

พลิกโฉมวิสาหกิจชุมชน สู้วิกฤตโควิด 19

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

พลิกโฉมวิสาหกิจชุมชน สู้วิกฤตโควิด 19



ดำเนินการภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน
เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทยในยุคหลังโควิด 19
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

จัดพิมพ์โดย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 7894, 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687, 0 2547 4167
E-mail : tpso.localeconomy@gmail.com
Facebook : <https://www.facebook.com/TSPO.MOC>
Homepage: <http://www.tpso.moc.go.th>

สารบัญ



01

บทนำ

4



02

สถานการณ์และแนวโน้มสำคัญ

ที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชน

5



03

การดำเนินโครงการ

การลงพื้นที่สำรวจวิสาหกิจชุมชนในภาคการผลิตและภาคบริการ

การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

9

10

17



04

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคการผลิต : ข้าวน้ำจ้ำ

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคบริการ : บ้านแหลมโฮมสเตย์

การบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพ

ผลการติดตามความคืบหน้าการบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพ

24

24

24

25

31



05

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน 33



06

ข้อเสนอแนะ

38

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน 38

ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชน 43



01 บทนำ



ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจกว่า 3 ล้านราย โดยมีวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSME) มากกว่าร้อยละ 99 ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ ซึ่งวิสาหกิจเหล่านี้เป็นห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญในภาคการผลิตทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม รวมถึงภาคการค้าและภาคบริการ จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย

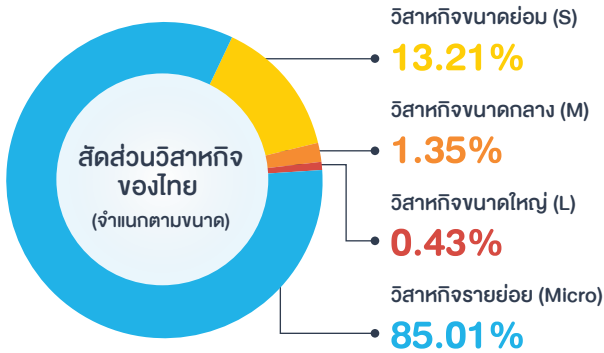
อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาครัฐต้องเร่งทบทวน และพิจารณาบทบาทความสำคัญของวิสาหกิจแต่ละประเภท ที่จะส่งผลต่อโครงสร้างเศรษฐกิจในอนาคต และปรับนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Mega Trends) ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดยเฉพาะนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจฐานรากที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 94,964 ราย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ตระหนักถึงความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนว่ามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในยุคหลังโควิด ช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากให้แข็งแกร่ง ช่วยขับเคลื่อนประเทศให้นำไปสู่การพึ่งพาตนเอง จึงได้ดำเนิน “โครงการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทยในยุคหลังโควิด 19” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในภาคการผลิต และภาคบริการ ถอดบทเรียนกระบวนการพัฒนา และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อการต่อยอดพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ

ในการนี้ สนค. ร่วมกับบริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ปรึกษาโครงการฯ จึงได้จัดทำคู่มือ “พลิกโฉมวิสาหกิจชุมชน สู้วิกฤตโควิด 19” เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ หน่วยงานภาครัฐ นำไปใช้ต่อยอดพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมตลาดและวิถีชีวิตยุคใหม่ รวมถึงเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากของไทยต่อไป

02 สถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชนและแนวโน้มสำคัญ

ภาพรวมสถานการณ์วิสาหกิจชุมชน



จำนวนวิสาหกิจชุมชน ปี 2564

94,964 ราย

คิดเป็นสัดส่วน **2.99%** ของจำนวน MSME ทั้งหมด

ขยายตัวเพิ่มขึ้น **3.47%** เมื่อเทียบกับปีก่อน

จำนวนวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามหมวดธุรกิจ

	ภาคธุรกิจเกษตร	55.34% จำนวน 52,558 ราย
	ภาคการผลิต	38.81% จำนวน 36,853 ราย
	ภาคการบริการ	3.51% จำนวน 3,333 ราย
	ภาคการค้า	2.34% จำนวน 2,220 ราย

จำนวนวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรม 2 หลัก

	หมวดย่อยการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์	51.13% จำนวน 48,591 ราย
	หมวดย่อยการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	13.48% จำนวน 12,803 ราย
	หมวดย่อยการผลิตสิ่งทอ	6.88% จำนวน 6,537 ราย
	และหมวดอื่น ๆ	28.47% จำนวน 27,033 ราย

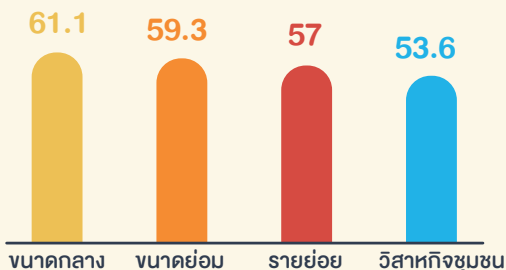
ภูมิภาคที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนมากที่สุด ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ จังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนมากที่สุด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ มหาสารคาม และขอนแก่น

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

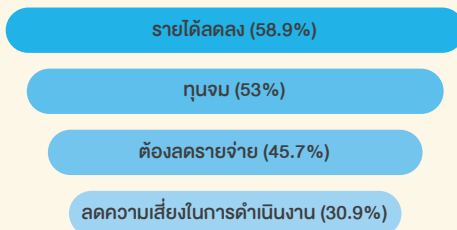
ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19

วิสาหกิจชุมชนถือเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด 19 อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยผลการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่าวิสาหกิจชุมชนจัดอยู่ในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากรายที่ได้น้อยลงมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากต้นทุนจมน ไม่สามารถควบคุมรายจ่าย และผลกระทบด้านความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น

ระดับความรุนแรง
ของผลกระทบต่อ MSMEs
(จำแนกตามขนาดของธุรกิจ)






ผลกระทบที่
วิสาหกิจชุมชนได้รับ
(%)





อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแต่ละประเภทก็ได้รับผลกระทบในระดับที่แตกต่างกันออกไป โดยธุรกิจในภาคบริการเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากต้องพึ่งพาการเดินทางและการท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการ ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด

-  ธุรกิจที่พักรแรม/นำเที่ยว
-  ธุรกิจสปาและบริการด้านสุขภาพ
-  ธุรกิจร้านอาหาร

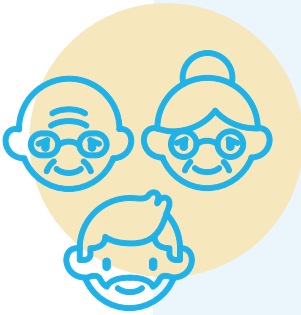
ธุรกิจในการผลิต ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด

-  ธุรกิจผลิตเครื่องแต่งกาย
เครื่องประดับ
-  ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง
-  ธุรกิจผลิตยาและสมุนไพร

ที่มา : ผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, สสว.

