



การยกระดับ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน



การยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

ชื่อผู้แต่ง สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
พิมพ์ครั้งที่ 1 จำนวน 300 เล่ม
ปีที่ผลิต 2566
จำนวนหน้า 60 หน้า
จัดทำโดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 7894, 0 2507 7895
E-mail : tpso.localeconomy@gmail.com
Facebook : <https://www.facebook.com/TPSO.MOC>
Website : <http://www.tpsococ.go.th>

ราคา -

ISBN 978-616-7722-65-8

พิมพ์ที่ บริษัท เพชรเกษมพรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด
18/49 ถนนทรงพล ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000
โทรศัพท์ 034-259111, 034-259759



**โครงการศึกษาแนวทางการยกระดับ
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566**



**สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน**



CONTENTE

สารบัญ



บทนำ	1
แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG	2
การดำเนินโครงการ	4
การลงพื้นที่คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	6
ภาคการผลิตสินค้า	7
ภาคบริการ	13
การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	17
เกณฑ์การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	18
ผลการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	20
การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	23
การอบรมเชิงปฏิบัติการ	24
กิจกรรมการศึกษาดูงาน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์	36
ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน)	
การติดตามผลการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	41
การสัมมนาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินโครงการฯ	46
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	49
ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	54





บทนำ

ด้วยรัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy : BCG Model) ส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเจ้าของสินค้าและบริการมูลค่าสูงที่ยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาช่วยพัฒนาให้เกิดการก้าวกระโดดสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งแบบทั่วถึง (Inclusive growth) รวมถึงการรักษาฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้สมดุล ตอบสนองความต้องการของตลาด และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อนำไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจ BCG ไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจชุมชนและประเทศได้อย่างแท้จริง ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายของประเทศที่มุ่งเน้นในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามวาระแห่งชาติ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้ตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทของวิสาหกิจชุมชนทั้งในภาคการผลิตสินค้าและภาคบริการ จึงได้ดำเนินการศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG อันจะนำไปให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายทั้งเรื่องการเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและยกระดับรายได้ของประชากรรวมถึงการสร้างความมั่นคงทางอาหาร สุขภาพ และพลังงาน สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น สร้างความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อไป



แนวคิด เกี่ยวกับ โมเดลเศรษฐกิจ BCG



จากสถานการณ์โลกที่เผชิญกับความท้าทาย อาทิ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ความผันผวนทางเศรษฐกิจ สังคมผู้สูงอายุ ความต้องการทักษะแรงงานที่เปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เป็นประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้แต่ละประเทศเริ่มทบทวนยุทธศาสตร์ใหม่ที่เน้นการพึ่งพาเศรษฐกิจในประเทศมากขึ้น มีการปรับตัวทั้งการผลิต และห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิชาหกิจชุมชนที่เป็นกลไกและรากแก้วในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้การใช้ทรัพยากรชุมชนอย่างพอเพียง สมดุล และรู้คุณค่า ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รัฐบาลจึงประกาศขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นวาระแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2564 ซึ่งโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนประเทศไทยอย่างสมดุล เป็นธรรม และยั่งยืน ประกอบด้วย

B เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)

เป็นเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะทรัพยากรด้านการเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอย่างยั่งยืน เช่น การสกัดสารออกฤทธิ์ที่มีอยู่ในพืช/สมุนไพร เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง ยา และเวชภัณฑ์ การนำพืชผลทางการเกษตรไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานชีวภาพ เคมีชีวภาพ และวัสดุชีวภาพ นอกจากนี้ เศรษฐกิจชีวภาพ ยังช่วยแก้ปัญหาสำคัญที่โลกกำลังเผชิญ อาทิ ปัญหาประชากรที่เพิ่มมากขึ้น จนนำมาสู่การขาดแคลนอาหาร พลังงาน และการสร้างมลพิษที่เพิ่มมากขึ้น

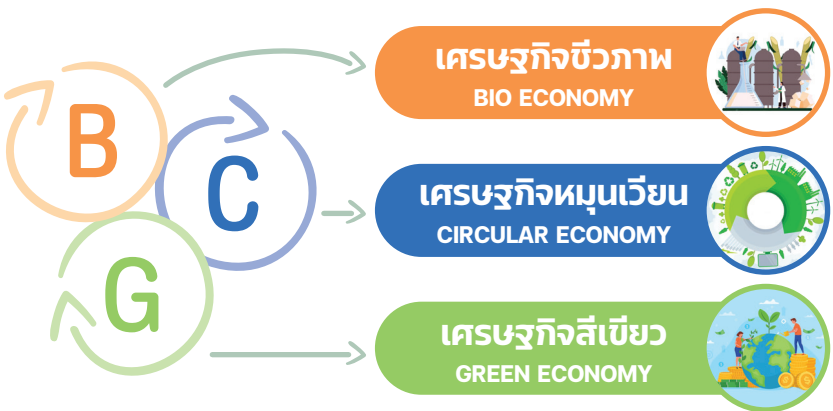
C เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

เป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ มีเป้าหมายเพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเศรษฐกิจหมุนเวียน ตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานได้แก่ การออกแบบ เพื่อไม่ให้เกิดของเสียและมลพิษ คงคุณค่าผลิตภัณฑ์ใช้ประโยชน์ให้นานที่สุด การฟื้นฟูระบบนิเวศธรรมชาติ การสร้างระบบการใช้ทรัพยากรที่สามารถหมุนเวียน และการฟื้นคืนกลับสู่ธรรมชาติ

G เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

เป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงผลกระทบของการผลิต ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างสมดุล สอดคล้องกับเศรษฐกิจชีวภาพ และเศรษฐกิจหมุนเวียน

BCG ECONOMY MODEL



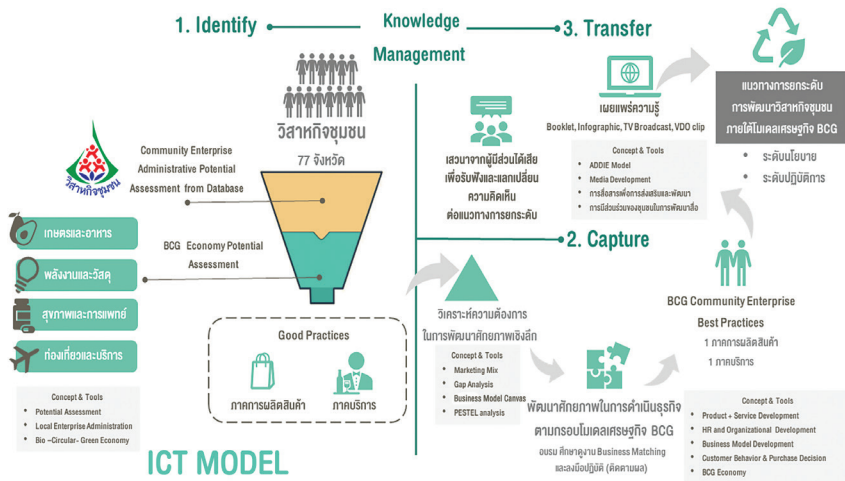
การดำเนินโครงการ

ทางโครงการฯ ได้นำ รูปแบบ ICT model มาใช้ในการศึกษาแนวทางการยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย

I : Identify เป็นการจำแนก และคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด BCG ทั้งภาคการผลิตสินค้า และภาคบริการ โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 กลุ่ม ทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย รวมทั้งการจัดการประกวดแนวคิดและแผนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ในรูปแบบคลิปวิดีโอ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

C : Capture เป็นการวิเคราะห์ และออกแบบกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพที่ตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้องค์ความรู้แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG และการศึกษาดูงาน ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน)

T : Transfer เป็นขั้นตอนการเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของสังคม รวมถึงการยกระดับไปสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต



การดำเนินโครงการ ประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก ดังนี้

1. การลงพื้นที่คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เป็นการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในภาคการผลิตสินค้า และภาคบริการ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย และลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย เพื่อการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน และการดำเนินธุรกิจตามกรอบโมเดลเศรษฐกิจ BCG

2. การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ประกอบด้วย 2 กิจกรรม คือ

- 2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่ได้รับการคัดเลือก
- 2.2 การศึกษาดูงาน ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน) เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG

3. การติดตามผลการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เป็นการลงพื้นที่ติดตามการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาต่อไป

4. การสัมมนาเผยแพร่ผลการดำเนินโครงการฯ เป็นการนำเสนอผลการดำเนินโครงการฯ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG และรับฟังความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

1.
การลงพื้นที่คัดเลือก
วิสาหกิจชุมชน
ต้นแบบ

2.
การพัฒนาศักยภาพ
วิสาหกิจชุมชน
ภายใต้โมเดล
เศรษฐกิจ BCG

3.
การติดตามผลการ
พัฒนาศักยภาพ
วิสาหกิจชุมชน

4.
การสัมมนา
เผยแพร่ผลการดำเนิน
โครงการฯ

การลงพื้นที่

คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

คณะที่ปรึกษาได้รวบรวมรายชื่อวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ที่มีการประกอบกิจการภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยการศึกษาข้อมูลสถานะปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย การสัมภาษณ์ประธานวิสาหกิจชุมชนทางโทรศัพท์ และการสอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด และมีเกณฑ์การพิจารณาวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย ดังนี้

1) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียน และดำเนินกิจการต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 3 ปี

2) มีผลงานเป็นที่ยอมรับ หรือผลงานได้รับรางวัล ย้อนหลังตั้งแต่ ปี 2561-2565

3) ดำเนินกิจการภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่สร้างรายได้ หรือเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

โดยได้คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย เพื่อลงพื้นที่สำรวจ และสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 20 กลุ่ม แบ่งเป็นภาคการผลิตสินค้า 12 กลุ่ม และภาคบริการ 8 กลุ่ม ดังนี้



ภาคการผลิตสินค้า

1. วิสาหกิจชุมชนวาเบลล์ล่าซ์ จังหวัดพิจิตร "วาเบลล์ล่าซ์ ความงามที่แท้จากวังหว่า" นำทรัพยากรชีวภาพซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนวังหว่า และวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร อาทิ เปลือกข้าวไรซ์เบอร์รี่ เมล็ดลูกหว่า เมล็ดมะม่วง น้ำดอกไม้มัสทอง ใบบัวบก ใบย่านาง ผิวมะกรูด มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนวัตกรรมจากธรรมชาติ ด้วยกระบวนการวิจัยและพัฒนา ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น เช่น สกินแคร์ เจลอาบน้ำ แอนดีโลชั่นและเซรัม เป็นต้น โดยจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า "วาเบลล์ล่าซ์"



2. วิสาหกิจชุมชนแปรรูป เกษตรอินทรีย์บางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก "ผลผลิตจากฟักข้าว สู่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิว" ได้นำเอาฟักข้าว ซึ่งเป็นทรัพยากรชีวภาพท้องถิ่น เป็นพืชที่มีวิตามินสูง มีสารสำคัญอย่างเบต้าแคโรทีน และมีไลโคพิน ที่ช่วยป้องกันการเกิดริ้วรอยแห่งวัย ปัญหาผิวแห้งกร้าน และช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด มาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและบำรุงผิวกาย เช่น สบู่ และโลชั่น เป็นต้น



3. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์
 ทรัพยากรชีวภาพเพื่อเศรษฐกิจชุมชน
 บ้านวังส้มซ่า จังหวัดพิษณุโลก "ผลิตภัณฑ์
 เครื่องสำอาง และบริการบนพื้นฐาน
 ทรัพยากรพื้นถิ่นส้มซ่า" มีการบูรณาการ
 ใช้ทรัพยากรชีวภาพที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น
 โดยเฉพาะอย่างยิ่งส้มซ่า ซึ่งเป็นพืชสมุนไพร
 ท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
 ภายใต้นแนวคิดขยะเหลือศูนย์ โดยการนำส้มซ่า
 มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด
 เช่น การนำเปลือกผลส้มซ่ามาสกัดเป็น
 น้ำมันหอมระเหย น้ำส้มซ่านำมาทำเป็น
 ส่วนประกอบในอาหาร และเครื่องดื่ม เมล็ดนำมา
 มาขยายพันธุ์ส้มซ่า ใบส้มซ่านำมาทำเป็นชาขง
 เพื่อสุขภาพ และกากส้มซ่าที่เหลือจากการสกัด
 น้ำมันหอมระเหยนำมาทำปุ๋ยชีวภาพ



4. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพร
 ปลูกรัก จังหวัดตาก "แบ่งปันแสนสิ่งดีด้วย
 ผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการสร้างรายได้"
 นำทรัพยากรชีวภาพในชุมชนมาใช้เพื่อ
 เพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น ขมิ้นชัน หัวปลี ตะไคร้
 อัญชัน ใบเตย และดอกมะลิมาแปรรูป
 เป็นผลิตภัณฑ์ชา ผงสมุนไพร รวมทั้ง
 การนำเทคโนโลยีตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์
 ตู้อบอินฟราเรด (Infrared Oven)
 ระยะไกลมาใช้ เพื่อทำให้การอบสมุนไพร
 แห้งเร็ว สะอาด สีสวย มีคุณภาพ ใช้เวลาน้อย
 และประหยัดต้นทุน





5. วิสาหกิจชุมชนโฮมฮักตาก จังหวัดตาก “ภาชนะกาบหมาก...ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ สร้างงาน สร้างโอกาส ให้ชุมชน” นำกาบหมาก ซึ่งเป็นวัสดุทางการเกษตรที่มีอยู่ในธรรมชาติ มาผลิตภาชนะสำหรับใช้ใส่อาหาร และบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการเพิ่มมูลค่าวัสดุจากธรรมชาติ และนำเศษกาบหมากที่เหลือจากกระบวนการผลิต มาผลิตถ่านไบโอชาร์เป็นผลิตภัณฑ์ดูดกลิ่นจำหน่ายภายใต้สินค้า " Home Hug รักษ์โลก"



6. วิสาหกิจชุมชนมะพร้าวน้ำหอม บ้านกลางคลองตาปลั่ง จังหวัดสมุทรสาคร "มะพร้าวน้ำหอมบ้านแพ้วอินทรีย์ การันตีด้วยมาตรฐาน GI" พัฒนาผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวน้ำหอม ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) ของจังหวัดสมุทรสาคร โดยการนำมาแปรรูปและต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น มะพร้าวคั่วเนยขาว มะพร้าวคั่วเนยขาว มะพร้าวทอดเกลือ มะพร้าวแก้ว วุ้นมะพร้าว น้ำมะพร้าวพร้อมดื่ม พุดดิ้งมะพร้าวอ่อน มะพร้าวอัดเม็ด เป็นต้น โดยจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า "Coco บ้านแพ้ว"



7. วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ จังหวัดสมุทรสงคราม "นวัตกรรมจากงานวิจัย สู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยเพื่อสุขภาพ" มีจุดเด่นในเรื่องการนำนวัตกรรมที่ได้จากงานวิจัยมาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางการตลาด มีการนำองค์ความรู้ในการคัดเลือกกล้วยตามระดับความสุก มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มจากกล้วย เช่น กล้วยผง กล้วยแวน กล้วยเส้น ไซร์ปกล้วย เป็นต้น โดยจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า "ดีป่าขมะ" มีการใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของกล้วยเพื่อลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิต และแปรรูปกล้วยให้เป็นศูนย์ (Zero Waste) เปลือกกล้วยที่เหลือจากกระบวนการผลิต นำมาผลิตปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูง ปลดการใช้สารเคมีในทุกกระบวนการผลิต



8. วิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี จังหวัดราชบุรี "ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก กระเป๋ากาบกล้วย" สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการนำส่วนของกาบกล้วย มาผลิตเป็นกระเป๋าแฟชั่น ภายใต้ตราสินค้า "ตานี สยาม" เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใครประกอบกับความนิยมของผู้บริโภค ในปัจจุบันที่มุ่งเน้นสินค้ารักษ์โลก ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) นำเศษกาบกล้วยที่เหลือจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปใช้เป็นอาหารสัตว์ และปุ๋ย มีการพัฒนาสูตรสารสกัดจากน้ำยางกล้วยตานี ผ่านขบวนการอัดรีดด้วยความร้อนแล้วนำไปใช้เป็นสีย้อมผ้า





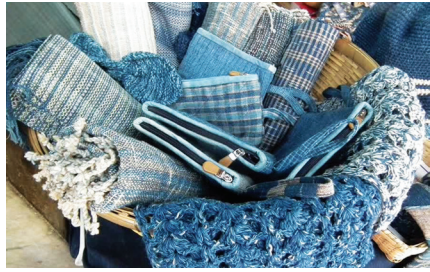
9. วิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายทอมือ ย้อมสีธรรมชาติบ้านนางาม จังหวัดอุดรธานี "หัตถรา นวัตกรรม แฟชั่นผ้าไทย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" นำเส้นใยธรรมชาติจากพืชพื้นถิ่นมาใช้ในการถักทอ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการลดของเสียในกระบวนการผลิต เช่น การนำเศษผ้ามาสร้างมูลค่าด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน (Circular design) โดยการนำเศษผ้า และเส้นด้ายที่เหลือจากการผลิต คัดแยกโทนสี แล้วจึงนำเส้นด้ายที่เหลือใช้มาถักทอเป็นผ้าฝ้ายใหม่ (Recycling) กลายเป็นผ้าทอมือที่มีสีสันสวยงาม มีผิวสัมผัสที่แตกต่าง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว



10. วิสาหกิจชุมชนเกษตรกร น้ำหมักเอนไซม์สมุนไพรเพื่อสุขภาพบ้านหนองเป็ด จังหวัดอุดรธานี "เอนไซม์จากสมุนไพรไทย สร้างรายได้ให้ชุมชน" นำสมุนไพรท้องถิ่น และผลไม้หลากหลายชนิด เช่น ใพล กระชายดำ มะกรูด มะนาว มะเฟือง ทองพันชั่ง และรากสามสิบ ซึ่งมีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย นำมาผลิตเป็นน้ำหมักสมุนไพร และผลไม้ เพื่อนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เป็นต้น จำหน่ายภายใต้ตราสินค้า CELINA' S และรับจ้างผลิตให้กับแบรนด์อื่นด้วย



11. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าย้อมคราม บ้านอุนดง-หนองไขววาลย์ จังหวัดสกลนคร "สร้างงาน สร้างอาชีพ สืบสานภูมิปัญญา ผ้าทอย้อมครามบ้านอุดง" นำวัสดุท้องถิ่นทางธรรมชาติมาใช้ในทุกกระบวนการผลิตไม่ว่าจะเป็นฝ้าย หรือสีที่นำมาย้อม เช่น ต้นคราม ประดู่ มะม่วง ชี้เถ้า ปูนแดง ซึ่งชาวบ้านนำภูมิปัญญาในการก่อหม้อครามหรือการย้อมเย็นที่ทำให้สีครามติดทนนานและให้สีที่แตกต่างกันตามความต้องการรวมทั้งกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยวิถีทางธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมี และไม่ก่อให้เกิดมลพิษ โดยผ้าย้อมครามได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดสกลนคร



12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทพิมาน จังหวัดนครพนม "ผ้าทอไทพิมาน สร้างงาน สร้างอาชีพสู่ชุมชน" ได้นำเอาทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่มาใช้ประโยชน์และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการนำเปลือกไม้มุงคลมาย้อมสีฟ้า ลวดลายในการทอผ้า ที่เป็นเอกลักษณ์ นำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่าง ๆ รวมไปถึงนวัตกรรมการหมักผ้าด้วยน้ำมันยางนาทำให้ผ้านุ่ม สีไม่ตก มีการนำเศษผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กระเป๋าใส่เหรียญ พวงกุญแจจางรดผสมเข็มกลัด และหมอน เป็นต้น มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและไม่ใช้สารเคมีสู่การเป็นแฟชั่นที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Green Fashion)

ภาคบริการ

1. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านธรรมชาติล่าง จังหวัดตราด "ท่องเที่ยววิถีชุมชน เยี่ยมชมภูผาสู่มหานที" จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมล่องเล กิจกรรมทำผ้าย้อม 3 ป่า (ป่าชุมชน ป่าชายเลน ป่าสนุนไพร) กิจกรรมทำลูกประคบสมุนไพร สปาเท้า อาหารพื้นถิ่นด้วยแนวคิดอาหารเป็นยา โยคะสแตย์ รวมถึงกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น นำขยะพลาสติกมาสร้างสรรค์เป็นโมบาย กระถางต้นไม้จากฝาขวด และถังขยะจากขวดน้ำ เป็นต้น



2. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว บ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด "ชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรมความต่างที่ลงตัว" ก่อตั้งขึ้นจากการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชน ซึ่งมี 2 ศาสนา คือ อิสลาม และพุทธ และมี 3 วัฒนธรรม คือ ไทย จีน และมุสลิม จุดเด่นของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเชี่ยวคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมล่องเรือชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ และชมป่าโกงกาง กิจกรรมการทำข้าวเกรียบยาคหน้า การทำตังเมกรอบ การทำหอยคราฟท์จากเปลือกหอย กิจกรรมชมสาธิตการทำออบใบจาก และกิจกรรมการปล่อยปูม้า เป็นต้น



3. วิสาหกิจชุมชนชุมชนท่องเที่ยว
เกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา "ท่องเที่ยว
วิถีชุมชน ชื่นชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม"
กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย
เช่น นั่งรถชมวิถีชีวิตชาวเกาะยาว ทำ
ผ้าบาติก ลงเรือชมฟาร์มเลี้ยงกุ้งมังกร
ชมวิถีชีวิตชาวประมง การเที่ยวชม
สวนองุ่นอินทรีย์ เป็นต้น และมีที่พักโฮมสเตย์
ที่ได้การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนของอาเซียน นอกจากนี้ทางชุมชนยังมี
การอนุรักษ์นกเงือก ด้วยการสร้างรังนกเงือก
เทียมให้กับนกเงือกได้ใช้อาศัยอยู่บนเกาะซึ่ง
นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ทั่วไปตลอด
เส้นทางท่องเที่ยว



4. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวย่าน
เมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต "ท่องเที่ยว
อาคาร อาหาร อารมณ์ อารมณ์ อากาศ
แบบ Carbon Neutral" เป็นการท่องเที่ยว
เรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน (Local experience)
เช่น กิจกรรมชมอาคารบ้านเรือนเก่าแก่ที่มี
สถาปัตยกรรมแบบ "ซิโนยูโรเปียน" กิจกรรม
ให้นักท่องเที่ยวได้ทำขนมอังกู๊ (ขนมเต่า)
กิจกรรมทำผัดหมี่ฮักเกี้ยน ซึ่งเป็นอาหาร
ท้องถิ่นของชาวภูเก็ต เป็นต้น มีกระบวนการ
ในการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ด้วย
การเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ตลอดเส้นทางท่องเที่ยว แล้วนำมาคำนวณ
เพื่อวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
รวมทั้งการจัดการคาร์บอนเครดิตเพื่อชดเชย
ส่วนที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

5. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ตำบลแหลมสัก จังหวัดกระบี่ "ท่องเที่ยวทะเลสามด้าน วัฒนธรรมสามสาย" เป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนทางทรัพยากรชีวภาพที่อุดมสมบูรณ์ เป็นดินแดนติดทะเล 3 ด้าน มีทิวเขาโอบล้อม จึงทำให้ปราศจากคลื่นลมแรง และมรสุม นักท่องเที่ยวสามารถล่องเรือเที่ยวชมความงามทางธรรมชาติ สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมงกลางทะเลอันดามัน ที่มีทั้งกระชังปลา กุ้งมังกร และสาหร่ายพวงองุ่น ให้รับประทาน นอกจากนี้ยังสามารถเที่ยวชมวิถีชุมชน 3 วัฒนธรรม ได้แก่ ไทยพุทธ ไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน มีกระบวนการบริหารจัดการขยะในชุมชนอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายระบบนิเวศ มีการชดเชยคาร์บอนให้เป็นศูนย์ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมปลูกจากฝักใจ และปลูกกล้วยไม้คืนป่า เป็นต้น



6. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทุ่งหยีเพ็ง จังหวัดกระบี่ "ล่องเรือชมพระอาทิตย์ เรียนรู้วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมชุมชน" จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยการพานักท่องเที่ยวชมป่าโกงกางอนุรักษ์กว่า 7,000 ไร่ ผ่านการพายเรือคายัค และการล่องเรือแจวโบราณชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รับประทานอาหาร พร้อมชิมชาพื้นเมืองจากต้นลำเพ็ง ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่น ที่นำมาแปรรูปเป็นชาสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกป่าโกงกางกว่า 1,900 ไร่ เพื่อสร้างคาร์บอนเครดิต มีการจัดตั้งกรรมการชุมชนเพื่อตรวจสอบ และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการอนุรักษ์ทรัพยากรสู่การสร้างเศรษฐกิจชุมชนภายใต้ความสมดุลและยั่งยืน



7. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์
ศิรีวงศต จังหวัดอุดรธานี "ท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์บนวิถีแห่งขุนเขา" มีการให้
บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีกิจกรรม
นั่งรถอีแต๊กเที่ยวชมหมู่บ้าน ฟุงนา ป่าเขา
และน้ำตก ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสใกล้ชิด
ธรรมชาติและ เยี่ยมชมวิถีชีวิตชาวบ้าน
กิจกรรมรับประทานอาหารเช้าแบบพื้นบ้าน
ริมน้ำตก โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น
ไม้ไผ่มาเป็นภาชนะบรรจุอาหาร รวมทั้ง
บริการที่พักโฮมเตย์



8. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ไทกวนนครพนม
จังหวัดนครพนม "ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สืบสานประเพณีไทกวน" เป็นการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีฐานกิจกรรมให้
นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์
ไทกวนที่สืบทอดกันมาจากแคว้นสิบสอง
ปันนา ทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม
เช่น การรำบวงสรวงศาลปู่ตา แสง
การฟ้อนรำไทกวน การสาธิตการตีเหล็ก
เพื่อทำมีดพริ้ว และการนวดสปาเท้า
ด้วยสมุนไพร เป็นต้น



การคัดเลือก วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

1. เกณฑ์การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG
2. ผลการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG



เกณฑ์การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

เกณฑ์การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ทั้งภาคการผลิตสินค้า และภาคบริการ พิจารณาจาก 3 ส่วน ดังนี้



1. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (35 คะแนน) ประกอบด้วย

- การจัดการด้านการผลิตสินค้า/บริการ อย่างเป็นระบบ
- การจัดการด้านการตลาดช่องทางการจำหน่ายสินค้า
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้/วัฒนธรรมในชุมชน
- การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
- การจัดการสวัสดิการให้กับสมาชิกในชุมชน
- ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์

2. ศักยภาพการดำเนินธุรกิจตามกรอบโมเดลเศรษฐกิจ BCG (45 คะแนน) ประกอบด้วย

B = เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ได้แก่ ความสามารถในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดทุนชุมชนที่มีอยู่ ผสมผสานทุนทางวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความร่วมมือในการบูรณาการองค์ความรู้จาก ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

C = เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ได้แก่ ความสามารถในการนำ ทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด ลดปริมาณ ของเสีย ให้น้อยลงหรือเท่ากับศูนย์ (Zero Waste) ด้วยการปรับกระบวนการผลิต

G = เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อโลก อย่างยั่งยืน เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างสมดุล โดยเฉพาะความยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการปรับลด และชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือ ของเสียที่ก่อให้เกิดมลพิษที่ทำลายสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศของชุมชน

3. การนำเสนอแนวคิดและแผนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG (20 คะแนน) ในรูปแบบคลิปวิดีโอ ความยาว 3 – 5 นาที ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีเนื้อหา ประกอบด้วย

- แนวคิดและแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
- แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ / บริการสู่ความยั่งยืน
- ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ

เกณฑ์การคัดเลือก



ผลการคัดเลือก

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

ภาคการผลิตสินค้า

○ วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ จังหวัดสมุทรสงคราม "นวัตกรรมจากงานวิจัย สู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยเพื่อสุขภาพ"

วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจก่อตั้งด้วยความหวังที่จะแก้ไขปัญหาการกล้วยตกต่ำของเกษตรกรในพื้นที่ ซึ่งมีจุดเด่นเป็นกล้วยน้ำว้าจากเมืองสามน้ำ ประกอบด้วยน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย มีรสชาติหวาน เนื้อแน่น และไส้ไม่เปรี้ยว นำมาแปรรูปขายให้กับนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ โดยแปรรูปกล้วยที่ความสุก 5 ระดับ ดังนี้

- 1) ดิบ-เขียวจัด นำมาแปรรูปเป็นเครื่องต้มกล้วยผงสำเร็จรูป
- 2) ท่ม-เขียวอ่อน นำมาแปรรูปเป็นกล้วยแวน
- 3) สุก-เหลืองอ่อน นำมาทำกล้วยเส้นอบ
- 4) สุก-เหลืองจัด นำมาทำกล้วยน้ำว้าอบ
- 5) งอม-เหลืองน้ำตาล นำมาแปรรูปเป็นไซร์ปกล้วย



นอกจากนี้ เปลือกกล้วยที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิต ยังถูกนำไปพัฒนาเป็นปุ๋ยอินทรีย์ เป็นการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบเหลือใช้จากกระบวนการผลิต เพื่อลดปัญหามลภาวะด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี สามารถนำมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งกระบวนการผลิตสินค้ายังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดการใช้สารเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต



วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

ภาคบริการ

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก จังหวัดกระบี่ "ท่องเที่ยวทะเลสามด้าน วัฒนธรรมสามสาย"

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก มีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติแห่งท้องทะเลอันดามัน และภูมิปัญญาท้องถิ่นจากทะเลสามด้าน ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมสามสายทั้งชาวไทยพุทธ ไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน มาใช้ในการจัดทำเป็นกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน มีการสร้างกระบวนการบริหารจัดการขยะทั้งจากครัวเรือนและทะเล รวมทั้งขยะที่เกิดจากการให้บริการท่องเที่ยวในชุมชน มีการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึก และความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดการขยะให้กับสมาชิกในชุมชน จนสามารถสร้างรายได้จากการคัดแยกขยะ เพื่อนำมาใช้เป็นสาธารณประโยชน์ให้กับชุมชน สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ รู้คุณค่าของการคัดแยกขยะ ก่อให้เกิดความยั่งยืนให้กับชุมชนมีการออกแบบการบริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ทำลายระบบนิเวศ มีการชดเชยคาร์บอนให้เป็นศูนย์ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมปลูกต้นไม้ และกล้วยไม้คืนป่า



การพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ทั้งภาคการผลิตสินค้าและภาคบริการ มี 2 กิจกรรม ดังนี้

1. การอบรมเชิงปฏิบัติการ
2. การศึกษาดูงานในต่างประเทศ



การอบรมเชิงปฏิบัติการ

ภาคการผลิตสินค้า วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ เมื่อวันที่ 1-2 พฤษภาคม 2566
ณ โรงแรมโคโควิว จังหวัดสมุทรสงคราม มี 5 หลักสูตร ดังนี้



ภาคบริการ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก เมื่อวันที่ 8-9 พฤษภาคม 2566 ณ โรงแรมพี.เอ็น.เมาน์เทน รีสอร์ท แอนด์ เดอะ คลิฟฟ์ วิลล่าส์ จังหวัดกระบี่ มี 6 หลักสูตร ดังนี้



ถอดบทเรียนการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ภาคการผลิตสินค้า



คุณมยุรา ปราภนาเปลี่ยน นักวิจัยอาวุโส สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

ผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คืออะไร คู่แข่งหรือคู่แข่งมีผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการสร้างจุดขายที่แตกต่างให้เหนือคู่แข่ง (Unique Selling Proposition) สำหรับแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า มีอยู่ 2 แนวทางด้วยกัน คือ 1) เปลี่ยนแปลงรูปร่างและลักษณะของผลิตภัณฑ์ และ 2) ปรับปรุงสูตรหรือกระบวนการผลิต เช่น ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ให้มากขึ้น ใช้วัตถุดิบจากผลพลอยได้ และขยายกระบวนการผลิต ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าดีขึ้นกว่าเดิม โดนใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

คุณนาวุส ลิ้มพานิชย์ เจ้าของเว็บไซต์ถ่ายภาพโฆษณา www.toptana.com

เทคนิคการเล่าเรื่องด้วยวิธีการใหม่ผ่าน สื่อดิจิทัล (Digital Storytelling for Online Marketing)

การเขียนคอนเทนต์บนสื่อออนไลน์
ที่น่าสนใจ มีเทคนิคในการเล่าเรื่อง ดังนี้
1) เล่าถึงประวัติความเป็นมาของสินค้าชุมชน
และการพัฒนา ณ ปัจจุบัน 2) แบ่งปันเรื่องราว
ในแง่ผลกระทบเชิงบวกต่อชีวิตของคนใน
ชุมชน 3) ให้สมาชิกในชุมชนบอกข้อดีของ
ผลิตภัณฑ์จากการใช้จริง 4) เล่าเรื่องประโยชน์
ของผลิตภัณฑ์ว่าแตกต่างจากผลิตภัณฑ์
อื่นที่คล้ายกันอย่างไร 5) แบ่งปันเรื่องราว
ว่าผลิตภัณฑ์ถูกสร้างขึ้นโดยคำนึงถึงความ
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร 6) เล่าเรื่อง
ราวโดยการตั้งคำถาม และแนะนำวิธีแก้ไข
7) แบ่งปันเรื่องราวว่าผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยม
และการยอมรับจากภายนอกชุมชนได้อย่างไร

ในส่วนของเทคนิคการถ่ายภาพ
ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจผู้ประกอบการจะต้อง
คำนึงถึงคือ 1) แห่่งกำเนิดแสง 2) การจัด
วางองค์ประกอบภาพ 3) ถ่ายภาพเพื่อเน้น
ที่ตัวสินค้า และควรเว้นที่ว่างไว้สำหรับ
ใส่รายละเอียดผลิตภัณฑ์ 4) ใช้หลักการเลือก
คู่สีให้ถูกต้อง 5) วางสินค้าให้ทิศทางของ
แสงทำมุมให้เหมาะสม 6) ใช้แอปพลิเคชัน
ในการตกแต่งภาพ เช่น Canva, PIXLR, MIX,
Snapseed





ผศ.ดร.พิสิฏฐ์ ธรรมวิทย์

คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์การเกษตร

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

BCG Model กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับวิสาหกิจชุมชน

โมเดลเศรษฐกิจ BCG จะช่วยต่อยอดจุดแข็งของประเทศไทยที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรม สามารถเชื่อมโยงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ครอบคลุมอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) ของประเทศ เกิดการกระจายโอกาสและความมั่งคั่งตามนโยบายเศรษฐกิจฐานราก เกิดการสานพลังเครือข่ายทุกภาคส่วน และที่สำคัญเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยผู้ประกอบการยุคใหม่จะต้องผลิตสินค้าบนหลักคิดในเรื่องของการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คุณนริศรา เชี่ยวพัฒนาเจริญ บริษัท โกรท เทรดดิ้ง แอนด์ โซลูชั่น จำกัด



เทคนิคการเจรจาธุรกิจ การวางแผน ระบบการจัดการสินค้าและส่งออก สู่ตลาดต่างประเทศ

การเจรจาธุรกิจมี 4 เทคนิคซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง คือ 1) แยกเรื่องส่วนตัวออกจากประเด็นที่ต้องการเจรจา 2) มองที่ความต้องการที่แท้จริงของคุณเจรจา 3) สร้างเงื่อนไข กฎเกณฑ์ร่วมกันก่อน มุ่งเน้นไปที่เป้าหมายเพียงอย่างเดียว และ 4) สร้างทางเลือกให้หลากหลาย เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์จะชอบที่จะมีอำนาจในการเลือก แต่ไม่ควรเกิน 3 ทางเลือก เพราะจะทำให้เกิดความสับสน และจำไม่ได้ ซึ่งข้อเสนอที่ดีที่สุดสำหรับคู่ค้า คือ ง่าย สะดวก และไม่ซับซ้อน



คุณจุฑารัตน์ พัฒนารส

ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายประกันคุณภาพ
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

การพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจ และ การจัดคู่ธุรกิจ (Business Matching)

การดำเนินการธุรกิจด้านการแปรรูปอาหารซึ่งผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเมื่อต้องการเข้าสู่ความร่วมมือทางธุรกิจในรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) และธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) คือ 1) สินค้ามีความปลอดภัย (Products Safety) 2) ปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมาย (Product Comply Regulation) และ 3) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (Product Quality)

