

การพัฒนาธุรกิจชุมชนสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถ์เชื่อมผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่ตง ตำบลข้าวเม่าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

พิรยา สมศักดิ์¹ อรไท เชี่ยวขุ่ม² ไพรพันธ์ ธนเลิศโสภิต^{1*}

Received: February 10, 2025

Revised: May 13, 2025

Accepted: May 30, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่ตง ตำบลข้าวเม่าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ในการผลิตและจำหน่ายหัตถ์เชื่อมผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน นอกจากนี้ การศึกษายังมุ่งพัฒนารูปแบบธุรกิจ โดยใช้กรอบแนวคิด และหลักการของเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียวเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ประกอบด้วย สมาชิกวิสาหกิจชุมชน 24 คน ผู้นำกลุ่ม 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนหรือเจ้าหน้าที่รัฐ 4 คน กระบวนการวิจัยเริ่มจากการประเมินศักยภาพและอุปสรรคของกลุ่ม จากนั้นจึงดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการบริหารการเงิน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจมีทรัพยากรสำคัญ ได้แก่ มูลไส้เดือน แรงงานในท้องถิ่น และภูมิปัญญาชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดในการบริหารธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาแนวทางเชิงรุก เช่น การสร้างตราสินค้า การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ ควบคู่ไปกับ การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 421 ถัง โดยมีรายได้เฉลี่ย 8,000 บาทต่อเดือน หรือ 96,000 บาทต่อปี การศึกษานี้แสดงความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ผลิตหัตถ์เชื่อมผสมดินอินทรีย์ชีวภาพที่สามารถเป็นต้นแบบให้กับธุรกิจชุมชนอื่น โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับกรอบแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ที่เน้นถึงความยั่งยืนทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: การพัฒนาธุรกิจ ความยั่งยืน เศรษฐกิจหมุนเวียน

¹ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

*Corresponding author Email: drpaipan@gmail.com

Development of Community Business for Bio-organic Soil Conditioner Product from Worm Castings

A Case Study: Rai Dong Community Enterprise Group, Kuamung Sub-district, Saraphi District, Chiang Mai Province

Peeraya Somsak¹ Orathai Khiawcha-um² Paipan Thanalerdsopit^{1*}

Abstract

This study examines the potential and readiness of the Ban Rai Dong Community Enterprise Group, Khua Mung Subdistrict, Saraphi District, Chiang Mai, to produce and distribute bio-organic soil inoculants from earthworm castings. Additionally, the study seeks to develop a business model based on framework and the Bio-Circular-Green Economy framework to enhance competitiveness and long-term sustainability. The research employed a sample of 30 participants, comprising 24 community enterprise members, 2 group leaders, and 4 community development experts or government officials. The research process involved an assessment of the group's potential and challenges, followed by a series of capacity-building workshops on product development, packaging, distribution channels, and financial management. The findings indicate that the community enterprise possesses key resources, including vermicompost, local labor, and indigenous knowledge. However, constraints remain in business management, product design, and marketing strategies. The development process led to the implementation of proactive strategies, such as brand creation, expansion of distribution channels, and organic certification, alongside efficient cost management. The break-even point was calculated at 421 units, with an estimated monthly revenue of 8,000 THB or an annual revenue of 96,000 THB. The study highlights the successful development of the bio-organic soil inoculant community enterprise, which serves as a model for other community businesses. The findings align with the BCG economic framework, demonstrating economic, social, and environmental sustainability.

Keywords: Business Development, Circular Economy, Sustainability

^{1*} Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

² College of Arts, Media and Technology, Chiang Mai University

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมไทย โดยเฉพาะในพื้นที่เกษตรกรรมที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลัก (Green & Haines, 2016) อย่างไรก็ตามปัจจุบันภาคเกษตรกรรมของประเทศไทย เผชิญกับความท้าทายจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาปุ๋ยเคมี ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรและศักยภาพในการแข่งขัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) นอกจากนี้ ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจชุมชนต้องปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG) เป็นกรอบแนวคิดที่เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดของเสีย และการเพิ่มมูลค่าจากทรัพยากรในพื้นที่ โดยเฉพาะในชุมชนเกษตรกรรม แนวคิดนี้ช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน (Edyvean et al., 2023) ตัวอย่างเช่น การนำมูลไส้เดือนซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาผลิตเป็นหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพ ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะ แต่ยังเป็นทางเลือกของปุ๋ยที่มีต้นทุนต่ำกว่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) การนำแนวคิด BCG ไปใช้ในบริบทของวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการเพิ่มรายได้ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดได้มากขึ้น (Geissdoerfer et al., 2017) แต่ในขณะเดียวกัน การวิจัยเชิงปฏิบัติที่ศึกษาการนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ในประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด (Chiphawang, 2024)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลขัวมุง อำเภอสรรภ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งในชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจชุมชนยังคงเผชิญกับข้อจำกัดหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการทรัพยากร การเข้าถึงตลาด และการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การประยุกต์ใช้เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ เช่น แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) และการวิเคราะห์ SWOT Analysis สามารถช่วยวิเคราะห์และออกแบบแนวทางในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง (Osterwalder & Pigneur, 2010; Thompson, 2021)