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อวิสาหกิจชุมชน

นอกจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 แล้ว ยังมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการผลิตและบริโภค รวมถึงความต้องการของตลาด ซึ่งวิสาหกิจชุมชนควรเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความท้าทาย และใช้ประโยชน์จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเหล่านี้



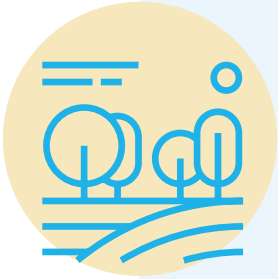
การเข้าสู่สังคมสูงวัย

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ด้วยสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ทำให้วิสาหกิจชุมชนต้องมีการปรับตัว หรือผลิตสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีรูปแบบพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างไป โดยเฉพาะพฤติกรรมการรักษาสุขภาพ และการกินดีอยู่ดี ที่ส่งผลต่อความต้องการสินค้าสุขภาพ สินค้าออร์แกนิก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มีความแปรปรวนมากขึ้นในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชนในภาคการเกษตร ทำให้ต้องมีการวางแผนปรับตัวอย่างเหมาะสม อีกทั้งยังส่งผลต่อความตื่นตัวของสังคมในเรื่องการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนจึงต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงความต้องการสนับสนุนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค



เศรษฐกิจหมุนเวียน

ความกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้การเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน ที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีแนวโน้มที่จะดำเนินไปอย่างรวดเร็ว วิชาทฤษฎีชุมชนจึงต้องเตรียมความพร้อมในการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาปรับใช้เข้ากับธุรกิจของตนเอง เช่น การนำสิ่งเหลือใช้จากการผลิตมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ การผลิตสินค้าด้วยพลังงานทดแทน หรือการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เป็นต้น



ชีพพลายเชนรูปแบบใหม่

สถานการณ์โรคระบาดทำให้เกิดข้อจำกัดในการขนส่งสินค้า ธุรกิจจึงหันมาพึ่งพาวัตถุดิบและจัดตั้งโรงงานในภูมิภาคของตนเองมากขึ้น เพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงวิชาทฤษฎีชุมชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในห่วงโซ่การผลิตมากขึ้น จึงควรเตรียมความพร้อมปรับปรุงการผลิตให้ได้รับมาตรฐาน



อนาคตของการผลิตแบบใหม่

การพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมทำให้ต้นทุนการผลิต ต้นทุนแรงงาน และระยะเวลาการผลิตลดลง อีกทั้งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี ความปลอดภัย และประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้วิชาทฤษฎีชุมชนต้องปรับตัวนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาปรับปรุงการผลิตสินค้าและการบริการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะฝีมือให้เท่าทันวิธีการผลิตในรูปแบบใหม่

03 การดำเนินโครงการ

กิจกรรมของโครงการเริ่มต้นด้วยการลงพื้นที่สำรวจวิสาหกิจชุมชนในภาคการผลิตและภาคบริการ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคการผลิต 1 กลุ่ม และภาคบริการ 1 กลุ่ม และได้ดำเนินการบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ และมีการติดตามความคืบหน้าของการพัฒนาภายหลังการบ่มเพาะ รวมทั้งมีการจัดงานสัมมนาเผยแพร่ผลสำเร็จของการดำเนินโครงการฯ พร้อมเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ



1 การลงพื้นที่สำรวจวิสาหกิจชุมชน
ในภาคการผลิตและภาคบริการ



3 การบ่มเพาะและการติดตาม
ความคืบหน้าการพัฒนาศักยภาพ
วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

การคัดเลือก
วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ **2**



การจัดสัมมนาเผยแพร่ผลสำเร็จ
ของการดำเนินโครงการ **4**





การลงพื้นที่สำรวจวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนภาคการผลิต

จังหวัดเชียงรายและจังหวัดพะเยา

จังหวัดเชียงราย และจังหวัดพะเยา เป็นแหล่งผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดจากการนำทรัพยากรในพื้นที่ มาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และตอบโจทย์แนวโน้มของตลาด โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods) โดยในการลงพื้นที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้มีโอกาสพบปะวิสาหกิจชุมชนจำนวน 6 แห่ง ได้แก่

"เค้กพันตา"

สับปะรดสายพันธุ์พื้นบ้าน
สู่สินค้าโอท็อป 5 ดาว



1 วิสาหกิจชุมชนพันตานางแล จังหวัดเชียงราย

วิสาหกิจชุมชนพันตานางแล เป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่ม คือ เค้กพันตา ขนมที่เกิดจากแรงบันดาลใจในการนำสับปะรดพันธุ์นางแล ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) นำแนวคิดของผลิตภัณฑ์พายสับปะรดของไต้หวัน มาดัดแปลงให้เหมาะสมกับวัตถุดิบท้องถิ่น และต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลายรสชาติ เหมาะสำหรับนำไปเป็นของฝากหรือของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ

2 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากผึ้งป่าก้อย จังหวัดเชียงราย

วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากผึ้งป่าก้อย เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง ตำบลบ้านด้าย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยรวบรวมผลผลิตของสมาชิกเกษตรกร เพื่อสร้างอำนาจต่อรองด้านราคา จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งธรรมชาติและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้ง เช่น นมผึ้ง สบู่ น้ำผึ้ง ลิปปาล์ม ภายใต้แบรนด์ “บุษราคัม ฮันนี่” ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์อื่น ๆ



"บุษราคัม ฮันนี่"