สำหรับหลักในการประเมินคู่ค้าจะประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอนหลัก คือ 1) การประเมินคู่ค้าก่อนออกสู่ตลาด (Pre-Marketing) เป็นกระบวนการในการประเมินความปลอดภัย และความยั่งยืน (Environment Social and Governance: ESG) โดยจะทำการประเมินผลิตภัณฑ์สถานที่ผลิต และข้อปฏิบัติต่างๆ อย่างเคร่งครัด ตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด จากนั้นเมื่อผลิตภัณฑ์ได้จัดจำหน่ายแล้ว 2) การตรวจสอบในขั้นตอนหลังออกสู่ตลาด (Post-Marketing) ทั้งในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า และการสุ่มตรวจตามแผนการเก็บตัวอย่างประจำปี โดยสินค้าที่จะสามารถนำเข้ามาจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ (Modern Trade) ได้นั้น จะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับในห่วงโซ่อุปทานได้ (Traceability System in Value Chain)

ถอดบทเรียนการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ภาคบริการ

คุณวรพงศ์ ผูกภู

นักวิจัยอิสระ

บริษัท อาร์แอนดีดี ครีเอชั่น จำกัด

BCG Model กับการประยุกต์ใช้ ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นหนึ่งในพลวัตการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG Model ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนา การท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน มีแนวทางการพัฒนาโดยใช้การวิจัย การกระจายแหล่งท่องเที่ยวไปยังเมืองรอง เพื่อลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลัก การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การลดการใช้ทรัพยากร และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการของชุมชนตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยหัวใจหลักที่ต้องคำนึงถึงเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 6 ข้อด้วยกัน คือ

- 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 3) การอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) เศรษฐกิจชุมชน
- 5) การพัฒนาคน และคุณภาพชีวิต
- 6) การต่อยอดผลผลิตของชุมชน





คุณนิรุต์ บ่อเกิด

เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
(องค์การมหาชน) (อพท.)

การวางแผนการตลาดท่องเที่ยวชุมชน

การวางแผนการตลาดท่องเที่ยวชุมชน ผู้ประกอบการจะต้องทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มวัยกลางคนถึงวัยเกษียณ เป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชีวิต ค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ในตนเอง
- 2) กลุ่ม Digital Nomad หรือ Gap Year Traveler เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตามหาความฝันที่ต่างออกไปจากชีวิตปกติ
- 3) กลุ่ม New Wealth เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยากหารางวัลกับชีวิต มองหาประสบการณ์ที่แตกต่าง
- 4) กลุ่มวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
- 5) กลุ่มเพื่อนวัยเรียน หรือครอบครัว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความสัมพันธ์กับสมาชิกกลุ่ม สนใจในกิจกรรมที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมต่างถิ่น
- 6) กลุ่มนักท่องเที่ยวสายมู สนใจเรื่องราว ความเชื่อ การขอพรเพื่อเสริมสิริมงคลให้กับชีวิต
- 7) กลุ่มวัยเก๋า มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโลกทัศน์ที่ยังไม่เคยได้สัมผัส

ดร.เขวิกา สุขเอี่ยม
ภาควิชาธุรกิจท่องเที่ยวและการบิน
คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



การเตรียมความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จะต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวในแต่ละชนชาติ กลุ่มอายุ วัตถุประสงค์ การเดินทาง และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Tech) โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและเลือกใช้ให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดียซึ่งเป็นช่องทางที่นิยมของนักท่องเที่ยว

เทคนิคการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว

การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว มีหลักการที่ต้องคำนึงถึง 5 ประการ ดังนี้
1) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีความสำคัญ 2) สถานที่นั้นมีเรื่องเล่าจากอดีต เชื่อมโยงนิทาน นิยายพื้นบ้าน หรือความเชื่อ เพื่อสร้างความน่าสนใจ 3) การคำนวณเวลา ควรเลือกเวลาที่เหมาะสมที่จะเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น มีการเผื่อเวลา และการใช้เวลาอย่างคุ้มค่า 4) การคำนวณระยะทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว และ 5) การประมาณการค่าใช้จ่าย ซึ่งควรเป็นราคาที่รับได้ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ซึ่งโดยปกติมักจะบวกกำไรประมาณร้อยละ 30 จากต้นทุน โดยอาจจะตั้งราคาให้ลงท้ายด้วยเลข 9 เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เช่น 1,999 บาท เป็นต้น



คุณวิบุพรรณ ภูเก้าล้วน ศรีสัญญา นายกสมาคมโรงแรมจังหวัดกระบี่

การเชื่อมโยงตลาดท่องเที่ยวแบบ BCG

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสักมีข้อจำกัดในเรื่องโลจิสติกส์ที่ห่างจากตัวเมืองกระบี่ และอ่าวนางซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดกระบี่ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเชื่อมโยงตลาดกับนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนทะเล ภูเขา กิจกรรมผจญภัย เชื่อมโยงกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวแบบ BCG เช่น การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ผศ. ดร.สุภัทรมณา สุบริตน์
คณะบริหารธุรกิจสาขาธุรกิจดิจิทัล
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เพื่อการสื่อสารการตลาดออนไลน์

การออกแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์ จะต้องมีวิเคราะห์ใน 5 ประเด็น ดังนี้

- 1) รู้จักเป้าหมาย โดยการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาดให้ชัดเจน
- 2) รู้จักลูกค้า โดยผู้ประกอบการจะต้องทราบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นใคร สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากบริการคืออะไร สิ่งที่ลูกค้าไม่ต้องการคืออะไร
- 3) รู้จักตัวเราเอง โดยใช้เครื่องมือ the 7 P's of Services marketing ประกอบด้วย
Price ตั้งราคาที่ครอบคลุมต้นทุนและสร้างผลกำไร
Product สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสร้างประโยชน์ให้ธุรกิจ
Place ช่องทางการขายที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย
Promotion การนำเสนอข้อมูลเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้ กระตุ้นยอดขาย
Physical Evidence การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย
Process การวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานอย่างมีระบบ
People พัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม
- 4) รู้จักใช้สื่อและช่องทางให้ตรงกับพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า
- 5) สร้างเนื้อหาและวัดผล โดยการใช้เทคนิค 3H Content Model ประกอบด้วย
HERO เน้นสร้างการรับรู้ เพื่อดึงดูดผู้รับสารในวงกว้าง เน้นเข้าถึงลูกค้าปริมาณมาก
HUB เนื้อหาทั่วไป โปะได้บ่อย เน้นสร้างความผูกพันกับลูกค้า
HELP ให้ข้อมูลเพื่อแก้ปัญหา สร้างความเข้าใจที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมการศึกษาดูงาน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน)

ตัวแทนจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ตำบลแหลมสัก พร้อม คณะผู้แทนจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ การค้า และคณะที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ได้เดินทางไปศึกษาดูงานที่สาธารณรัฐ ประชาชนจีน (ไต้หวัน) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิด ประสบการณ์การเรียนรู้และเสริมศักยภาพทาง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ด้วยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากองค์การหรือ ธุรกิจในสาธารณรัฐประชาชนจีน (ไต้หวัน) สามารถ สรุปได้ ดังนี้





1. สมาคมเกษตรกรเขตซินยี (Xinyi Township Farmers' Association)

สมาคมเกษตรกรเขตซินยี ตั้งอยู่ที่เมืองหนานโถว อยู่ทางตอนกลางของไต้หวัน ซึ่งเป็นโรงงานผลิต และแปรรูปสินค้าทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ลูกพลัมหรือบ๊วยเขียว ดำเนินธุรกิจในลักษณะของสมาคมการเกษตร หรือสหกรณ์ มีการรวมกลุ่มของสมาชิกซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชน เพื่อดำเนินธุรกิจในการจำหน่ายสินค้า การจ่ายเงินปันผล รวมถึงสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การทำประกันอุบัติเหตุให้กับสมาชิก โดยสมาคมการเกษตรจะได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลร้อยละ 60 และเป็นเงินจากทางสมาคมอีก ร้อยละ 40 โดยมีสินค้าที่สำคัญ คือ ไวน์พลัม ซึ่งมีการแบ่งลักษณะของไวน์ตามกระบวนการผลิต มีเครื่องควบคุมอุณหภูมิในการบ่มไวน์ มีกระบวนการจัดบันทึกวันที่ผลิต และการตรวจสอบและทดสอบสินค้าก่อนออกจำหน่าย นอกจากนี้ ยังมีการแปรรูปสินค้าอีกหลากหลายชนิดด้วยกัน เช่น ลูกอม ขนมขบเคี้ยว พลัมอบแห้ง รวมถึงการนำของเหลือใช้จากการผลิต เช่น เมล็ดพลัม และเปลือกของเมล็ดพลัมนำมาแปรรูปเป็นถ่าน หรือนำไปปั่นเป็นเส้นใยเพื่อนำมาใช้เป็นวัสดุสายรัดข้อมือ ข้อศอก และข้อเข่า เพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อยเป็นการเพิ่มมูลค่าจากของเหลือใช้จากกระบวนการผลิต



ประเด็นสำคัญที่วิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 กลุ่มสามารถนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ คือ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในชุมชน ชาวบ้านมีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าและบริการ โดยจุดเด่นที่สำคัญของสมาคมเกษตรกรเขตซินยี คือการนำเอาเรื่องราวของท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของชุมชนมาเชื่อมโยงเป็นจุดขายสินค้า ภายในโรงงานสามารถบูรณาการทั้งในเรื่องของการท่องเที่ยว และจุดจำหน่ายสินค้าของชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถมาศึกษาดูงาน กระบวนการผลิตไวน์พลัม และเลือกซื้อสินค้าของฝาก ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน



2. บริษัท เซียนตีฟู้ด จำกัด (Xianti food Co., Ltd.)

