื้องต้น ทางด้านคุณภาพ ได้จากฉลาก ผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่าย จ่ายค่อนข้าง สูง	ปานกลาง
การรับรอง คุณภาพและ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	เครื่องหมายรับรอง คุณภาพ อย. ราชวิทยาลัย การคัดสรรเป็น ผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ระดับจังหวัด ปี 2547 และระดับ ภาค ปี 2547 ราชวิทยาลัยมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน พ.ศ. 2546	ไม่มี	สามารถสร้าง ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้าได้ เนื่องจากการ รับรอง มาตรฐาน กระทำโดย หน่วยงานของ รัฐ	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
4. การตลาด					
บรรจุกิจกรรมรูปแบบบรรจุกิจกรรมและฉลาก	ผลิตภัณฑ์มีฉลาก ระบุชื่อกลุ่ม สถานที่ผลิต น้ำหนักสุทธิ มีเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) บรรจุกิจกรรมที่ใช้แบบกระปุกพลาสติกมีฝาปิดและซั้งขายโดยแบ่งใส่ถุงพลาสติก	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์จากฉลากสินค้าและสัญลักษณ์ของกลุ่ม ลูกค้ายอมรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้จากเครื่องหมายการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์	ไม่มี	สูง
ความชำนาญในการจัดจำหน่าย	คณะกรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ สมาชิกคำนวณและตั้งราคาจำหน่ายได้เอง	ไม่มี	สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ว่ากลุ่มมีความรู้ในการผลิต ราคาขายเหมาะสม	ไม่มี	สูง

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ (ต่อ)

ประเด็น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด	สรุป ศักยภาพ
สถานที่ การ จำหน่าย	จำหน่ายหน้าร้าน และตลาดนัด ร่วมงานแสดงสินค้า ต่าง ๆ ที่จัดใน จังหวัดและเข้า ร่วมงานแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ เมืองทองธานี	เสียค่าใช้จ่าย ในการ เดินทางและ ค่าที่พักเมื่อ ออก ต่างจังหวัด	ลูกค้าสามารถซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้โดย ไม่ต้องเดินทาง มาถึงแหล่งผลิต	ไม่มี	ปานกลาง
มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์	ร่วมงานแสดงสินค้า ในจังหวัดชัยนาท มีการประชาสัมพันธ์ ทางเว็บไซต์	ไม่มี	ลูกค้ารู้จักกลุ่มและ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น สร้างตลาดใหม่ ๆ นอกเหนือ จาก ลูกค้าประจำ หน่วยงานของ ภาครัฐให้การ สนับสนุนไม่เก็บ ค่าใช้จ่ายในการใช้ พื้นที่	ไม่มี	สูง

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ –นามสกุล	นางสาวชิตารัตน์ ล้อมสุขวัฒนา
เกิดวันที่	19 กุมภาพันธ์ 2524
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	ศศ.บ. (ศึกษาศาสตร์-คหกรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ปัจจุบัน	กำลังศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ทุนการศึกษาที่ได้รับ	ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์