คุณค่าจากน้ำผึ้งแท้
คุณภาพระดับสากล



ผลิตภัณฑ์ทำมือ บ้านจงเจริญ

งานฝีมือคุณภาพเยี่ยม
ที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร



3 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ทำมือบ้านจงเจริญ จังหวัดเชียงราย

วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ทำมือบ้านจงเจริญ เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกชุมชน ตำบลดอนศิลา และตำบลช้างเคียง ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกและผู้สูงอายุในช่วงว่างเว้นจากการทำเกษตร ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าปักมือย้อมสีธรรมชาติที่ออกแบบลวดลายด้วยตนเอง ทำให้ลวดลายมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ สามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า พวงกุญแจ หน้ากากผ้า กระเป๋า เป็นต้น

4

วิสาหกิจชุมชนข้าวสองสีมีรส คีฟู จังหวัดพะเยา

วิสาหกิจชุมชนข้าวสองสีมีรส คีฟู เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกชุมชน ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลิตและจำหน่าย “ข้าวหนิงกากรอบ” ภายใต้แบรนด์ สองต๋อง ซึ่งเป็นการนำวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงมาผลิตเป็นขนมทานเล่นพื้นบ้าน ที่ปรับปรุงลักษณะให้ทันสมัย รับประทานง่าย และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ จนได้รับรางวัลรองชนะเลิศนวัตกรรมข้าวไทย ประเภทวิสาหกิจชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2564 จากมูลนิธิข้าวไทยและสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

ข้าวหนิงกากรอบ

"สองต๋อง"

พากันม้วนบ้าน
กวาดรางวัคนวัตกรรมข้าวไทย





"ข้าวน้ำจ้ำ"

ข้าวคุณภาพเยี่ยม
แปรรูปสู่สินค้าสุขภาพชั้นยอด

5 วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจ้ำ) จังหวัดพะเยา

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจ้ำ) เป็นการรวมตัวกันของเกษตรกรในชุมชน ตำบลจำปาหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลิตและจำหน่ายสินค้าข้าวอินทรีย์ ทั้งข้าวหอมมะลิพะเยา ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวเหนียว กข6 และสินค้าแปรรูปอื่น ๆ เช่น ข้าวพอง โจ๊กจากปลายข้าวหอมมะลิ และธัญพืชอัดแท่ง สินค้าสุขภาพที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ภายใต้แบรนด์ "ข้าวน้ำจ้ำ"

6 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งมอก จังหวัดพะเยา

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งมอก ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ผลิตและจำหน่ายผ้าทอไทลื้อ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอไทลื้ออื่น ๆ เช่น เสื้อคลุม ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูโต๊ะ ผ้าพันคอ ตุ๊ก ตุ๊กย่าม และผ้าถุง เป็นต้น ช่วยสืบสานวัฒนธรรม การทอผ้าไทลื้อพื้นเมือง ที่ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมเชียงใหม่และเชียงคำได้อย่างกลมกลืนจนได้รับมาตรฐานค้าโอทอป 5 ดาว

กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งมอก

ผ้าทอมือสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น





วิสาหกิจชุมชนภาคบริการ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดกระบี่

จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดกระบี่ เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีความหลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงอาหาร และเชิงสุขภาพ ตอบโจทย์แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และสอดคล้องกับแนวทางการยกระดับภาคการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูงอย่างยั่งยืน

ต้นน้ำกลายเป็น

เรียนรู้อาชีพท้องถิ่น
สุดฟินกับสปาทรายร้อน



1 วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำกลายเป็น จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำกลายเป็น ตำบลนบพิตำ อำเภอเมืองนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่บนพื้นที่ต้นน้ำที่มีภูมิทัศน์สวยงาม สมาชิกจึงร่วมกันประกอบกิจการท่องเที่ยว ที่ครอบคลุมทั้งการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ การให้บริการอาหารและขนมพื้นถิ่น รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การทำสปาทรายร้อน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมทำกิจกรรมของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ อีกทั้งกลุ่มยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “ต้นน้ำกลายเป็น” เช่น ผ้ามัดย้อม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากใบเหลียง เป็นต้น

2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ) จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ เป็นการรวมตัวกันของชาวชุมชนบ้านแหลม ตำบลหน้าทับ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพประมง และพัฒนาไปสู่การเป็นรายได้หลักในอนาคต โดยให้บริการโฮมสเตย์ เรือนำเที่ยวและสปาโคลนในทะเล อาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์ความงามจากโคลน ภายใต้แบรนด์ Golden Bay (อ่าวทองคำ) ผ้ามัดย้อม และอาหารทะเลแปรรูป

บ้านแหลมโฮมสเตย์

ชิมข้าวมันโคกนทะเลเค็ยซี่ง
คองเรือจิบกาแฝยวมเซ่



บ้านหนองทะเล

ท่องเที่ยวชมชนอนุรักษ์
เช็ดอินโรงโรงชาบ้านโบราณ อายุ 100 ปี



3 วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านหนองทะเล ตำบลหนองทะเล อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีหนองน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลาง มีทิวทัศน์ที่สวยงามของหนองน้ำสลับกับทิวเขา โดยสมาชิกได้ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับวิถีของชุมชน โดยใช้บ้านพักของสมาชิกเป็นโฮมสเตย์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่าง ๆ เช่น การปั่นดินให้เป็นบัว โดยใส่เมล็ดบัวในดินเหนียวสำหรับโยนลงหนองทะเล เพื่อรักษาระบบนิเวศให้สวยงาม กิจกรรมล่องแพ เล่นน้ำในหนองทะเล รวมถึงการร่วมประกอบอาหารท้องถิ่นภาคใต้ เป็นต้น

บ้านถ้ำเสือ

ท่องเที่ยวหลากหลาย
แสนสบายกับสปาโคลนร้อน



4 วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ มีสมาชิกในชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลาย มาร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน บนพื้นฐานธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์โบราณคดี โดยแบ่งกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มออกเป็น 5 โซนหลัก ได้แก่ 1) โซนท่องเที่ยววิถีพอเพียง ถ้ำเสือนอก 2) โซนท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุม สัมมนา และนันทนาการ ไร่ปรีดาโฮมสเตย์ 3) โซนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านถ้ำเสือใน 4) โซนพัฒนาการท่องเที่ยววิถีภูมิปัญญาบ้านโนไร่ และ 5) โซนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพ สปาโคลนร้อน เป็นการให้แต่ละพื้นที่ของชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน

5 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน (ชุมชนท่องเที่ยวบ้านไทรหนั่ง) จังหวัดกระบี่

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวชุมชน (ชุมชนท่องเที่ยวบ้านไทรหนั่ง) ตั้งอยู่ในตำบลเขาคราม อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ โดยเป็นการดำเนินกิจการท่องเที่ยวร่วมกันกับกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเลี้ยงผึ้งโพรงบ้านไทรหนั่ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มธนาคารปูม้า กลุ่มขนมพื้นถิ่น และกลุ่มโคกหนองนาโมเดล เป็นต้น ทำให้สามารถให้บริการที่หลากหลายและครบวงจร ทั้งที่พัก อาหาร และบริการนำเที่ยว โดยกิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่นของกลุ่ม ได้แก่ การล่องเรือและพายเรือคายัค เพื่อชมทัศนียภาพของเขากาโรส







บ้านไทรหนั่ง

*สัมผัสวิถีชีวิต ใกล้ชิดธรรมชาติ
เรียนรู้อาชีพท้องถิ่นหลากหลาย*



การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ในการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบเพื่อป่มเพาะและพัฒนาศักยภาพนั้น พิจารณาจากศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนใน 6 ด้าน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่จะสามารถต่อยอดสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนได้

- **1 ด้านผู้นำและทิศทางการพัฒนา**
คุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของผู้นำ อาทิ วิสัยทัศน์ ทักษะความรู้ ความสามารถ รวมถึงการได้รับการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน
- **2 ด้านการบริหารจัดการ**
การดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จต้องอาศัยการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้าน การบริหารจัดการคน และด้านการเงินการบัญชี
- **3 ด้านการผลิตและการให้บริการ**
วิสาหกิจชุมชนต้องมีกำลังการผลิตที่เพียงพอกับความต้องการ มีความพร้อมในการขยายกำลังการผลิต และมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตหรือการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
- **4 ด้านการตลาด**
ต้องมีตลาดรองรับสินค้าและบริการ มีช่องทางการจำหน่าย และรู้จักวิธีการทำการตลาดเบื้องต้น เช่น การจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์/จำหน่ายสินค้า/บริการของกลุ่ม การสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
- **5 ด้านความสามารถในการแข่งขัน**
มีการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐาน สร้างความแตกต่าง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
- **6 ด้านความยั่งยืนของกลุ่ม**
ต้องมีการบริหารจัดการความเสี่ยง ทั้งในด้านการรวมกลุ่มของสมาชิก ด้านการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียน และการบริหารจัดการทรัพยากรสำหรับการผลิตและให้บริการ

นอกจากนี้ การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบยังพิจารณาถึงปัจจัยด้านความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการฯ และความต้องการของกลุ่ม เพื่อให้การพัฒนาอยู่บนพื้นฐานความต้องการของวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างตรงจุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการฯ

ดังนั้น จึงนำมาสู่การคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 2 กลุ่ม ภาคการผลิต ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม) จังหวัดพะเยา และ ภาคบริการ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์กีฬาชายเลนบ้านแหลมโสมสเดย์ (บ้านหน้าทับ) จังหวัดนครศรีธรรมราช

04 วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ



วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคการผลิต

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสาน
 ผู้การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม)
 จังหวัดพะเยา



วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคบริการ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน
 บ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ)
 จังหวัดนครศรีธรรมราช



การบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพ

กระบวนการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เริ่มด้วยการพัฒนากระบวนการผลิต และการให้บริการ สำหรับภาคการผลิต เน้นการสำรวจ ต้นทุน ตั้งแต่เริ่มกระบวนการปลูกข้าว จนกระทั่งแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ส่งถึงมือของผู้บริโภค อาทิ ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าเครื่องจักร ค่าจ้างแรงงาน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงหรือไฟฟ้า ต้นทุนการแปรรูป ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่ง เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนที่แท้จริงและต้นทุนแฝงทั้งหมด นอกจากการควบคุมต้นทุนการผลิตให้ลดลงแล้ว จำเป็นต้องมีองค์ความรู้ ในการจัดทำระบบคลังสินค้า เพื่อลดการสูญเสีย สินค้าระหว่างจัดเก็บ ลดค่าใช้จ่ายในการ จัดเก็บสินค้า

ต้นทุนการผลิต



สำหรับภาคบริการ เน้นการสำรวจและพัฒนาเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer journey) ตั้งแต่การรับรู้ถึงตัวตนของกลุ่ม จนตัดสินใจมาใช้บริการ โดยเริ่มจากการสำรวจว่าลูกค้ารู้จักและค้นหาเราผ่านทางช่องทางใด ซึ่งในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวนิยมค้นหาข้อมูลที่ปักและแหล่งท่องเที่ยวตามช่องทางออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างตัวตนของธุรกิจบนโลกออนไลน์ โดยนำเสนอข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างครบถ้วน เช่น สถานที่ตั้ง บริการ ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และจัดให้มีสมาชิกทำหน้าที่ตอบคำถามลูกค้าให้ได้รวดเร็วทันใจ เพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม และเมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มแล้ว จะต้องสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจจนจบทริปเพื่อให้พนักงานต้อนรับมาใช้บริการซ้ำ หรือบอกต่อ อันจะช่วยขยายฐานลูกค้าให้กลุ่มได้อีกทาง



นอกจากนี้ วิชาหกิจชุมชนจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ที่มีแนวโน้มรักษาสุขภาพและความปลอดภัย ส่งผลให้ความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารปลอดภัยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์



สำหรับการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด 19 ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว เช่น การใส่ใจเรื่องความสะอาดและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในที่พัก/สถานที่ท่องเที่ยว การรักษาระยะห่างทางสังคม ทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงสถานที่แออัดและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีผู้คนจำนวนมาก เป็นต้น เพื่อวางแผนปรับปรุงการดำเนินกิจการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป





" หากเราไม่สามารถแข่งขันด้วยการลดต้นทุนได้ ก็ต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยการจำหน่ายสินค้า ไปให้กับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าจากชุมชน "

คุณจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา (วิทยาการ)
กรรมการผู้จัดการบริษัท โบลีเกอร์
แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแล้ว วิสาหกิจชุมชนจะต้องรู้จักการสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่าง หรือ “การสร้างแบรนด์” เพื่อให้สามารถแข่งขันกับเจ้าอื่น ๆ ในตลาดได้ โดยหาตัวตนของธุรกิจ และนำมาสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้และจดจำ มีเอกลักษณ์ชัดเจน เช่น โลโก้ สี ตัวอักษร และแพ็คเกจจิ้ง หรือชุดคำที่บ่งบอกสิ่งที่เป็นแบรนด์ทำอยู่ เช่น วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม) ที่มีการออกแบบโลโก้โดยใช้สัญลักษณ์รวงข้าว และเพิ่มองค์ประกอบภาพแหล่งน้ำ เพื่อบอกเล่าที่มาของชื่อแบรนด์ และสะท้อนความเป็น “ข้าวปลอดภัยจากแหล่งน้ำธรรมชาติ” ในขณะที่วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ) มีการกำหนดโลโก้สำหรับผลิตภัณฑ์โคลน โดยใช้สัญลักษณ์อ่าวทองคำ และสีทอง เพื่อสะท้อนแหล่งที่มาของโคลนที่นำมาใช้ผลิตสินค้า



โลโก้ผลิตภัณฑ์โคลน
ของกลุ่มบ้านแหลมโฮมสเตย์

ฉลากและโลโก้สินค้าของกลุ่มข้าวน้ำจิ้ม

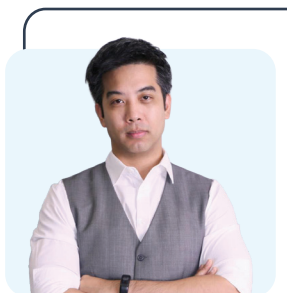


" สิ่งที่สำคัญของการสร้างแบรนด์ คือ การนำเอาทัศนคติต่าง ๆ ไปสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ และสื่อสารให้เห็นได้ในทิศทางเดียวกันในทุกช่องทาง "

คุณเจษฎา ด้านปาน (วิทยากร)

ผู้ก่อตั้งบริษัท เจริญสุข คอร์เปอเรท กรุ๊ป จำกัด

การนำสินค้าและบริการไปสู่มือผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนจะต้องรู้จักวิธีการทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องเริ่มจากการเก็บข้อมูลและระบุตัวตนของลูกค้า ว่าลูกค้าของเราเป็นใคร เพศอะไร อาศัยอยู่ที่ไหน และทำอาชีพอะไร เพื่อให้เราสามารถคาดการณ์ได้ถึงความต้องการและปัญหาที่ลูกค้าพบเจอและต้องการจะแก้ไข (Pain points) และนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม) ซึ่งมีทั้งกลุ่มลูกค้าในพื้นที่จังหวัดพะเยา ที่มีความต้องการซื้อสินค้าไปบริโภคเอง และกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด ที่ต้องการนำสินค้าไปเป็นของฝาก เช่นเดียวกับการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยว ของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ) ที่จะต้องออกแบบให้หลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการแต่ละกลุ่ม เช่น โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน (Day Stay) สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เข้าพักที่โฮมสเตย์ร่วมไปกับการใช้กลยุทธ์ด้านราคาให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม



" การศึกษาจากผู้ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนจะทำให้สามารถรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค และนำข้อผูกเข้านั้นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง "

คุณบรรณ ภูษงค์เจริญ (ไค้ชบรรณ) (วิทยากร)

ประธานกรรมการบริหารบริษัท Level Up Holding



" ภาพและวิดีโอที่ถ่ายทอดด้วยเรื่องราวของชุมชนอย่างแท้จริง จะสร้างความประทับใจและความรู้สึกร่วมระหว่างผู้บริโภค และสมาชิกชุมชนได้ "

คุณธนภรณ์ เสริมสูงลับ (วิทยากร)

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ฟอร์เต้ เวนเจอร์
และเจ้าของเพจ Signature of Phuket

วิสาหกิจชุมชนควรเสริมการทำตลาดออนไลน์ ควบคู่ไปกับช่องทางออฟไลน์อื่น ๆ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก และช่วยให้สามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง โดยหนึ่งในกลยุทธ์ตลาดออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ การสร้างเรื่องราว (Storytelling) ในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ เพื่อสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์และแบรนด์ไปยังผู้บริโภค ซึ่งเหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนที่มีเรื่องราวของการรวมกลุ่ม และวิถีชีวิตชุมชนเป็นคุณค่าที่สำคัญอยู่แล้ว เช่น วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม) ที่มีเรื่องราวของวิถีชีวิตเกษตรกรที่อยู่คู่กับแหล่งน้ำธรรมชาติ (น้ำจิ้ม) ที่ใช้ในการเพาะปลูกข้าว และวัฒนธรรมประเพณีการปลูกข้าว ที่ส่งไปยังผู้บริโภค และวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ) ที่มีเรื่องราววิถีชีวิตชาวประมง และทรัพยากรในชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน



นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนได้รับฟังประสบการณ์ตรงจากเจ้าของธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ คุณอายุ จือปา ผู้ก่อตั้งแบรนด์กาแฟเพื่อสังคม “อาฮา อามา” และคุณวิโรจน์ ฉิมมี เจ้าของธุรกิจฟาร์มสเตย์ “บ้านไร่โออรุณ”

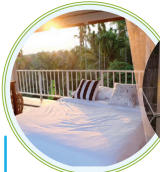


คุณอายุ จือปา ผู้ก่อตั้งแบรนด์กาแฟเพื่อสังคม “อาฮา อามา” จากแหล่งปลูกกาแฟจังหวัดเชียงราย ได้บอกเล่าถึงประสบการณ์การพัฒนาธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มแรกที่มีเพียงกระดาดแผ่นเดียวและความตั้งใจในการพัฒนาบ้านเกิด จนเป็นที่รู้จักโด่งดังไปไกลถึงต่างประเทศในปัจจุบัน คุณอายุได้แบ่งปันแนวทางสู่ความสำเร็จที่สำคัญสองประการ ได้แก่

- การรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ เพื่อหาแนวทางปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติมในส่วนที่ขาด พร้อมกับใช้ประโยชน์ และสร้างความได้เปรียบในสิ่งที่ธุรกิจมีอยู่
- การดึงคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นกำลังสำคัญของธุรกิจในอนาคต



ขอบคุณภาพจากเพจ Akha Ama Coffee



คุณวิโรจน์ ฉิมมี เจ้าของธุรกิจฟาร์มสเตย์ “บ้านไร่ โออรุณ” จังหวัดระนอง ได้บอกเล่าถึงการเปลี่ยนพื้นที่ที่ถูกเมินให้เป็นที่พักที่ได้รับความนิยม ผ่านการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาสร้างความแตกต่างและเป็นจุดขาย ร่วมกับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยคุณวิโรจน์ได้แบ่งปันเคล็ดลับสำหรับวิสาหกิจชุมชนภาคบริการ ดังนี้

- การสร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างรายได้ร่วมกันของคนในชุมชน
- การเริ่มพัฒนาจากสิ่งที่ธุรกิจมีอยู่ไปสู่การพัฒนาสิ่งใหญ่เมื่อมีความพร้อม เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงลงทุนเพิ่มขึ้น
- การสร้างความแตกต่างที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การสัมผัสและใกล้ชิดธรรมชาติของคนเมือง
- การปรับปรุงสถานที่อย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว
- การบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนอย่างจริงใจ เป็นเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ทำให้คนฟังรู้สึกใกล้ชิดกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น



ขอบคุณภาพจากเพจ บ้านไร่ โออรุณ Baan rai i arun

ผลการติดตามความคืบหน้ากิจกรรมบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพ

การลงพื้นที่ติดตามความคืบหน้ากิจกรรมบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพ หลังการจัดกิจกรรมเป็นเวลาประมาณ 1 เดือน ทำให้เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ดังนี้

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคการผลิต:

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานสู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจ้ำ)

1) ด้านการพัฒนากระบวนการผลิต ดำเนินการจัดทำปุ๋ยหมักทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมีซึ่งมีราคาสูงขึ้น และเชื่อมโยงรถปลูกข้าวจากเครือข่ายมาทดลองใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิต



2) ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะที่ได้จากการอบรม โดยเพิ่ม QR code ที่ด้านหน้าของฉลากสินค้าเพื่อเชื่อมโยงไปยังเพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม และเพิ่มรายละเอียดคุณสมบัติของข้าวแต่ละชนิด และวิธีการหุงข้าวให้อร่อย

3) ด้านการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยนำสินค้าไปวางจำหน่ายเพิ่มเติมที่ร้านค้าทั้งในจังหวัดพะเยา และกรุงเทพมหานคร และขายสินค้าผ่านเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มโดยใช้เครื่องมือ Facebook Audience Insights ในการศึกษากลุ่มลูกค้าและแนวโน้มการเข้าชมเพจประกอบการวางแผนโพสต์ขายสินค้า



ข้าวน้ำจ้ำ พะเยา
31 Jul · 🌐
...
มีเครื่องมือในการผลิตข้าวทุกปี ปรับรับแผนทอร์น ปีนี้ข้าวก็จะแพงๆ เพราะน้ำขอมมาก
... See more

4) ด้านการสร้างเรื่องราว มีการนำวิถีชีวิตการทำนาของเกษตรกรมาต่อยอดสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ข้าวน้ำจ้ำ โดยจัดทำภาพถ่ายและวิดีโอบอกเล่าขั้นตอนการปลูกข้าวบนเพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงการมีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มกระบวนการปลูกข้าวจนผลิตเป็นข้าวสาร



5) ด้านแหล่งเงินทุน วิสาหกิจชุมชนอยู่ระหว่างการติดต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อขอเงินลงทุนในการสร้างศูนย์การเรียนรู้ทางเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเป็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือทางการผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้ากับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนต้นแบบภาคบริการ:วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์ (บ้านหน้าทับ)

1) ด้านการพัฒนาการให้บริการ มีการเก็บข้อมูลความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบริการจากนักท่องเที่ยว รวมถึง มีการแจ้งรายละเอียดที่สำคัญในการเข้าพัก การร่วมกิจกรรม และสอบถามถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง



Banlaemhomestay

กรับ / แพคเกจ

Package	บริการได้รับ
Package 1 : 2 5u 1 คืน อัตราค่าบริการ 1800 บาท/คน + 100 บาทรถจักรยานยนต์	อาหาร 3 มื้อ ที่พัก เครื่องดื่มตลอด บริการรถจักรยานยนต์ บริการอาหารเช้าแบบ เช้าเย็น
Package 2 : One Day Trip (ไม่พัก) อัตราค่าบริการ 900 บาท/คน	อาหาร 2 มื้อ เครื่องดื่มตลอด บริการรถจักรยานยนต์ บริการอาหารเช้าแบบ เช้าเย็น

หมายเหตุ
 • ชุดว่ายน้ำ 5 - 10 ชิ้น/ห้องพัก
 • ชุดชายหาดราคา 5 ชิ้น/ห้องพัก

ตัวอย่างโปรแกรม Package 2 5u 1 คืน

2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ มีการออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวเพิ่มเติม เพื่อตอบโจทยความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เข้าพักที่โฮมสเตย์ แต่ต้องการทำกิจกรรมท่องเที่ยวของกลุ่ม ทั้งโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 วัน (Day Stay) และแบบครึ่งวัน

3) ด้านการสร้างแบรนด์ มีการนำจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวชุมชน มากำหนดบุคลิกของแบรนด์ที่มีความเรียบง่าย เป็นกันเอง และสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงปรับปรุงการบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อเสริมจุดแข็งของแบรนด์ในด้านการรักษาสีงแวดล้อม



4) ด้านการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ และเพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม และมีตัวแทนจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์อื่น ๆ รวมถึงมีแผนความร่วมมือกับแพลตฟอร์ม Local Alike เพื่ออำนวยความสะดวกในการจองที่พัก และโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

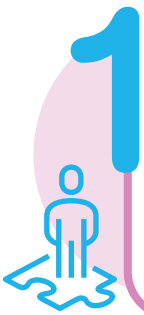
นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังมีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวในรูปแบบสมาพันธ์ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด

05 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาลงพื้นที่สำรวจกิจการและสัมภาระณ์เชิงลึกวิสาหกิจชุมชนในภาคการผลิตและภาคบริการ การดำเนินการบ่มเพาะและติดตามการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้งสองแห่ง อย่างใกล้ชิด ทำให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไป สภาพแวดล้อม และการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในปัจจุบัน และสามารถนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญได้ ดังนี้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน



ปัจจัยด้านผู้นำ วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง ทำหน้าที่ในการวางแผน ชี้แนะ และขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ โดยทักษะและคุณสมบัติของผู้นำที่มีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การยอมรับจากสมาชิกกลุ่ม และการมีทักษะในการสร้างทีม (Teambuilding) หรือการดึงศักยภาพและทักษะของสมาชิกมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ปัจจัยด้านเงินทุน วิสาหกิจชุมชนทุกแห่งล้วนต้องใช้เวลาในการประกอบกิจการ โดยที่มาของเงินทุนเริ่มแรกนั้น มีทั้งจากเงินทุนส่วนตัวของผู้นำ การระดมทุนของสมาชิก และเงินทุนจากภายนอก อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จ จะมีวิธีการสร้างความยั่งยืนทางการเงิน (Financial Sustainability) ให้กับกลุ่มรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งของวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาเป็นกองทุนส่วนกลาง และการร่วมกันวางแผนการลงทุนในระยะยาว เป็นต้น



ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวของผู้คนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรอย่างไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จ จะมีแนวทางการบริหารจัดการในรูปแบบขององค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะการบริหารจัดการคนที่จะต้องมีการกำหนดโครงสร้างและแบ่งหน้าที่ระหว่างสมาชิกที่ชัดเจน กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย สามารถชี้แจงและสรุปผลการดำเนินงานได้ รวมถึงมีการบริหารจัดการวัตถุดิบและบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างเป็นระบบ



ปัจจัยด้านการผลิต/การให้บริการ จุดร่วมสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จ คือ การนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ระบบรับรองมาตรฐาน ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคแล้ว ยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงมีแนวทางในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต/การให้บริการ นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังทำการศึกษาแนวโน้มและความต้องการของตลาด เก็บข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า และนำมาปรับปรุง/พัฒนาสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ



ปัจจัยด้านการตลาด วิสาหกิจชุมชนทุกแห่งต้องมีตลาดรองรับก่อนเริ่มการผลิต ตามหลัก “การตลาดนำการผลิต” รู้ว่าใครคือลูกค้า จะขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างไร และผ่านช่องทางใด นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จต้องรู้จักสร้างโอกาสทางการตลาดและการขาย ค้นหาข้อมูลและทดลองช่องทางจำหน่ายใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

6



ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้สึกร่วมกัน (Sense of Ownership) ผ่านการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่สมาชิก รวมถึงเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและการตัดสินใจ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการพัฒนาทักษะของสมาชิก และการดึงคนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยเสริมความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ การทำตลาด และการบริหารจัดการธุรกิจที่ทันสมัย

7



ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์กับภายนอก นอกจากการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มแล้ว วิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จจะมีการสร้างเครือข่ายกับภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ รวมถึงการสร้างเครือข่ายร่วมกับธุรกิจใกล้เคียง หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจร่วมกัน





" การอบรมในครั้งนี้ ช่วยให้ตนเองและสมาชิกของทีมเห็นเส้นทางที่จะนำกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มจะนำความรู้และทักษะที่ได้รับจากการอบรมในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดในการปรับปรุงการบริหารจัดการภายในของกลุ่ม เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งควบคู่ไปกับการพัฒนาแบรนด์ และการขยายตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มต่อไป "

นางสาวธัญลักษณ์ ปิงเมือง

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสาน
สู่การแปรรูปเชิงนวัตกรรม (ข้าวน้ำจิ้ม)

" การเข้าร่วมกิจกรรมข่มเพาะและพัฒนาศักยภาพในครั้งนี้ ช่วยให้มองเห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกลุ่มตนเองที่อาจเคยมองข้ามไป สร้างแรงบันดาลใจ รวมทั้งเปิดมุมมองและแนวคิดการทำธุรกิจใหม่ ๆ โดยกลุ่มพร้อมที่จะนำคำแนะนำและความรู้ที่ได้รับจากวิทยากรทุกท่านไปปรับใช้ เพื่อสานต่อเป้าหมายการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป "



นายทักษิณ หมีนหมัน หรือ บังทักษิณ

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลน
บ้านแหลมโฮมสเตย์

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน



ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัจจัยด้านเงินทุนเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งมีแนวคิดและแผนการพัฒนารุรกิจที่ดี แต่ยังคงขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน



ด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจุดเด่นอยู่ที่การนำความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอด แต่ยังคงขาดการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐาน



ด้านการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต

วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูง หรือไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตให้คงที่ ทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันด้านราคา



ด้านการขยายช่องทางการจำหน่าย

วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีช่องทางจำหน่ายหลักเพียงไม่กี่ช่องทาง แม้ว่าจะเริ่มทดลองช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่าง ๆ แต่ก็ยังคงประสบข้อจำกัดจากค่าบริการ และต้นทุนค่าขนส่ง



ด้านการสร้างแบรนด์

สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีจุดขายและเอกลักษณ์เฉพาะตัว หากแต่ยังขาดการหยิบนำเอาจุดเด่นเหล่านั้น มาสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้และจดจำแบรนด์ได้



ด้านความยั่งยืนของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งมีสมาชิกหลักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ยังขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่เป็นคนรุ่นใหม่ ที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มในระยะยาว

06 ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทย ในยุคหลังโควิด 19 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนจะสามารถเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้มีความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ หากได้รับการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพอย่างเหมาะสมและตรงจุด โดยมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

การเชื่อมโยงแนวทางการพัฒนาชุมชนจากภาครัฐ สามารถส่งเสริมได้ด้วยการกำหนดนโยบาย ส่งเสริมและงบประมาณผ่านหน่วยงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน และตลาดเกิดความต้องการสินค้าและบริการของชุมชนอย่างยั่งยืน เมื่อทั้งสามด้านได้รับการสนับสนุน อย่างเพียงพอ จะเกิดเป็นวัฏจักรที่สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง



1 กำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน

หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จะต้องมีการกำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน ผ่านการดำเนินการใน 4 มิติ ได้แก่ การวางแผนโครงการ/แผนงานร่วมกัน การกำหนดบทบาทและภารกิจของแต่ละหน่วยงาน การกำหนดตัวชี้วัดหรือการติดตามผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน และการออกแบบกระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง

หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ร่วมกันกำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ชัดเจน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน และรักษาความต่อเนื่องของการใช้งบประมาณ ใน 4 มิติ ได้แก่

- 1.1** การวางแผนโครงการ/แผนงานร่วมกัน หน่วยงานในระดับกระทรวงควรร่วมกันจัดทำแผนงานระดับ “แผนปฏิบัติการ” เพื่อกำหนดทิศทางการและกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
- 1.2** กำหนดบทบาทและภารกิจของแต่ละหน่วยงานที่ชัดเจน กำหนดบทบาทในการดำเนินงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ
- 1.3** กำหนดตัวชี้วัดหรือการติดตามผลสัมฤทธิ์ได้อย่างชัดเจน โดยกำหนดแนวทางประเมินความสำเร็จในภาพรวมที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน ในแต่ละมิติที่เกี่ยวข้องเนื่องต่อการเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจชุมชน
- 1.4** การถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน หน่วยงานส่วนกลางต้องสื่อสารนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนไปยังส่วนภูมิภาคและระดับจังหวัด และจัดให้มีกลไกการสื่อสารย้อนกลับจากหน่วยงานผู้ปฏิบัติ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2

ปรับปรุงฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนให้ทันสมัย

ฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนของไทยถูกจัดเก็บโดยหน่วยงานหลายแห่ง ทำให้ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนและไม่ทันสมัย อีกทั้งไม่สามารถนำข้อมูลออกมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว

ภาครัฐต้องปรับปรุงและพัฒนาฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนให้สามารถเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลวิสาหกิจชุมชนไปใช้ประโยชน์ ในการกำหนดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายสำหรับโครงการ/แผนงาน และนำข้อมูลไปต่อยอดในการวิเคราะห์ และกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้อย่างครอบคลุม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานสถิติแห่งชาติ

3

เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งมีข้อจำกัดในด้านการควบคุมต้นทุนการผลิตต่อหน่วย เนื่องจากไม่สามารถขยายกำลังการผลิตให้เทียบเคียงกับผู้ผลิตรายใหญ่ได้ และในขณะเดียวกันก็ขาดองค์ความรู้และนวัตกรรม สำหรับต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้

ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือทั้งทางด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี งบประมาณ แก้ววิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) กระทรวงอุตสาหกรรม กรมทรัพย์สินทางปัญญา สถาบันการศึกษา และสถาบันการเงิน เป็นต้น

4

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านการขายหน้าร้าน เข้าร่วมงานแสดงสินค้า และส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศได้ อีกทั้งหลายแห่งยังขาดความพร้อมในการปรับตัวไปสู่ตลาดออนไลน์ทั้งในด้านเครื่องมือและทักษะ

ภาครัฐควรให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ให้กับวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการจัดงานแสดงสินค้า และการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนไปขายยังต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

5

การบริหารจัดการเชิงธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนการเงิน แผนการลงทุน แผนต่อยอดธุรกิจ แผนการจัดการวัตถุดิบให้เพียงพอ แผนการจัดจำหน่ายและการตลาด และแผนการบริหารความเสี่ยง ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันส่งเสริมองค์ความรู้เรื่องแผนบริหารจัดการธุรกิจให้แก่วิสาหกิจชุมชนอย่างครอบคลุม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารออมสิน สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และสถาบันการศึกษา เป็นต้น

6

ผ่อนปรนข้อจำกัดของกฎระเบียบสำหรับการบริการส่งเสริมจากภาครัฐ

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานภาครัฐมีข้อกำหนดทางกฎหมายให้วิสาหกิจชุมชนต้องขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานต่าง ๆ และวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเตรียมเอกสารหรือข้อมูลในการจดทะเบียน

ภาครัฐควรพิจารณาปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อทำให้หน่วยงานผู้ปฏิบัติสามารถส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชน



ด้านการตลาด

- วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการในพื้นที่จังหวัดของตนเองเป็นหลัก ควรหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจเพื่อการขยายช่องทางธุรกิจเพิ่มขึ้น
- พัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง ตามแนวคิด “การตลาดนำการผลิต” จับแนวโน้มของผู้บริโภคก่อนคู่แข่งเสมอ
- จะต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ เช่น SHA, GAP, Organic เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค



ด้านทักษะแรงงาน

- เพิ่มความรู้ทักษะและมีมือแรงงานในการผลิตและการให้บริการได้ผ่านการเข้าร่วมหลักสูตรการอบรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา
- ทานวัตกรรม และเทคโนโลยี เข้ามาช่วยแรงงาน เพื่อลดต้นทุน และให้งานมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน



ด้านการเงินและการบัญชี

- พัฒนาความรู้ความเข้าใจต่อการบริหารจัดการต้นทุน ค่าใช้จ่าย และกำไร รวมถึงการวางแผนนำรายได้ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดทางธุรกิจ
- จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลแนวโน้มรายรับและจ่ายนี้ไปยื่นขอเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงิน



ด้านปัจจัยการผลิต

- กำหนดแนวทางรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย (Cluster) ทั้งในด้านการจัดซื้อวัตถุดิบร่วมกันผลิต หรือจัดแบ่งขั้นตอนการผลิตตามความเชี่ยวชาญของวิสาหกิจแต่ละแห่ง



ด้านความยั่งยืนของกลุ่ม

- ความยั่งยืนของกลุ่ม ต้องอาศัยผู้นำที่มีความเข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์ และมีความมุ่งมั่น
- สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำในชุมชนและผู้คนในชุมชน ในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อให้สมาชิกทุกคนปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องเหมาะสม



ด้านการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่

- ส่งเสริมกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชน ระหว่างผู้สูงอายุ และคนรุ่นใหม่ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้แนวคิดและมุมมองใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป



ด้านศักยภาพในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

- วิสาหกิจชุมชนควรสำรวจ วิเคราะห์ และประเมินความต้องการของกลุ่ม และสมาชิกว่ายังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาในเรื่องใด
- พิจารณาเข้าร่วมโครงการและหลักสูตรการส่งเสริมและพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ที่ตรงต่อความต้องการและศักยภาพของกลุ่ม



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์