บริษัท เซียนตีฟู้ด จำกัด เป็น วิชาสาหกิจขนาดย่อม ที่ตั้งอยู่ใน Qishan old street เป็นถนนเก่าแก่ที่คึกคักที่สุดแห่งหนึ่งในไต้หวัน สำหรับการหาซื้อของฝาก รวมถึงอาคารประวัติศาสตร์หลายแห่งที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี ในเขตฉีซัน (Qishan) เมืองเกาสง (Kaohsiung) ทางตอนใต้ของไต้หวัน ได้รับสมญานามว่าเป็น "อาณาจักรกล้วยหอม" ของไต้หวัน มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าแปรรูปจากกล้วยหอมเป็นหลัก โดยมีสินค้าขึ้นชื่อคือ Banana Egg Roll ซึ่งได้รับการคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในสิบของฝากยอดนิยมในย่านธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะของ Kaohsiung ในปี ค.ศ. 2020 โดยแนวคิดในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหอม เกิดจากที่เมืองเกาสงได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่น เมื่อปี ค.ศ. 2001 ทำให้ Qishan old street ได้รับความเสียหายอย่างหนัก ธุรกิจซบเซา ทำให้รัฐบาลไต้หวันได้มีนโยบายสนับสนุนให้ชุมชนใช้ทรัพยากรท้องถิ่น เช่น กล้วยหอม มาทำการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร มีการร่วมทุนกับภาครัฐ รวมไปถึงการผลักดันให้เกิดการส่งออกต่างประเทศ ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติใหม่ ๆ เช่น รสกาแฟ รสช็อกโกแลต เป็นต้น

ความน่าสนใจที่วิชาสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 กลุ่ม สามารถนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ คือ การทำแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยการนำทรัพยากรชีวภาพในชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย ควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สำหรับการซื้อของฝาก เพื่อให้เกิด



การหมุนเวียนของเงินในชุมชน รวมไปถึงการเทคโนโลยีและเครื่องจักรสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งในเรื่องของการเพิ่มอัตราการผลิต การควบคุมอุณหภูมิ และการบรรจุสินค้า เพื่อยืดอายุการจัดเก็บรักษามีการพัฒนาสูตร Banana Egg roll ให้มีกลิ่นหอม ยืดอายุการจัดเก็บสินค้าได้นานถึง 6 เดือน มีการจัดระบบในการจัดการกับวัตถุดิบ มีการจัดการการผลิตเป็นขั้นตอน และแยกวัตถุดิบตามอายุของวัตถุดิบ เพื่อให้สะดวกในการเก็บรักษา และการนำมาใช้ในการผลิตสินค้า มีการใช้ Mascot เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการขายสินค้า และการสร้างเรื่องราวที่มาของสินค้า เพื่อเป็นจุดขายในการสร้างวิกฤตให้เป็นโอกาส

3. พื้นที่อนุรักษ์ป่าชายเลนชื่อเฉา (Sicao Mangrove Protection Area)

พื้นที่อนุรักษ์ป่าชายเลนชื่อเฉา เป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวของจุดชมวิวแห่งชาติชายฝั่งทะเล หยุนเจียหนานที่ครอบคลุมพื้นที่ 3 เมือง ได้แก่ หยุนหลิน เจียอู๋ และไถหนาน ซึ่งสมัยก่อนเป็นเส้นทางเดินเรือสำหรับส่งสินค้าเกลือและน้ำตาลไปจำหน่ายยังต่างเมืองมีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การนั่งเรือชมวิวอุโมงค์ต้นไม้ป่าชายเลนและชมวัดต้าจางเหมียว ซึ่งอุโมงค์ต้นไม้ป่าชายเลนที่เกิดจากธรรมชาติที่ปกคลุมด้วยต้นโกงกาง จึงทำให้สมาชิกในชุมชนแจ้งให้หน่วยงานท้องถิ่นเข้ามาปรับปรุงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยการล่องเรือผ่านอุโมงค์ต้นไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงธรรมชาติรอบด้าน รวมทั้งการชมนิทรรศการซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในชุมชน ทั้งในเรื่องของพืชสัตว์น้ำ และนก



โดยวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานพื้นที่อนุรักษ์ป่าชายเลนชื่อเฉา ไปปรับใช้กับการท่องเที่ยวชุมชนของตนเองได้ ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การจำหน่ายตั๋ว การจัดการระบบการรับ-คืนเสื้อชูชีพ การจัดลำดับการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำและแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของชุมชนเกิดการกระจายรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน



4. เมืองโบราณลู่กั่ง (Lukang)

เมืองโบราณลู่กั่ง เมืองอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่า 300 ปีของไต้หวัน ตั้งอยู่ที่เมืองจางฮว่า (Changhua) ด้วยความที่เป็นเมืองเก่าแก่ นักท่องเที่ยวจึงนิยมไปสัมผัสกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ประเพณี และวัฒนธรรมโบราณ ทั้งวัดโบราณ บ้านแบบไต้หวันดั้งเดิมที่มีประตูแกะสลัก ชุมโค้งที่ประดิษฐ์ตลอดเส้นทางถนนทั้ง 3 สายในชุมชน ได้แก่ ถนนผู้ไถว (Putuo street) ถนนเหยาหลิน (Yaolin street) และถนนต้าโหย่ว (Dayou street) ซึ่งทางชุมชนได้มีการอนุรักษ์มรดก



ทางวัฒนธรรมไว้เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไต้หวัน ขนบธรรมเนียมประเพณี สถาปัตยกรรม และพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านที่น่าสนใจ มีการส่งเสริมอาชีพให้คนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ทั้งการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก รวมไปถึงการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นโบราณที่หารับประทานยากในปัจจุบัน

โดยวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานเมืองโบราณลู่กั่งไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแนวคิดในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ประเพณี และวัฒนธรรมของตนเองได้ เนื่องจากมีความคล้ายคลึงกัน รวมถึงการให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน การพัฒนาสินค้าที่ระลึกตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งการเชื่อมโยงกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน

✦ การติดตามผลการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบ

ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

จากการลงพื้นที่ติดตามผลการพัฒนาศักยภาพของ
วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ สรุปลได้ ดังนี้



สรุปผลการพัฒนาและข้อเสนอแนะ วิสาหกิจชุมชนบ้านสบสายใจ จังหวัดสมุทรสงคราม



ประเด็นการพัฒนา : 1. การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปใช้ในการวางแผน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองโจทย์ลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น - การลงทุนในส่วนของเครื่องจักรการผลิตและมีแผนจะนำเข้าเครื่องจักรการผลิตจากไต้หวันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย - การเพิ่มมูลค่าจากเปลือกกล้วย โดยการนำอินทรีย์วัตถุอื่นๆ มาช่วยเพิ่มธาตุอาหารในปุ๋ยเพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ทั้งพืชใบไม้ดอกไม้ประดับ และพืชผล 	<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของตนเองและคู่แข่งหรือคู่แข่งที่คล้ายกันในตลาดเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้สร้างจุดขายที่แตกต่างให้เหนือคู่แข่ง (Unique Selling Proposition) - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน โดยการใช้เทคโนโลยีการแปรรูปและการนอมอาหารเพื่อสามารถเก็บรักษาคุณภาพสินค้าได้นานมากยิ่งขึ้น - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการขนส่งสินค้า และมีขนาดและปริมาณที่พอดีกับความต้องการของผู้บริโภค

ประเด็นการพัฒนา : 2. การประชาสัมพันธ์สินค้า

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาช่องทางการสื่อสารออนไลน์ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก และติ๊กต็อก (TikTok) ความถี่ในการเผยแพร่รวมทั้งการสร้างคอนเทนต์ที่สร้างอัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า - การจัดทำห้องถ่ายภาพสินค้า และการประยุกต์ใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ - การวางแผนในการปรับปรุงภูมิทัศน์ของโรงงานเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการผลิตกล้วย มีการบอกเล่าเรื่องราว (Story Telling) เกี่ยวกับการปลูกกล้วยของจังหวัดสมุทรสงคราม รวมถึงการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแปรรูปกล้วย และการทำปุ๋ย 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาทักษะในการสื่อสารกับลูกค้า และผู้ชม ในขณะ Live ขายสินค้า - การใช้เทคนิค Search Engine Optimization : SEO เพื่อให้ช่องทางการสื่อสารของวิสาหกิจชุมชนบ้านสบสายใจติดอันดับต้น ๆ ในหน้าผลการค้นหาของ Search Engine - การใช้ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับผู้เข้าชมสื่อออนไลน์มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารกับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ

ประเด็นการพัฒนา : 3. การพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจ และการขยายช่องทางการตลาด