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในบริบทของเศรษฐกิจ BCG เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ลดการพึ่งพาปุ๋ยเคมี ลดปริมาณขยะในพื้นที่ เพื่อฟื้นฟูคุณภาพดินที่เหมาะสมเพื่อการเพาะปลูก และสนับสนุนการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้คาดว่าจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มรายได้ และการสร้างความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบสำหรับธุรกิจชุมชนในระยะยาว และชุมชนอื่น ๆ ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลขัวมุง อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่ ในการผลิตและจำหน่ายหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพมูลไส้เดือน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน โดยบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Community Economic Development: CED) มุ่งเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการพึ่งพาตนเอง โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Green & Haines, 2016) หลักการสำคัญประกอบด้วยการเสริมสร้างทักษะ ในการพัฒนาความรู้ ทักษะในการประกอบอาชีพ และดำเนินธุรกิจของสมาชิกชุมชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ เพื่อสนับสนุนด้านทรัพยากร และการจัดการ (Flora & Flora, 2018) การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนยังเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ และดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม

แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) กับการพัฒนาธุรกิจชุมชน

แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (BCG) เป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดย เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) พัฒนาและผลิตสินค้าจากทรัพยากรชีวภาพ และผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากของเสีย (European Commission, 2018) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านการนำกลับมาใช้ซ้ำ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะ (Ellen MacArthur Foundation, 2015) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมผ่านพลังงานสะอาด และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (UNEP, 2011)

การประยุกต์ใช้ BCG ในธุรกิจชุมชนมีศักยภาพในการสร้างรายได้ สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ และสร้างงานที่มีคุณภาพ โดยใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Geissdoerfer et al., 2017; Ellen MacArthur Foundation, 2015)

แนวคิด SWOT Analysis และ TOWS Matrix

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็ง/จุดอ่อน) และภายนอก (โอกาส/อุปสรรค) ที่มีอิทธิพลต่อองค์กรและชุมชน (Gurel & Tat, 2017) SWOT Analysis ช่วยให้องค์กรหรือชุมชนสามารถประเมินศักยภาพและข้อจำกัด เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ (Helms & Nixon, 2010)

การใช้ TOWS Matrix ต่อยอดจาก SWOT โดยการจับคู่ปัจจัยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ 4 รูปแบบ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ใช้จุดแข็งเพื่อสร้างโอกาสใหม่, เชิงป้องกัน (ST) ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรคหรือปัญหาภายนอก, เชิงแก้ไข (WO) ลดจุดอ่อนโดยใช้โอกาสในการพัฒนา และเชิงรับ (WT) ลดผลกระทบของจุดอ่อนและอุปสรรค ซึ่งเหมาะสำหรับการพัฒนาธุรกิจชุมชนในระยะยาว (Kotler et al., 2017)

ในงานวิจัยนี้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของชุมชนเพื่อประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ยังช่วยระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชน

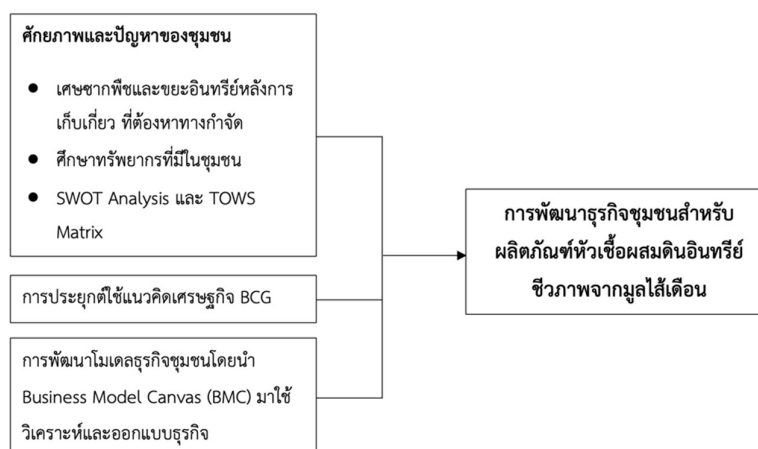
แนวคิดโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)

โมเดลธุรกิจ BMC อธิบายถึงวิธีการที่องค์กรสร้างคุณค่า (Value) ส่งมอบให้ลูกค้า และสร้างรายได้ (Osterwalder & Pigneur, 2010) Business Model Canvas เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยในการออกแบบและประเมินโมเดลธุรกิจ โดยมี 9 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (Value Proposition) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ช่องทางการเข้าถึง (Channels) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) กระแสรายได้ (Revenue Streams) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) กิจกรรมหลัก (Key Activities) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ซึ่งช่วยให้ธุรกิจชุมชนสามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับตลาด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางแผนการจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในงานวิจัยนี้ BMC ถูกนำมาใช้ในการออกแบบ และพัฒนารูปแบบธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของธุรกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ วางแผนและประเมินความเป็นไปได้ของโมเดลธุรกิจ และเชื่อมโยงมุมมองเชิงกลยุทธ์กับการจัดการทรัพยากรและโอกาสทางการตลาด เช่น การวิเคราะห์กระแสรายได้และต้นทุน เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน และการกำหนดคุณค่าที่เสนอให้ลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน

แนวคิดการบริหารบัญชีและการเงิน

การบริหารบัญชีและการเงินมีบทบาทสำคัญในการจัดการต้นทุนและการสร้างกำไรของธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจชุมชน การวางแผนทางการเงินที่เหมาะสม เช่น การบริหารต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการจัดการกระแสเงินสด ช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาสอดคล้องและเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Horngran et al., 2015)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้คัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลขัวมุง อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและการพัฒนาธุรกิจชุมชน (Nikolopoulou, 2023) กลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมานี้มีความพร้อมด้านข้อมูล เวลา และทรัพยากร มีความสนใจในการให้ข้อมูล มีเวลาเพียงพอในการเข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงผู้ที่มีตำแหน่งหรือบทบาท ประกอบด้วย ผู้นำ ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ (Patton, 2015) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 24 คน ผู้นำหรือผู้บริหาร 2 คน และผู้เชี่ยวชาญหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ 4 คน รวม 30 คน

2. เครื่องมือวิจัย

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และมุมมองของผู้ที่มีส่วนร่วมในธุรกิจชุมชน จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้บริหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อให้ความคิดเห็นและประสบการณ์เกี่ยวกับการพัฒนาและบริหารชุมชน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ช่วยเสริมการวิเคราะห์ เกี่ยวกับการดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยนำเครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ (SWOT Analysis และ TOWS Matrix) (SWOT analysis, 2012) และแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลขัวมุง ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2.2 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) มุ่งเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การตลาดออนไลน์ ภายใต้กรอบ

แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) พร้อมใช้ Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือออกแบบแผนธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีการอบรมด้านการบริหารบัญชีและการเงิน เพื่อให้ชุมชนสามารถวางแผนและจัดทำแผนการเงินที่มีประสิทธิภาพ รองรับการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว และการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยรวบรวมเก็บข้อมูลผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshops) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจริง ข้อสัมภาษณ์ประกอบด้วย 1) สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 2) วิสาหกิจชุมชนของท่าน มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคอย่างไร 3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 4) แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลจากรายงานวิชาการ เอกสารหน่วยงานภาครัฐ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบแนวโน้มตลาดและแนวทางพัฒนาธุรกิจชุมชน

การดำเนินกิจกรรมเป็นไปในลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มชุมชนและนักวิจัย โดยกลุ่มชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการคิด ริเริ่ม และปฏิบัติด้วยตนเอง ภายใต้การสนับสนุนเชิงวิชาการจากนักวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Bergold & Thomas, 2012) เพื่อให้เกิดการเก็บข้อมูลที่สะท้อนปัญหาจริงและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ การวิจัยนี้ใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายแหล่งและเครื่องมือวิจัย ซึ่งรวมถึงการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ช่วยเสริมความหลากหลายของข้อมูลและเพิ่มความมั่นใจในผลการวิจัย (Carter et al., 2014)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งเอกสาร การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ตลอดจนสัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ภาษาพูด เช่น ภาพถ่าย วัตถุ กระบวนการวิเคราะห์มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะแนวคิด ค่านิยม วิถีปฏิบัติ และปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis) โดยการนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มารวมกัน และตีความเพื่อระบุแนวโน้มและปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มจะได้รับการวิเคราะห์เพื่อสะท้อนถึงสถานการณ์และประสบการณ์ของสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่การโยงกับปัญหาและการกำหนดแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความต้องการของตลาด

4.2 การคำนวณ จุดคุ้มทุน (หน่วย) = ต้นทุนคงที่ / (ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนแปรผัน)

ผลการวิจัย

ศึกษาสภาพแวดล้อมและความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลขัวมุง อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่ ในการผลิตและจำหน่ายหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพมูลไส้เดือน

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านไร่แดงมีศักยภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรชีวภาพ โดยเฉพาะการเลี้ยงไส้เดือนและการแปรรูปของเสียทางการเกษตรให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของชุมชนคือเศษซากพืชที่เหลือทิ้งหลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงนโยบายห้ามเผาที่ทำให้ต้องหาทางเลือกใหม่ในการจัดการของเสีย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดในการแปรรูปของเสียเหล่านี้ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาขยะอินทรีย์ และเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ใหม่ให้แก่ชุมชน

ผู้วิจัยได้ประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม โดยประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการกำหนดกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ดังตารางที่ 1 เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของวิสาหกิจชุมชน

จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weaknesses : W)
1. การร่วมมือในชุมชนที่แข็งแกร่ง โดยมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่ดี ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างควมยั่งยืนในพื้นที่ 2. ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือนตอบโจทย์ตลาดเกษตรอินทรีย์ที่กำลังเติบโต ซึ่งมีความนิยมสูงในปัจจุบัน 3. ศักยภาพในการผลิตที่สูง เนื่องจากมีวัตถุดิบมูลไส้เดือนในพื้นที่เพียงพอต่อการผลิตตลอดทั้งปี	1. ขาดทักษะด้านการตลาด ขาดความรู้และทักษะในการตลาดที่จำเป็นต่อการเพิ่มมูลค่า และขยายฐานลูกค้า 2. ขาดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และดึงดูดลูกค้า
โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
1. ตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่กำลังเติบโต ความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก	1. ภาวะเบียดที่เข้มงวด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณสมบัติและผ่านการทดสอบตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการทดสอบและรับรองมาตรฐาน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ไม่สามารถเข้าถึงต้นทุนในการทดสอบ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของวิสาหกิจชุมชน (ต่อ)

โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
2. การสนับสนุนจากภาครัฐ และนโยบายรัฐบาลมีในการส่งเสริมเศรษฐกิจ BCG สนับสนุนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2. ราคาวัตถุดิบ (มูลไส้เดือน) มีความผันผวนของราคา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ถึงแม้จะมีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิตตลอดทั้งปี
3. การร่วมมือกับองค์กรภายนอก การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยสามารถเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด เช่น การเข้าร่วมโครงการภาครัฐ หรือการพัฒนาความรู้จากมหาวิทยาลัย	3. ความท้าทายในการสร้างความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ดินผสมอินทรีย์ ทำให้การสร้างความเชื่อมั่นในตลาดเป็นอุปสรรค

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาในตารางที่ 1 ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าการดำเนินงานสามารถพัฒนากลยุทธ์ได้ใน 4 แนวทางหลักด้วยวิธีการ TOWS Matrix ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ส่งเสริมความร่วมมือในชุมชน และขยายตลาดผลิตภัณฑ์อินทรีย์โดยการสร้างตราสินค้าและเชื่อมโยงกับองค์กรภายนอก เช่น เทศบาลหรือมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ขยายช่องทางการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าผ่านกิจกรรมการตลาด ใช้อาศัยความรู้ของสมาชิกในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ตรงกับแนวโน้มตลาดที่ต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยเน้นการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยอัตลักษณ์ชุมชน

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ด้วยการรับรองมาตรฐานอินทรีย์และการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เช่น การรับรองจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ หรือการร่วมมือกับหน่วยงานวิจัยเพื่อพิสูจน์คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) พัฒนาความรู้และทักษะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยความร่วมมือขององค์กรภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เพิ่มขีดความสามารถพัฒนาทักษะบริหารธุรกิจและวางแผนการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการอบรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เป็นแนวทางหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมทั้งสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมในระยะยาว

พัฒนารูปแบบธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน โดยบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างทักษะและความรู้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) โดยเน้นการผลิตเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และอบรมช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมนี้ได้รับการออกแบบบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อสอดคล้องกับศักยภาพและความท้าทายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยแบ่งกิจกรรมออกเป็น 3 กิจกรรมหลัก ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมูลไส้เดือน

กิจกรรมนี้มุ่งเน้นการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะในการเพิ่มมูลค่าของเสียทางการเกษตร การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะของดินและพืชเป้าหมาย ตลอดจนการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดเกษตรอินทรีย์ได้

ผลการดำเนินกิจกรรมการอบรมและการนำผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพไปทดลองใช้ในพื้นที่ชุมชน ผลปรากฏว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ซึ่งเพิ่มคุณภาพของดิน ลดต้นทุนการใช้ปุ๋ยเคมี และลดปริมาณขยะอินทรีย์ในชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความมั่นใจให้กับชุมชนในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยกิจกรรมนี้มีการตอบสนองต่อ SWOT analysis และ TOWS Matrix ในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ในกิจกรรมนี้ กลยุทธ์เชิงรับ (SO) การถ่ายทอดความรู้ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และสอดคล้องกับแนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่กำลังเติบโต กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และใช้กระบวนการผลิตที่โปร่งใสสามารถช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจเผชิญกับข้อจำกัดในการสร้างความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ซึ่งการร่วมมือกับหน่วยงานวิจัยที่เชื่อถือได้จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและการยอมรับในตลาด



ภาพที่ 2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน

กิจกรรมที่ 2 ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างทักษะและความรู้ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมนี้มุ่งเน้นการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ LINE ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว กระบวนการดำเนินงานมีดังนี้

2.1 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยร่วมมือกับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผ่านกระบวนการระดมสมองและคัดเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และทำการลงคะแนนเสียงเพื่อเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุด ผลลัพธ์ที่ได้คือตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (ภาพที่ 3) การประเมินผลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่าสมาชิกมีความพึงพอใจสูงต่อการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และเชื่อมั่นว่าการออกแบบใหม่นี้จะช่วยดึงดูดลูกค้าเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น



ภาพที่ 3 ต้นแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน

2.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดและการเพิ่มยอดขาย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การกระจายสินค้าและแนวทางการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถขยายตลาดและเพิ่มฐานลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

การอบรมครอบคลุมเนื้อหาสำคัญทั้งในส่วนช่องทางการจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ กล่าวคือ สำหรับช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยได้แนะนำให้ใช้ Facebook และ LINE เป็นจุดเริ่มต้นในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่มีต้นทุนต่ำ ใช้งานง่าย และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง ขณะที่ช่องทางออฟไลน์ ผู้วิจัยเสนอแนะให้สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจกับร้านค้าปลีกสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้านค้าจำหน่ายปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ รวมถึงการเจรจาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เพื่อขยายโอกาสทางการค้าให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้แนะนำกลยุทธ์เสริมอื่น ๆ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่าย อาทิ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ผ่านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และการแนะนำวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านงานแสดงสินค้าเกษตร ซึ่งจะช่วยเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาด ดังแสดงภาพที่ 4



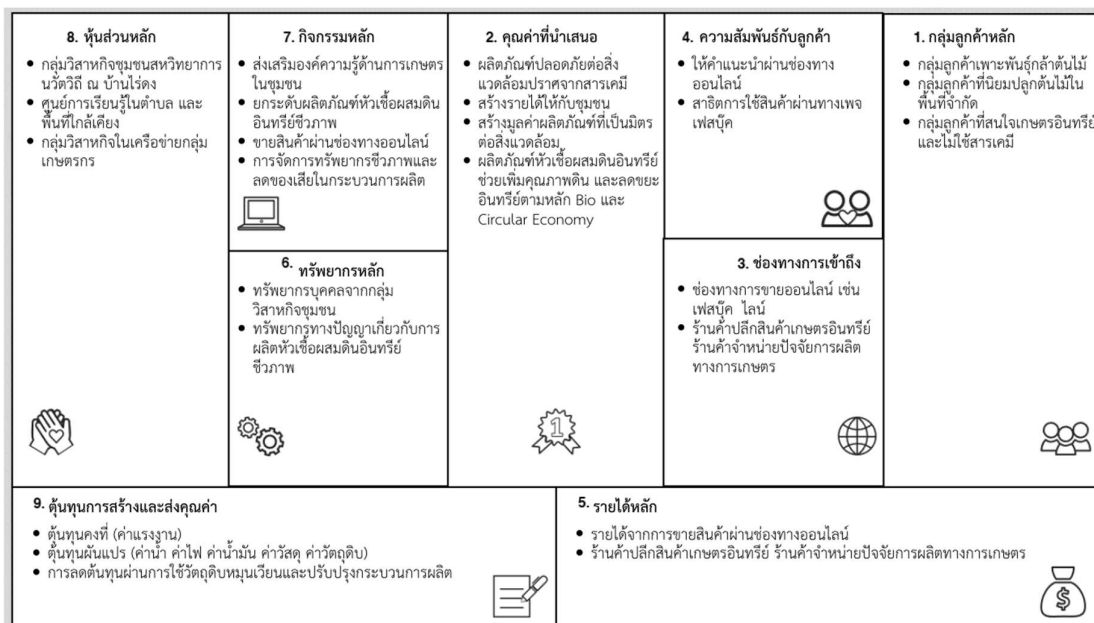
ภาพที่ 4 การถ่ายทอดองค์ความรู้ช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการอบรมของกิจกรรมการพัฒนารวมผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่าย ในขั้นตอนนี้ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับแนวทางของ TOWS Matrix โดยกลยุทธ์เชิงรุก (SO) การสร้างตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์หั่วเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพ และการขยายตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและเทศบาล เพื่อสนับสนุนด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และออกแบบตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและเพิ่มการมองเห็นในตลาดออนไลน์ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายสนองต่อโอกาสในตลาดที่กำลังเติบโต กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนช่วยแก้ไขจุดอ่อนของการขาดความรู้ เพื่อเพิ่มทักษะการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ และได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยในการถ่ายทอดความรู้และการออกแบบที่เหมาะสม กลยุทธ์เชิง

รับ (WT) การร่วมมือกับชุมชนและองค์กรภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานรัฐ ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์และสร้างตราสินค้าที่โดดเด่นเพื่อตอบโจทย์การแข่งขันในตลาด การเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดมาฝึกเทคนิคการสื่อสารและการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบโมเดลธุรกิจการผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจาก มูลไส้เดือนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้กรอบแนวคิด Business Model Canvas (BMC) ซึ่งเป็น เครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของธุรกิจจำนวน 9 ประเด็นหลัก เพื่อช่วยให้กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ชัดเจนและวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

จากภาพที่ 5 พบว่าการจัดทำแบบโมเดลธุรกิจการผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูล ไส้เดือนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ได้ใช้กรอบ Business Model Canvas (BMC) มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างแนวทางดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดของเสีย และการเพิ่ม มูลค่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด BCG Economy



ภาพที่ 5 แบบจำลองธุรกิจผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ด้วยการวิเคราะห์โมเดล Business Model Canvas

ทั้งนี้ กระบวนการออกแบบ BMC ได้รับการสนับสนุนจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านไร่แดง และถูกต่อยอดไปสู่ TOWS Matrix เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่สามารถนำไปสู่การจัดทำแผน BMC ที่เหมาะสม ซึ่งช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถกำหนดแนวทางเชิงรุกและเชิงรับ ในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยการเชื่อมโยงกลยุทธ์ TOWS กับการออกแบบโมเดล BMC กลยุทธ์

เชิงรุก (SO) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่ดงมีศักยภาพในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยและเทศบาล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างตราสินค้าที่ดึงดูดลูกค้า อีกทั้ง การขยายช่องทางการจำหน่ายผ่าน Facebook และ LINE ร้านค้าปลีกสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้านค้าจำหน่ายปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น สำหรับกลยุทธ์เชิงรับ (ST) มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นของลูกค้า ผ่านการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและโปร่งใส เช่น มาตรฐานการผลิตและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และ LINE ในการให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยของลูกค้า