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none"> - การเจรจาการค้ากับนักธุรกิจ (Trader) ที่มาติดต่อในการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ ทั้งญี่ปุ่น จีน และอินเดีย - การเจรจาการค้ากับผู้ประกอบธุรกิจเพื่อสุขภาพและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น บริษัท สังกมสุขภาพ จำกัด (ร้านเลมอนฟาร์ม) บริษัท สุวรรณชาติ จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) (ร้านโกลเด้น เฟลซ) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ ชุมชนยิ้มได้) และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่คู่ค้ากำหนด รวมไปถึงการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาล และหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล - การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านราคาและกำไรขั้นต้น (Gross Profit: GP) ในการเข้าสู่ธุรกิจเพื่อสุขภาพและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ประเด็นการพัฒนา : 4. การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none"> - การแบ่งบทบาทหน้าที่ภายในโรงงานแปรรูปออกเป็น 3 ฝ่าย ประกอบด้วย 1) ฝ่ายแปรรูปเบื้องต้น 2) ฝ่ายคัดแยกและตัดแต่ง 3) ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพและบรรจุ - การเพิ่มกำลังการผลิตทั้งเครื่องจักร และอัตราแรงงาน เพื่อรองรับยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น - การพัฒนาระบบการบันทึกข้อมูลสินค้าด้วยคอมพิวเตอร์ และการใช้บาร์โค้ด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ตลาด - การส่งเสริมให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้นำสินค้าไปจัดจำหน่าย เพื่อเป็นรายได้เสริม 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อุปทาน (Traceability System in Value Chain) - การพัฒนาระบบการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพการผลิต ทั้งเรื่องสายพันธุ์กล้วย น้ำ ดิน และสภาพแวดล้อมการปลูกให้มีมาตรฐานส่งออก - การยกระดับการบริหารจัดการตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG อาทิ การเก็บข้อมูลการใช้พลังงาน (น้ำ ไฟ และน้ำมันเชื้อเพลิง) เพื่อวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการนำพลังงานทดแทนมาใช้ - การจัดทำแผนการค้าเนินการ และการประเมินความเสี่ยงสำหรับการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต และความพร้อมในการแข่งขันของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น





สรุปผลการพัฒนาและข้อเสนอแนะ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก จังหวัดกระบี่

ประเด็นการพัฒนา : 1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าชุมชน

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<p>- การวางแผนการตลาด และออกแบบเส้นทาง การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มเป็นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มครอบครัว และเพื่อนฝูงที่ต้องการพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ</p> <p>- การจัดทำเส้นทางสายวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เดินชม หรือปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และสินค้าพื้นเมือง</p> <p>- การวางแผนจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ เช่น พันธุ์ไม้ พันธุ์สัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ตามธรรมชาติ</p> <p>- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ทางน้ำ เช่น การจัดทำอุโมงค์ป่าโกงกางในทะเลอ่าวใน และกิจกรรมการล่องเรือปลุกจากผากใจ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรชุมชนในการปลูกต้นจาก</p> <p>- การสร้างเรื่องราวของสินค้าชุมชน เช่น กะปิ กุ้งตัก ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชน เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม โดยชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้เล่า เรื่องราวความน่าสนใจของสินค้า</p>	<p>- การกำหนดอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน แหลมสัก 4Cs เพื่อให้เกิดภาพจำที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Community ชุมชน 2) Cultural วัฒนธรรม 3) Cuisine อาหาร 4) Carbon-Neutral ความเป็นกลางทางคาร์บอน <p>- การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง</p> <p>- การขออนุญาตสำนักงานอุทยานธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จังหวัดกระบี่ เพื่อขอดำเนินการจัดทำอุโมงค์ป่าโกงกางในทะเลอ่าวในและ กิจกรรมการล่องเรือปลุกจากผากใจ รวมทั้ง การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน</p> <p>- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการถนอมอาหาร มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กะปิ กุ้งตัก เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านอาหาร</p>



ประเด็นการพัฒนา : 2. การเตรียมความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยว

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none">- การเตรียมความพร้อมการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้กับสมาชิกที่เป็นเยาวชนในชุมชน- การกำหนดแผนเพื่อจัดทำข้อตกลงชุมชน และข้อตกลงสำหรับนักท่องเที่ยวในการดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายกระบี่เมืองสีเขียว (Krabi Goes Green)	<ul style="list-style-type: none">- การเสริมทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และการใช้แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการแปลภาษา- การจัดทำเวทีประชาพิจารณ์เกี่ยวกับข้อตกลงชุมชนและการประชาสัมพันธ์ข้อตกลงสำหรับนักท่องเที่ยวในเรื่องการดูแล รักษาทรัพยากรชุมชน และการปฏิบัติตนเมื่อมาท่องเที่ยว

ประเด็นการพัฒนา : 3. การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none">- การลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ รวมไปถึงการเปลี่ยนมาใช้ภาชนะที่ใช้ซ้ำหรือย่อยสลายได้ เช่น ปิ่นโต ใบตอง และกาบหมาก เป็นต้น- การประกาศรณรงค์ไม่ใช้ภาชนะที่ย่อยสลายยากหรือวัสดุที่ก่อให้เกิดมลพิษ การแยกขยะ การห้ามทิ้งขยะ และสิ่งปฏิกูลในที่สาธารณะ โดยเด็ดขาด สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัดกระบี่	<ul style="list-style-type: none">- การเชื่อมโยงเครือข่ายกับภาครัฐ และเอกชน ในการทำความร่วมมือในการนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทนมาใช้ในรูปแบบของการวิจัยร่วมกัน- การนำเทคโนโลยีพลังงานทดแทนเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนโดยการใช้กังหันลม โซลาร์เซลล์ และรถรางไฟฟ้าในการนำเที่ยว- ร่วมผลักดันนโยบายกระบี่เมืองสีเขียว (Krabi Goes Green) ให้เป็นรูปธรรม- มีแผนนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเพิ่มมูลค่าของขยะ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycle) เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ประเด็นการพัฒนา : 4. การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การพัฒนาโดยวิสาหกิจชุมชน	ข้อเสนอแนะการพัฒนาในระยะต่อไป
<ul style="list-style-type: none">- การพัฒนาช่องทางการสื่อสารในรูปแบบออนไลน์กับลูกค้า การปรับปรุงการเขียนเนื้อหา และภาพประกอบบนเพจเฟซบุ๊ก มีการใส่แฮชแท็ก และคำสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลในการค้นหา	<ul style="list-style-type: none">- การใช้ข้อมูลสถิติของเพจเฟซบุ๊ก เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่สนใจ และกลุ่มลูกค้า (Data Analytics) สำหรับการวางแผนในการประชาสัมพันธ์และการสร้างความผูกพันกับลูกค้า (Engagement) ให้มีประสิทธิภาพตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น- การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ (Key Opinion Leader: KOL และ Key Opinion Customer: KOC) เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการ อาทิ การรีวิวสินค้าจากประสบการณ์ตรงในการใช้สินค้าหรือบริการ การโพสต์และแชร์ข้อมูล/ภาพ การทำคลิปวิดีโอเผยแพร่ทางสื่อโซเชียลมีเดีย (Vlog)

การสัมมนาเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์

ผลการดำเนินโครงการฯ

การสัมมนาเผยแพร่ผลการดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG จัดขึ้นในวันอังคารที่ 18 กรกฎาคม 2566 เวลา 08.30-16.00 น. ณ ห้อง PERIDOT 1-2 ชั้น 3 โรงแรมแกรนด์ ริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ 55 ราย ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน กรมการท่องเที่ยว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และผู้แทนจากภาคเอกชน เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ บริษัท สุวรรณชาติ จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท ฟายด์ โพลิศ จำกัด และวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ รวมทั้งผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ ทางออนไลน์ 20 ราย เช่น ผู้แทนจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด 13 จังหวัด วิสาหกิจชุมชน และสมาคมโรงแรมจังหวัดกระบี่ รวมทั้งสิ้น 75 ราย การสัมมนาฯ ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้



1. การนำเสนอผลการดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดย ผศ.ดร.เชิดพงษ์ ชีระจิตต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. พิธีมอบโล่ และเกียรติบัตรให้แก่วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ภาคการผลิตสินค้า ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ จังหวัดสมุทรสงคราม และภาคบริการ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมลึก จังหวัดกระบี่
3. การเสวนา เรื่อง “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG” ดำเนินการเสวนาโดย ดร.เขวิกา สุขเอี่ยม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมทั้งวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านโมเดลเศรษฐกิจ BCG จากทั้งภาครัฐ และเอกชน จำนวน 4 ท่าน ดังนี้
 - 1) นางสาววัชริน มีรอด รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายศึกษาวิจัยนโยบายและความปลอดภัยทางชีวภาพ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
 - 2) นายจักรพงษ์ ชินกระโทก บริษัท ฟายด์ โพลด์ จำกัด
 - 3) นายศุภลักษณ์ บัวโรย ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ จังหวัดสมุทรสงคราม
 - 4) นายชาญฤทธิ์ เพิ่มทรัพย์ ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมลึก จังหวัดกระบี่





4. การรับฟัง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อแนวทางการยกระดับการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG จากผู้เข้าร่วมการสัมมนาฯ

5. กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจสินค้าและบริการ กับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยมี ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเข้าร่วม กิจกรรม ดังนี้

- 1) วิสาหกิจชุมชนต้นแบบฯ ภาคการผลิตสินค้า วิสาหกิจชุมชนบ้านสบายใจ มีการเจรจาจับคู่ธุรกิจกับบริษัท สุวรรณชาติ จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) และ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยในเบื้องต้น มีการจัดส่งตัวอย่างสินค้าไปให้ บริษัทฯ ทั้งสอง เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกต่อไป
- 2) วิสาหกิจชุมชนต้นแบบฯ ภาคบริการ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลแหลมสัก มีการเจรจาจับคู่ธุรกิจกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บริษัท ซี.ซี.ที. เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัท เทคคิงไทย จำกัด โดยในเบื้องต้น ได้มีการหารือและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