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนากลยุทธ์เชิงธุรกิจที่ครอบคลุม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด BCG Economy และช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในมิติของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม

กิจกรรมที่ 3 การบริหารบัญชีและการเงิน

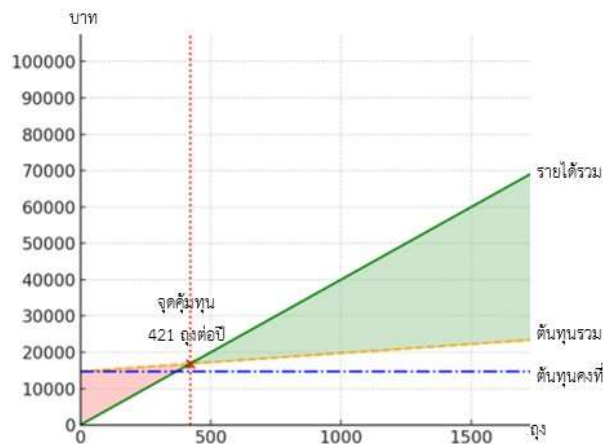
ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมให้ความรู้ในการบริหารบัญชีและการเงิน มีการนำเสนอข้อมูลทางการเงิน โดยมีการจัดทำแผนการเงิน เพื่อให้เห็นการดำเนินงานในภาพรวมของกลุ่ม จะส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง และบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 2 รายละเอียดของประมาณการรายรับ ต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน

รายรับ (บาท)	
ราคาขายต่อหน่วย x หน่วยขายต่อเดือน x 12 เดือน (40 บาท x 200 ถู x 12 เดือน)	96,000-
ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)	
-โรงเรือนเลี้ยงไส้เดือนแบบไม้ไผ่สูงใบจาก 1 โรง บรรจุได้ 20 กระบะ (3,000 บาท อายุการใช้งาน 3 ปี)	1,000-
-เครื่องมืออุปกรณ์ เช่น กระบะผสมดินและอาหาร ตะแกรงร่อน พลาสติกคลุมไส้เดือน (500 บาทต่ออายุการใช้งาน 3 ปี)	166.67
-พันธุ์ไส้เดือน 2 กิโลกรัม 100-200 กรัมต่อกระบะ (1,000บาท อายุการใช้งาน 3 ปี)	333.33
-ค่าแรงดูแล คัดทั้งวัน วันละ 300 บาท แต่ทำงาน 1/3 วัน เท่ากับวันละ 100 บาท 1 ปี คัด 365 วัน	3,650-
-วัสดุมูลโคนมแห้งใช้ 8 กก./กระบะ ราคา กก. ละ 5 บาท ใช้จำนวน 20 กระบะ x 12 เดือน	9,600-
รวมต้นทุนคงที่	14,750-

ตารางที่ 2 รายละเอียดของประมาณการรายรับ ต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน (ต่อ)

ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost)	
ค่าแรง และค่าบรรจุภัณฑ์ฉลากสินค้าต่อถุง x 12 เดือน (5 บาท x 200 ถุง x 12 เดือน)	12,000-
ต้นทุนรวมทั้งสิ้น	26,750-
กำไรจากการขายสินค้า	69,250-



ภาพที่ 6 การคำนวณจุดคุ้มทุน

ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Point) พบว่า ชุมชนมีต้นทุนคงที่รวมจำนวน 14,750 บาทต่อปี โดยมีต้นทุนผันแปรต่อหน่วยเท่ากับ 5 บาท และกำหนดราคาขายต่อหน่วยไว้ที่ 40 บาท โดยจำนวนหน่วยขาย 200 ถุงต่อเดือนหรือ 2,400 ถุงต่อปี จากการคำนวณจุดคุ้มทุนโดยใช้สูตรต้นทุนคงที่หารด้วยส่วนต่างของราคาขายและต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ได้ผลลัพธ์ว่าจุดคุ้มทุนอยู่ที่ประมาณ 421 ถุง ดังรูปที่ 5 หรือกล่าวคือ กิจกรรมจำเป็นต้องขายสินค้าไม่น้อยกว่า 421 ถุง จึงจะเริ่มมีรายได้เพียงพอที่จะครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด และเข้าสู่สถานะมีกำไร

ผลกระทบจากการดำเนินโครงการ

จากการวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) พบว่า การพัฒนาธุรกิจชุมชนสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถ์เชื่อมผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ภูมิศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลข้าวเม่า อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน โดยคำนวณได้ว่า พบว่า การลงทุน 1 บาทในระยะเวลา 1 ปี ให้ผลตอบแทนทางสังคมสูงถึง 3.59 บาท ซึ่งสะท้อนถึงความคุ้มค่าและผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อชุมชน การคำนวณ SROI พิจารณาจากกรณีนี้ สมมติให้รายได้รวมเป็นตัวแทนของมูลค่าผลลัพธ์ทางสังคม โดยไม่มีข้อมูลผลกระทบทางสังคมอื่นเพิ่มเติม เช่น การจ้างงาน การพัฒนาอาชีพ หรือผลลัพธ์เชิงคุณภาพ ดังนั้น รายรับ 96,000 บาท และ

ต้นทุนรวม 26,750 บาท เมื่อคำนวณแล้วค่า SROI เท่ากับ 3.59 บาท ซึ่งหมายความว่า ทุก ๆ 1 บาทที่ลงทุน จะได้รับผลตอบแทนทางสังคม 3.59 บาท นอกจากนี้ก่อให้เกิดนวัตกรรมขึ้นในชุมชนจำนวน 2 ราย ที่สามารถคิดค้น ทดลองได้ และเกิดการต่อยอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีการนำวัตถุดิบหรือเศษใบไม้ชนิดอื่น ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปยังพื้นที่ใกล้เคียงอีกด้วย ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า งานวิจัยนี้ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม โดยส่งผลกระทบต่อชุมชนในหลากหลายด้าน อาทิ การลดปริมาณขยะ การลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร และการสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ เกษตรกรยังรู้สึกพึงพอใจต่อการได้ใช้ผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และชุมชนเองก็เกิดความสามารถในการร่วมมือกันพัฒนาให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาสภาพแวดล้อมและความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง ตำบลชวามุง อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่ ในการผลิตและจำหน่ายหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพมูลไส้เดือน

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดงมีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจการผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพมูลไส้เดือน โดยชุมชนมีทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูง เช่น มูลไส้เดือนที่สามารถใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต และยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงไส้เดือนและการใช้หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ในการเกษตร นอกจากนี้ แรงงานในชุมชนมีความพร้อมและสามารถเรียนรู้กระบวนการผลิต ซึ่งสะท้อนถึงความเข้มแข็งของกลุ่มในการพัฒนาธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มจะมีทรัพยากรและแรงงานที่เพียงพอ ยังพบข้อจำกัดในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะการวางแผนการเงิน การตลาด และการเข้าถึงตลาดที่กว้างขวาง ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจของกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตเป็นหลัก แต่ยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการทำตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis พบว่า **จุดแข็ง** ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดงคือการมีทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพและศักยภาพในการผลิตที่สูง เช่น มูลไส้เดือนและความร่วมมือในชุมชนที่แข็งแกร่ง ซึ่งสามารถเสริมสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้ดี อย่างไรก็ตาม **จุดอ่อน** ที่สำคัญคือการขาดทักษะด้านการตลาดและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาควบคู่กันกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ การประยุกต์ใช้ TOWS Matrix เพื่อวางกลยุทธ์ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถใช้**จุดแข็ง**ในการขยายตลาดผ่านการสร้างตราสินค้าและการเข้าร่วมโครงการภาครัฐ รวมถึงการพัฒนาความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกที่สามารถช่วยขยายโอกาสในตลาดเกษตรอินทรีย์ **กลยุทธ์เชิงป้องกัน**คือการสร้างความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ ซึ่งช่วยเสริมความน่าเชื่อถือในตลาด ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินพงศ์ คงสันเทียะ และชวล นาคใหม่ (2566) งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจ

ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งอาจมีส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ช่วยให้นักธุรกิจสามารถวางแผนการสร้างตราสินค้า และเข้าร่วมโครงการภาครัฐ เพื่อขยายโอกาสในตลาดเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาด การประเมินปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis สามารถช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

การพัฒนาารูปแบบธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน โดยบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชน

การศึกษานี้ได้นำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ซึ่งส่งเสริมการใช้มูลไส้เดือนและจุลินทรีย์ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่วยลดการพึ่งพาสารเคมีทางการเกษตร และเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยการนำเศษซากพืชและขยะอินทรีย์มาใช้เป็นส่วนผสมของหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือน ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะในชุมชนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ของเสีย รวมถึงพัฒนาแนวทางการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ellen MacArthur Foundation (2015) ที่ระบุว่าเศรษฐกิจหมุนเวียนช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่และลดปริมาณของเสีย และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยการใช้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อนโยบายพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลวิจัยของ Lalaeng, C., and Wongkaeo, S. (2024) ได้ระบุว่า การนำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG มาใช้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น และสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากกลุ่มมีการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชนได้ดี เช่น มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ยาก หรือมีแนวทางการทำงานที่คู่แข่งเลียนแบบได้ยาก รวมถึงมีความสามารถในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจอย่างเหมาะสม แนวคิด BCG ยังช่วยเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางที่ส่งผลดีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในชุมชน โดยผลงานวิจัยของ Geissdoerfer et al. (2017) ชี้ว่าการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหัวใจของเศรษฐกิจสีเขียว ทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อนโยบายพัฒนาอย่างยั่งยืน และกล่าวถึงการใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียวในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้และเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว และงานของ กิตติศักดิ์ ร่วมพัฒนา และคณะ (2566) พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตำบลโคกยางอย่างยั่งยืน ซึ่งช่วยยกระดับรายได้ของชุมชน ควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างความเข้มแข็งทางสังคม

นอกจากนี้การศึกษาได้ใช้ Business Model Canvas (BMC) ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไร่แดง พบว่า กลุ่มสามารถกำหนดคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้าได้อย่างชัดเจน คือ ผลิตภัณฑ์หัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือนที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร พร้อมทั้งกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพัฒนาช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และ LINE ที่สมาชิกกลุ่มสามารถทำได้เอง ทั้งนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานของ Osterwalder and Pigneur (2010) ที่ระบุว่าการใช้ BMC เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแบบจำลองธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสำหรับกิจการขนาดเล็กและวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) การคำนวณจุดคุ้มทุนจากการผลิตผลิตภัณฑ์ 421 ถุงเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการควบคุมต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Arvidson et al. (2013) ที่พบว่า การควบคุมต้นทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ นอกจากนี้ SROI แสดงว่า ทุกการลงทุน 1 บาท สร้างผลตอบแทนทางสังคมได้ถึง 3.59 บาท สะท้อนผลลัพธ์เชิงบวกในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม Nicholls et al. (2012) การสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การใช้เศษพืชในการผลิตหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพยังช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาความรู้ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ Arvidson et al. (2013) ที่กล่าวถึงการสร้างผลกระทบทางสังคมที่มีค่าผ่านการประเมิน SROI

โดยสรุป การใช้แนวคิด BCG ร่วมกับเครื่องมือ BMC และ SROI ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่นและกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมูลไส้เดือนให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับพืชแต่ละประเภท หรือการพัฒนาในรูปแบบของหัวเชื้อผสมดินอินทรีย์ชีวภาพจากมูลไส้เดือนชนิดเม็ด เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้ ควรศึกษาการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ หรือการพัฒนาสูตรที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้น

2. ควรมีการศึกษาต่อเนื่องเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเน้นการใช้ Business Model Canvas (BMC) ควบคู่กับการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ ควรพิจารณาการศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดผ่าน E-commerce และ การค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่และเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจชุมชน

3. ควรมีการศึกษาผลกระทบในระยะยาวของโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการวิเคราะห์ Social Return on Investment (SROI) อย่างต่อเนื่อง เพื่อวัด

ผลตอบแทนทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ควรศึกษาผลกระทบของการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน และแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การบริหารจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ร่วมพัฒนา, ฉัตรเกษม ดาศรี, อภิชาติ แสงอัมพร, มัญญา จำปาเทศ, และ ศศิณีภา ต้มทอง. (2566). รูปแบบพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานคิด Model เศรษฐกิจ BCG สู่ความยั่งยืน ตำบลโคกยาง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(2), 1–15. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhssrru/article/view/27165>
- ชุตินพงศ์ คงสันเทียะ, และ ชฎาล นาคใหม่. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG: กรณีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย ตำบลนาจั่ว อำเภอสว่าง จังหวัดหนองคาย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 40(1), 130–151.
- สมชาติ ตันเปรมวงษ์. (ม.ป.ป.). *การเลี้ยงไส้เดือนเพื่อผลิตปุ๋ยมูลไส้เดือน*. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดระยอง. <https://aopdh02.doae.go.th/wp-content/uploads/2021/10/AF.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *ภาวะเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2565 และแนวโน้มปี 2566*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. <https://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/ภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/41458/TH-TH>
- Arvidson, M., Lyon, F., McKay, S., & Moro, D. (2013). Valuing the social? The nature and controversies of measuring social return on investment (SROI). *Voluntary Sector Review*, 4(1), 3–18. <https://doi.org/10.1332/204080513X661554>
- Bergold, J., & Thomas, S. (2012). Participatory research methods: A methodological approach in motion. *Forum: Qualitative Social Research*, 13(1). <https://doi.org/10.17169/fqs-13.1.1801>
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014).
- Chaiphawang, K. (2024). BCG model and sustainable development for community enterprises: A case study of sustainable safety rice farmers community enterprise, Mae Chan District, Chiang Rai Province. *Business Administration and Management Journal Review*, 16(1), 27–46. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/256220>

- Edyvean, R. G., Apiwatanapiwat, W., Vaithanomsat, P., Boondaeng, A., Janchai, P., & Sophonthammaphat, S. (2023). The Bio-Circular Green Economy model in Thailand – A comparative review. *Agriculture and Natural Resources*, 57(1), 51–64.
<https://li01.tci-thaijo.org/index.php/anres/article/view/258253>
- Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Towards a circular economy: Business rationale for an accelerated transition*. Ellen MacArthur Foundation.
- European Commission. (2018). *A sustainable bioeconomy for Europe: Strengthening the connection between economy, society and the environment*. European Union.
- Flora, C. B., & Flora, J. L. (2018). *Rural communities: Legacy and change*. Routledge.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy–A new sustainability paradigm?. *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
- Green, G. P., & Haines, A. (2016). *Asset building and community development* (4th ed.). SAGE Publications.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006.
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Lalaeng, C., & Wongkaeo, S. (2024). The causal relationship of the application of the BCG economic model affecting the competitive advantage and performance of community enterprise. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 8671–8686. https://www.pjlss.edu.pk/pdf_files/2024_2/8671-8686.pdf
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *A guide to Social Return on Investment*. The SROI Network.
- Nikolopoulou, K. (2023). *What is purposive sampling? | Definition & examples*. Scribbr.
<https://www.scribbr.com/methodology/purposive-sampling/>

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications.
- SWOT analysis. (2021). In Hill, S.D. (Ed.), *Encyclopedia of Management* (7th ed.), (pp. 977–980). Gale.
- The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Thompson, J. (2021). Sustainable community development through SWOT analysis: Applications in rural business models. *Journal of Rural Studies*, 85, 154–165.
- United Nations Environment Programme (UNEP). (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. United Nations Environment Programme.