จากการดำเนินโครงการศึกษานโยบายการยกระดับ
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG
สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้





หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ควร มีการบูรณาการร่วมกันในการดำเนินการ ดังนี้

- กำหนดเป้าหมาย วางแผน และกำหนดกลยุทธ์ ตัวชี้วัด ติดตามและประเมินผล อย่างเป็นระบบ รวมทั้งถ่ายทอดนโยบายไปสู่หน่วยงานปฏิบัติ ภายใต้การมีส่วนร่วมของ วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีเป้าหมายการทำงานที่ตรงกัน

- กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อลด การทำงานที่ซ้ำซ้อน รวมทั้งการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานเพื่อขับเคลื่อนให้เป็น ไปตามเป้าหมาย

- กำหนดให้มีการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนที่ยังดำเนินกิจการอยู่ (เช่น ประเภทวิสาหกิจชุมชน สินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชน จำนวนสมาชิก รายได้ต่อ ปี การจ้างงาน มาตรฐานหรือรางวัลที่ได้รับ และโครงการที่เคยเข้าร่วม เป็นต้น) ตลอดจน กำหนดหน่วยงานในส่วนภูมิภาคที่ทำหน้าที่ติดตามการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนแต่ละกลุ่ม และปรับปรุงฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถ นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ เช่น การจัดทำค่าของประมาณ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน การกำหนดแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการให้มี ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และการนำข้อมูลมาจัดระดับความสามารถในการพัฒนาของ วิสาหกิจชุมชน หรือประเด็นหรือปัญหาในการพัฒนาหรือการดำเนินวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

- ส่งเสริมและสนับสนุนตามความต้องการและระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เช่น สนับสนุนกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ให้แก่วิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อม และส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยีสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่เริ่มก่อตั้ง เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงาน พาณิชยจังหวัด กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กรมการท่องเที่ยว องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) และสำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นต้น

2

การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ



ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อยกระดับและต่อยอดการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยลดปริมาณของเหลือจากกระบวนการผลิต (Optimized Wasted Production) เช่น เทคโนโลยีการยืดอายุสิ่งของเหลือใช้ให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง (Recycle) หรือนำกลับพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycle) เพื่อช่วยลดปัญหาขยะ และมลภาวะในชุมชน เป็นต้น

- มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อุปทาน (Traceability System in Value Chain) สามารถตรวจสอบเส้นทางการผลิตได้ เช่น การใช้ QR Code เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการซื้อสินค้า/บริการ

- ส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงานทดแทน (พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ พลังงานลม พลังงานชีวภาพ) ในกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

- สนับสนุนแหล่งเงินทุนในอัตราพิเศษแก่วิสาหกิจชุมชนที่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านธนาคารของรัฐ เช่น โครงการสินเชื่อธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควรมีอย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันการศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น



จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและอัตลักษณ์ท้องถิ่น และชุมชน ที่เป็นซอฟต์แวร์พาวเวอร์ (Soft Power) นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ เช่น เล่าเรื่องราวผ่านศิลปวัฒนธรรม และสร้างแหล่งเรียนรู้ เป็นต้น เพื่อเป็นจุดขายและสร้างภาพลักษณ์ภายใต้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

- สนับสนุนนโยบายด้านการกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการจากวิสาหกิจชุมชน และให้ผลประโยชน์แก่ผู้ซื้อสินค้า ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ทรนรงค์การท่องเที่ยว ยั่งยืนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ การชิงรางวัล การให้ส่วนลด และการลดหย่อนภาษี เป็นต้น

- การสร้างแบรนด์แห่งชาติ ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าตราสัญลักษณ์สำหรับสินค้าและบริการ BCG เพื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการของไทย โดยชูอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของประเทศจากทรัพยากรชีวภาพ ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ เป็นการรับรองโดยรัฐบาลไทยว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพมาตรฐาน และมีการดำเนินการตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG

- ทรนรงค์ให้วิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการให้ได้มาตรฐานตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG หรือการดำเนินธุรกิจโดยยึดมาตรฐานธรรมาภิบาลธุรกิจ (Good Governance) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์

- ทรนรงค์ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Branding) ของตนเอง
- ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่มีมาตรฐานและศักยภาพเข้าสู่ตลาดในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับสากล โดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

- ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขยายช่องทางการค้าสู่ตลาดดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ แพลตฟอร์มการท่องเที่ยว โซเชียลมีเดีย และการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ (Key Opinion Leader: KOL และ Key Opinion Customer: KOC) เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เป็นต้น



จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ เพื่อให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- การส่งเสริมทักษะความรู้ที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะด้านการค้าดิจิทัล ทักษะการใช้แอปพลิเคชันที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจ ทักษะการสื่อสารและการเจรจาต่อรองทางการค้า และการจัดทำแผนการประเมินความเสี่ยง สำหรับการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและความพร้อมในการแข่งขันของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

- ส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การบริหารจัดการองค์กร การจัดทำบัญชี กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การยื่นขอรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ

- การขอรับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาล และการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เพื่อบ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เป็นต้น

- จัดประกวด และการมอบรางวัลให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อเป็นการกระตุ้น และสร้างความตระหนักให้วิสาหกิจชุมชนเห็นถึงความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินโครงการ/กิจกรรม เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility: CSR) กับวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ในการช่วยเหลือและสนับสนุนด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการบริหารจัดการองค์กร องค์กรความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี เป็นต้น

- ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ให้ข้อมูลความรู้เชิงรุก และอำนวยความสะดวกในการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเพิ่มโอกาสทางการค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ สำหรับวิสาหกิจชุมชน

ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG

จากการดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการยกระดับ
การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG
โดยลงพื้นที่วิเคราะห์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 20 กลุ่ม สรุป
ข้อเสนอแนะ ดังนี้



1

การจัดการด้านการผลิตสินค้าและบริการด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG



วิสาหกิจชุมชนควรรนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG มาปรับใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตรงตามความต้องการของตลาดโลกในยุคปัจจุบัน โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- ยกระดับสินค้าและบริการจากความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) ที่มีอยู่ในชุมชน
 - มีกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นสินค้าและบริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และจัดการวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตให้เป็นศูนย์ (Zero Waste)
 - ปรับลดและชดเชยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น มีการใช้พลังงานสะอาดหรือพลังงานทางเลือก (พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานลม) รวมทั้งกิจกรรมการชดเชยคาร์บอน (การปลูกป่า การลงทุนในพลังงานหมุนเวียน หรือการซื้อคาร์บอนเครดิต) เป็นต้น
- สามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงาน เช่น องค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น



วิสาหกิจชุมชนควรรำโมเดลเศรษฐกิจ BCG มาปรับใช้ในการตลาดและช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างโอกาสทางการค้า โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขยายช่องทางการค้าสู่ตลาดดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ การท่องเที่ยว และโซเชียลมีเดีย และการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ (Key Opinion Leader: KOL และ Key Opinion Customer: KOC) เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เป็นต้น

- การนำแนวคิดการตลาดนำการผลิตมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยการสำรวจ และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หรือลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการพัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อนำไปใช้กำหนดทิศทางในการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพให้ตอบสนองตามความต้องการลูกค้ามากยิ่งขึ้น

- สร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Branding) ผ่านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการเล่าเรื่อง โดยสื่อถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการช่วยเหลือชุมชน เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ในวงกว้าง จดจำ และกลับมาซื้อหรือใช้บริการอีก

- ติดตามข้อมูลข่าวสารการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์จากภาครัฐ เช่น การเจรจาจับคู่ธุรกิจ การเข้าร่วมแสดงสินค้า เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น เป็นต้น

สามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงาน เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น

3

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้ และวัฒนธรรมในชุมชน



วิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้ และวัฒนธรรมในชุมชน เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และแลกเปลี่ยนร่วมกันในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน เช่น การจัดการทรัพยากรชีวภาพ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น
- สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในวิสาหกิจชุมชน เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนา โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกและคนในชุมชนมีบทบาทในวิสาหกิจชุมชน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน แนวทางการพัฒนา การติดตาม และการตรวจสอบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการจัดสรรสวัสดิการ และผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมตามข้อตกลงกับสมาชิก เพื่อให้การดำเนินการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืน
- สร้างกฎระเบียบหรือข้อตกลงในวิสาหกิจชุมชนร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตนร่วมกันทั้งสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้มาเยือน



- การสร้างเครือข่ายด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ

- การสร้างเครือข่ายธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานการผลิต เพื่อขยายตลาดและสร้างความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน

- การสร้างเครือข่ายรวมกลุ่มธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลทางธุรกิจ พึ่งพาซึ่งกันและกันเพิ่มความสามารถในการผลิต สร้างอำนาจต่อรองทางการค้าและการเข้าถึงตลาด เช่น กลุ่ม ชมรม สมาคม เป็นต้น

สามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงาน เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) อุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation Agency: NIA) เป็นต้น



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน