

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

11 กรกฎาคม 2566

วันแก้ไขบทความ:

20 ธันวาคม 2566

วันตอบรับบทความ:

23 ธันวาคม 2566

พรพจน์ ศรีตัน ภัสสร่า บุญญฤทธิ์ และ ธิดาธิลป์ เปลี่ยนละอ

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางการขับเคลื่อน BCG สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน สถาบันวิจัยสังคม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: b.bhasrah@gmail.com

บทคัดย่อ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารู้สอียดะห์ เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูซึ่งพัฒนาจากการเชื่อมโยงแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจพอเพียง แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูให้เป็นนวัตกรรมสังคมที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้ เนื่องจากมีปัญหาด้านการจัดเก็บวัตถุดิบ วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ระยะเวลาเก็บรักษาเพียง 1 เดือน ไม่มีฉลากสินค้า ขาดเครื่องจักร ขาดโรงงานผลิตจึงไม่สามารถขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ออย. ไม่มีการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์และการจัดทำโปรโมชั่น งานวิจัยนี้จึงดำเนินการดังนี้ 1) การเก็บข้อมูลคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูด้วยการเพิ่มมูลค่าตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน 3) การส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ด้วยการวิเคราะห์รูปแบบของแผนธุรกิจและความยั่งยืนในเชิงธุรกิจ ภายใต้กรอบแนวคิดโมเดล แผนธุรกิจและการตลาด และ 4) การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนด้วยการส่งเสริมการพัฒนาระบบการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน ด้วยการจัดซื้อเครื่องจักร ขยายโรงงานการผลิต ขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าและสร้างเครือข่าย พัฒนารูทธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจากทั้งในและต่างพื้นที่ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารู้สอียดะห์สามารถผลิตน้ำพริกปลาบูดูที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้อย่างมั่นคงและมีศักยภาพ มีกำไรเพิ่มขึ้นต่อเดือนร้อยละ 61 และมียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 60-120 กระปุก/เดือน นอกจากนี้ยังเพิ่มรายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาเฉลี่ย 1,000 บาท/เดือน เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรและจำหน่ายผักสวนครัวเฉลี่ย 300 บาท/เดือน มีการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ด้วยการนำเศษวัตถุดิบในการผลิตมาแปรรูปเป็นแกงไตปลา และปุ๋ยชีวภาพ ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนผลผลิตและรายได้ที่เพิ่มขึ้นในชุมชน ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ควบคู่กับการสร้างความตระหนักทางสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชน



คำสำคัญ:

กรุงเทพมหานคร
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู
เศรษฐกิจหมุนเวียน
นวัตกรรมสังคม
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

Research Article

Received:

11 July 2023

Received in revised form:

20 December 2023

Accepted:

23 December 2023

Pornpod Sridan, Bhasrah Boonyarithi* and Thidasil Plainlaor

Center of Excellence on BCG towards Sustainable Development, Social Research Institute, Chulalongkorn University, Patumwan, Bangkok, 10330 Thailand

*Corresponding author's E-mail: b.bhasrah@gmail.com



Abstract

The Darul Ibadah Community Enterprise in Bangkok endeavored to market Budu fish chili paste, aligning it with grassroots, circular, and sufficiency economy principles. Unfortunately, this product faced multiple developmental hurdles. Challenges included issues with raw material storage, unappealing packaging, a short 1-month shelf life, absence of product labeling, inadequate machinery and facilities leading to non-compliance with FDA standards, marketing limitations, and PR struggles to generate wider awareness and promote the product. This research addressed the following key areas: 1) Collecting data on Budu fish Chili Paste quality and standards, 2) Enhancing Budu fish Chili Paste value through circular economy principles, 3) Developing and promoting business models for improved commercial competitiveness using comprehensive business and marketing plans, and 4) Enhancing grassroots economy and quality of life by upgrading production processes, acquiring machinery, expanding facilities, broadening distribution channels, and forging business networks with local and external government and private agencies. As a result, the Darul Ibadah Community Enterprise successfully crafted a unique Budu fish chili paste, reflecting local identity while demonstrating stability and growth potential. The enterprise experienced a 61% increase in monthly profits, raising monthly orders from 60 to 120 jars. Notably, fish farmers saw an average monthly income rise of 1,000 baht (ca. 29 USD), while medicinal plant and vegetable growers enjoyed an additional 300 baht per month (ca. 8.68 USD per month). Efficient waste management techniques, such as repurposing leftover raw materials into fish curry and biological fertilizer, achieved zero waste. These initiatives contributed to increased community income distribution, heightened environmental consciousness, and ultimately, strengthened community cohesion.

Keywords:

Bangkok
Budu fish chili paste
Circular economy
Social innovation
Community enterprise

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยเน้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับมหภาคซึ่งมุ่งสู่อุตสาหกรรมส่งออก ทำให้การลงทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา ภาครัฐได้ทบทวนนโยบายและแผนเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้มีความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก (Local economy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ด้วยการนำทุนและทรัพยากรต่าง ๆ ภายในชุมชนเพื่อให้บริการในรูปแบบกิจการของชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่มีแนวทางการดำเนินงานคือ เน้นให้คนในชุมชนร่วมคิดร่วมทำ ร่วมเป็นเจ้าของและร่วมรับผิดชอบการดำเนินงาน ดังนั้นกิจการของวิสาหกิจชุมชนจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ใช้พัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้มีความเจริญก้าวหน้า (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017)

ชุมชนดารุ้ลอบาตะห์เป็นชุมชนมุสลิมในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร มีจุดเด่นคือ สมาชิกในชุมชนมีความเข้มแข็งและความกลมเกลียว มีวิถีชีวิตยึดโยงกับลำคลองที่มีปลายี่สกจำนวนมาก จึงเกิดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นการถนอมอาหารโดยใช้ปลายี่สกมาทำเป็นปลาบดและพัฒนาเป็นน้ำพริกปลาบดที่มีความอร่อยและแปลกใหม่ ใช้วัตถุดิบจากพืชสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการถนอมอาหารด้วยวิธีการหมักปลา เพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้นและเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนริมคลองที่เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยกระบวนการผลิตน้ำพริกปลาบดเริ่มจากการนำปลามาขอดเกล็ด ล้างให้สะอาด ชูตเลือด นำเครื่องในและก้างปลาออก แล้วนำมาหมักเกลือทิ้งไว้ จากนั้นจึงล้างน้ำเปล่าให้สะอาดแล้วผึ่งไว้ให้แห้ง นำมาคลุกกับเกลือที่เตรียมไว้ อัดใส่ลงในไหทิ้งไว้ 1 เดือน แล้วจึงนำออกจากไห ล้างให้สะอาดแล้วนำมาทอด รวมถึงทอดสมุนไพรต่าง ๆ แล้วบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ ทำการซีลฝากระป๋อง ตัดฉลากสินค้า และวางจำหน่าย ชุมชนดารุ้ลอบาตะห์ร่วมมือผลิตและจำหน่ายสินค้า ปลาบดและผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบด และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ คือ ครีมทาผิว สบู่ และนมพาสเจอร์ไรส์ และดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นฐานของการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและการอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คนในชุมชนดำรงชีพด้วยวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ประกอบอาชีพเลี้ยงแพะนมและแพะเนื้อ เลี้ยงปลายี่สก และทำเกษตรอินทรีย์ คือ พริก มะกรูด มะพร้าวหอม ส้มบางมด ผักบุ้ง มะละกอ กัลยง ดอกแค เป็นต้น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารุ้ลอบาตะห์พยายามส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้มั่นคง ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบดซึ่งเป็นการผลิตสินค้าจากวัตถุดิบของเกษตรกรในชุมชน ดังนี้

ปลา พริก มะกรูด หอมแดง กระเทียม ซึ่งสะท้อนความเชื่อมโยงของแนวคิดเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ชาวประมง เกษตรกรผู้ปลูกผักและสมุนไพร และแรงงานผู้สูงวัยในชุมชนดารุ้ลอบาตะห์ เศรษฐกิจหมุนเวียนด้วยการใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนการสร้างวงจรการผลิตน้ำพริกปลาบดที่ก่อให้เกิดประโยชน์ที่สุด และเศรษฐกิจพอเพียงตามหลักของความเข้าใจ เข้าถึงและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภายใต้ชื่อ กัมปโปงในดงปรีอท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง

ในปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารุ้ลอบาตะห์มีผลกระทบด้านรายได้ที่ลดลงจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบดซึ่งเป็นรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 30 เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถรวมกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบดในจำนวนที่เพิ่มขึ้น จำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบดผ่านช่องทางเฟซบุ๊กกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารุ้ลอบาตะห์ โดยมีจุดขายของผลิตภัณฑ์คือ เรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการสืบทอดกรรมวิธีถนอมอาหารกว่า 200 ปี ร่วมกับการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากชุมชน ควบคู่กับการเน้นย้ำถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคสนใจและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดารุ้ลอบาตะห์ได้รับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบด ผ่านทางโครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานของรัฐ อาทิ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการพัฒนาชุมชนและการสร้างเครือข่ายภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทยและสร้างสินค้าให้มีคุณภาพและมีมูลค่าสูง (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017) การเข้าร่วมโครงการประกวดภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยสำนักงานเขตทุ่งครุ และได้รับการจัดอันดับเป็นหนึ่งในสินค้าดีประจำเขตทุ่งครุ อีกทั้งยังนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในท้องถิ่นมาจัดแสดงและจำหน่ายในงานเกษตรแห่งชาติ โดยได้รับความร่วมมือจากกรมส่งเสริมสหกรณ์พื้นที่กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และธนาคารออมสินเข้ามาศึกษาดูงานและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นดารุ้ลอบาตะห์เป็นพื้นที่ชุมชนต้นแบบ รวมถึงการให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบด กระบวนการพัฒนาที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น การคำนวณและเปรียบเทียบต้นทุนการผลิต และผลประโยชน์ที่กลับคืนสู่ชุมชน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถประเมินข้อมูลการอธิบายสภาพตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของความพอเพียงและการหารายได้

เสริมของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสะท้อนถึงนวัตกรรมสังคมของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์อิลบาตะห์

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของกระบวนการผลิต
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูโดยคนในชุมชน คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลา
รายใหญ่จำนวน 10 ราย รายย่อยจำนวน 10 ราย และคนงานซึ่ง
ส่วนใหญ่เป็นคนวัยกลางคนถึงสูงอายุ มีอายุเฉลี่ยราว 50-70 ปี ซึ่ง
ได้รับค่าแรงวันละ 300 บาท โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์อิลบาตะห์
รับซื้อปลาจากเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาในชุมชนราคา 45 บาท/กิโลกรัม
และใช้วัตถุดิบในการผลิตน้ำพริกปลาบูดูในพื้นที่ โดยมีรอบการ
ผลิต 1-2 เดือน ใช้ปลาในการผลิตรอบละประมาณ 150 กิโลกรัม
และผลิตเป็นน้ำพริกปลาบูดู 40-50 กระปุก ต้นทุนการผลิต 55
บาทต่อกระปุก จำหน่ายในราคา 69 บาทต่อกระปุก มีรายได้เฉลี่ย
ประมาณ 5,175 บาท/เดือน และมีกำไรเฉลี่ย 2,925 บาท/เดือน
การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูร้อยละ 80 เป็นการ
จำหน่ายปลีกผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊กกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์
อิลบาตะห์ ดังภาพที่ 1 (Figure 1) และอีกร้อยละ 20 เป็นการจำหน่าย
ปลีก โดยสมาชิกในกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในตลาดนัด

ชุมชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย สถานที่ราชการ และงานจัดแสดง
สินค้า การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน
ในท้องถิ่น ได้แก่ สหกรณ์อิสลามอันนุร ธนาคารออมสิน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งช่วยสร้างรายได้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ดาร์อิลบาตะห์ และเป็นการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์อิลบาตะห์ยังไม่สามารถต่อยอด
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูให้เป็นนวัตกรรมสังคมที่สร้างรายได้ให้
แก่ชุมชนได้ เนื่องจากมีปัญหาในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจน
ถึงปลายน้ำ ดังนี้ การจัดเก็บวัตถุดิบ การตลาด รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์
ยังไม่สามารถดึงดูดความต้องการซื้อของผู้บริโภค ไม่มีการจัดทำ
ฉลากสินค้า ไม่มีฉลากที่ระบุส่วนผสม สารพิษ และวันหมดอายุ
ของผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อยอดขายคำสั่งซื้อที่
มากกว่า 80 กระปุก บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถยืดอายุการเก็บรักษา
ผลิตภัณฑ์ได้นานกว่า 1 เดือน สถานที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจาก
ใช้พื้นที่ประชุมกลุ่มเป็นสถานที่ผลิตน้ำพริกปลาบูดู จึงไม่สามารถ
ยื่นเรื่องขอจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
(อย.) ได้ ดังภาพที่ 2 (Figure 2) และน้ำพริกปลาบูดูมีต้นทุนการ



Figure 1 (a) Original package and (b) Online distribution of Budu fish chili paste by Darul Ibadah Community Enterprise



Figure 2 Unstandardized Budu fish chili paste production

ผลิตสูง รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะที่ยังไม่มีแผนพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพตั้งแต่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยทำรายการ (Checklist) ทุกกระบวนการ เพื่อเป็นการทวนสอบคุณภาพสินค้าและปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอตามมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และมาตรฐานสินค้าสากลเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้จึงเกิดแนวความคิดสร้างความร่วมมือระหว่างนักวิชาการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและเพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ตลอดจนยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

1. การเก็บข้อมูลคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้า และโทรสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูจำนวน 20 ราย เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการของลูกค้า ตลอดจนคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยกลุ่มลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะมีหลากหลายกลุ่มตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ลูกค้าส่วนใหญ่ทำงานประจำ มีครอบครัว อายุประมาณ 40-50 ปี เป็นเพศหญิง โดยการสัมภาษณ์และแบบสอบถามมี 3 ประเด็น ดังนี้ 1) กลุ่มลูกค้ามีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูหรือไม่ รสชาติใดเป็นพิเศษ และต้องการให้มีการปรับปรุงรสชาติและบรรจุภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร 2) อยากเห็นผลิตภัณฑ์ใดเกิดขึ้นภายในชุมชน 3) สนใจวัตถุดิบท้องถิ่นประเภทใดเป็นพิเศษ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยหลักที่น้ำพริกปลาบูดูจะต้องได้รับการพัฒนาคือ ต้องมีตัวซีลฝากระป๋องเพื่อยืดระยะเวลาหมักอายุ เนื่องจากเมื่อเปิดกระป๋องหลายครั้งจะทำให้ น้ำพริกปลาบูดูไม่กรอบ มีระยะเวลาการเก็บรักษาที่สั้น และสูญเสียรสชาติได้ นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันการเปิดฝาเพื่อดมกลิ่นน้ำพริก

2. การยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูด้วยการเพิ่มมูลค่าตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะใช้ทรัพยากรในการผลิตปลาบูดูอย่างรู้คุณค่าเพื่อสร้างประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกวัตถุดิบจนถึง

การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ โดยการรับซื้อปลาเยือกจากเกษตรกรในชุมชนมาแปรรูปเป็นปลาบูดูสดจะสามารถเก็บรักษาคุณภาพจากนั้นรับซื้อสมุนไพรจากเกษตรกรในชุมชน คือ พริก มะกรูด หอมแดง กระเทียม แล้วนำเฉพาะส่วนเนื้อของปลาเยือกมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู ในส่วนวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิตน้ำพริกปลาบูดู จะนำมาแปรรูปโดยนำปลามาทอดทอดพัฒนาเป็นแกงไตปลา รวมไปถึงการใช้ก้างปลาและหัวปลาทำปุ๋ยหมัก

การกระจายรายได้อย่างทั่วถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะที่เปรียบเสมือนศูนย์กลางที่กระตุ้นให้คนในชุมชนสร้างงาน มีรายได้มากขึ้นผ่านการต่อยอดและแปรรูปผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนบนฐานเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งประกอบด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงปลารายใหญ่และรายย่อย และเกษตรกรในชุมชน

การยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาไม่ได้มุ่งเฉพาะการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ให้ผลลัพธ์เป็นตัวเลขเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการพัฒนาจากสมาชิกชุมชนด้วย ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิดของชุมชนจึงหมายถึงการมีรายได้ในระดับที่สมาชิกพอใจ คือการมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 2,000 บาท/รอบการผลิต หรือเฉลี่ยประมาณ 1,000 บาท/เดือน

การวางแผนการผลิตให้มีศักยภาพ ศักยภาพการผลิตในทศวรรษของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะที่ประกอบด้วยเงื่อนไขหลัก 3 ประการ ได้แก่ คุณภาพสินค้าที่คงที่ ความสามารถผลิตสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอและมีจำนวนสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และการได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้าโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะที่ใช้เวลาทดสอบตลาดเพื่อเรียนรู้ความต้องการซื้อของตลาดในช่วงแรก ศึกษาการทำบัญชีและเงินสดหมุนเวียนระหว่างการทดสอบตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะที่ตั้งเป้าหมายว่าเมื่อการตลาดแบบปากต่อปากทำงานได้ดีจนสร้างความตระหนักรู้ถึงการมีอยู่ของสินค้าน้ำพริกปลาบูดูและถูกพูดถึงในวงกว้าง พวกตนจะได้รับการสนับสนุนจากท้องถิ่นตามโอกาสและวาระต่าง ๆ เช่น การจัดงานออกร้านประจำปี การจัดตั้งเป็นนิติบุคคลเพื่อการผลิต หรือมีร้านค้าปลีกที่ไม่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก

การพัฒนาแบบการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะมีการวางแผนการปล่อยของเสียสู่ชุมชนตลอดขั้นตอนการผลิต ดังนี้ การค่านวนวัตถุดิบและพืชสมุนไพรเพื่อผลิตน้ำพริกปลาบูดู การจัดเก็บวัตถุดิบโดยการแปรรูปเนื้อปลาเป็นปลาบูดูสด ซึ่งสามารถเก็บรักษาคุณภาพได้นานนับเดือน และการส่งซื้อสมุนไพร วิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะจะวางแผนปริมาณการรับซื้อโดยพิจารณาจากยอดคำสั่งซื้อน้ำพริกปลาบูดู โดยสมุนไพร 1 กิโลกรัม จะสามารถผลิตน้ำพริกปลาบูดูได้ 6 กระปุก ในกระบวนการผลิตจะมีได้ปลาและส่วนอื่น ๆ ที่เหลือวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะจะนำปลาล้างมาทอดทอดเป็นแกง

โตปลา ดังภาพที่ 3 (Figure 3) รวมถึงใช้ก้างปลาและหัวปลาทำป๋วยหมัก โดยกรรมวิธีการหมักเริ่มจากเตรียมเศษปลาและงัดให้พร้อม ใส่กากน้ำตาล 8 กิโลกรัม และน้ำหมัก EM ปริมาณ 2 ลิตร จากนั้นคนให้น้ำตาลละลาย แล้วนำเศษปลามาใส่ลงในถังหมัก ทำการเทน้ำหมัก EM และกากน้ำตาลที่เตรียมไว้ คนให้เข้ากันและปิดฝาให้สนิททิ้งไว้ 2 เดือน จึงจะสามารถนำออกมาใช้ได้

รายละเอียดการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอ์อิดาตะห์ข้างต้นสะท้อนว่า ชุมชนได้นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและหลักการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ประกอบด้วยทรัพยากร



Figure 3 Processed fermented fish entailed soup made of fish intestines

ที่จับต้องได้คือ ต้นทุนวัตถุดิบ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้คือ องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้งานอย่างแท้จริง ส่งผลให้การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอ์อิดาตะห์ เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทำให้คนในชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรในชุมชนและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

3. การส่งเสริมและพัฒนาารูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ด้วยการวิเคราะห์รูปแบบของแผนธุรกิจและความยั่งยืนในเชิงธุรกิจ

การออกแบบกิจกรรมและแนวทางการดำเนินธุรกิจ และดำเนินการผ่านกระบวนการออกแบบทางความคิด (Design Thinking) ของธุรกิจ เพื่อนำรูปแบบธุรกิจเดิมมาปรับปรุง และวิเคราะห์การดำเนินงานผ่านโมเดลแผนธุรกิจและการตลาด (Business Model Canvas: BMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวม และทำให้สมาชิกรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน

การทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการของกลุ่มลูกค้า (Empathize) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอ์อิดาตะห์สำรวจข้อมูลและสอบถามทางโทรศัพท์เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการของลูกค้า

การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเพื่อกำหนดกรอบการพัฒนา (Define) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอ์อิดาตะห์วางแผนการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู โดยพยายามสร้าง

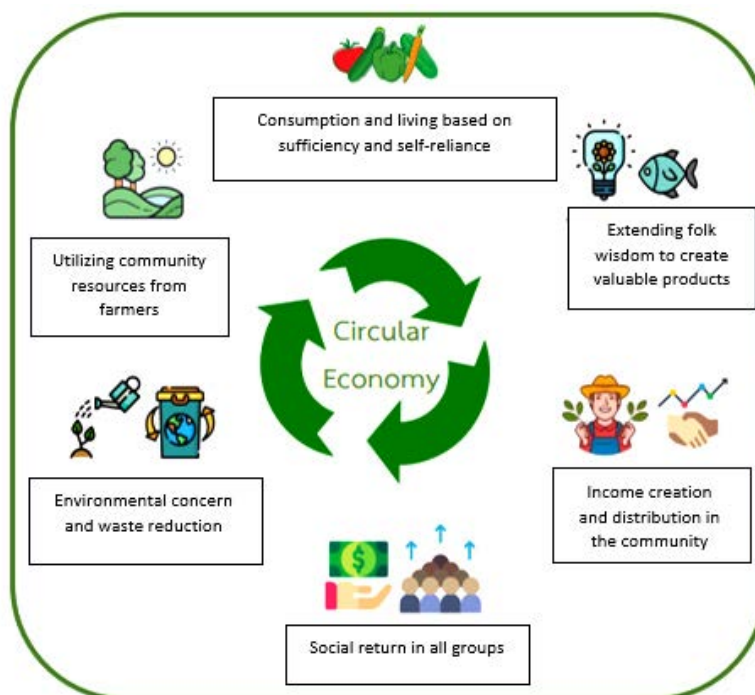


Figure 4 Driving social innovation based on circular economy of Darul-Ibadah Community Enterprise, Darul-Ibadah Community

มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนในชุมชน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการเลือกวัตถุดิบจากท้องถิ่น ได้แก่ ปลาที่เลี้ยงโดยเกษตรกรในชุมชน ทั้งรายใหญ่และรายย่อย และสมุนไพรมาจากการเพาะปลูกของเกษตรกรในพื้นที่ รวมถึงการวางแผนการผลิตโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์กับหน่วยงานอื่น ๆ ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์มีแผนการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สามารถจัดเก็บได้ถึง 2 เดือน แผนการพัฒนาช่องทางการตลาด ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และรูปแบบการขนส่งสินค้า รวมถึงการพัฒนาแบบการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการดำเนินธุรกิจตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยพยายามยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่คำนึงถึงส่วนรวม นำผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจกลับมาแก้ปัญหาในพื้นที่และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน

การคิดสร้างสรรค์พัฒนาไอเดียใหม่เพื่อพัฒนานวัตกรรม (Ideate for Innovation Development) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่คำนึงถึงส่วนรวม นำผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจกลับมาแก้ปัญหาในพื้นที่และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน ที่ให้ความสำคัญต่อการคืนสภาพหรือให้ชีวิตใหม่แก่วัสดุต่าง ๆ ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ แทนการทิ้งเป็นขยะเมื่อสิ้นสุดการบริโภค ซึ่งช่วยลดการเกิดขยะและปัญหาของเสียที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้ 1) ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า 2) กระจายรายได้อย่างทั่วถึง 3) ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง 4) การจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero waste) และ 5) การแก้ไขสภาพแวดล้อมภายในชุมชน

การพัฒนาต้นแบบเพื่อรับผลตอบรับจากลูกค้า (Prototype) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูต้นแบบขนาดทดลอง เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กำปงในดงปรีอ ได้ทดลองรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูก่อนออกวางจำหน่าย เพื่อสำรวจผลตอบรับ สำรวจตลาดผู้บริโภค รวมไปถึงการเจาะกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์รสชาติใดเป็นพิเศษ รวมไปถึงแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำในแต่ละช่วงอายุ หลังจากได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค มีการประชุมหารือร่วมกับเครือข่ายภายในชุมชน ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร และ กศน. และเครือข่ายภายนอกของชุมชน ได้แก่ สถาบันการศึกษา (มจร. สวนดุสิตฯ จุฬาฯ) และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ เพื่อวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนองค์ความรู้

และปัจจัยการผลิตร่วมกัน เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านรสชาติและบรรจุภัณฑ์ที่ควรมีหลากหลายขนาดเพื่อเป็นทางเลือกของการบริโภค และของฝาก ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์ น้ำพริกปลาบูดูให้เป็นที่รู้จักและสามารถขยายฐานการตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น

การทดสอบกับลูกค้า (Test) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์

กระบวนการ Design thinking ของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู สรุปเป็นตารางได้ดังตารางที่ 1 (Table 1)

4. การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนด้วยการส่งเสริมการพัฒนากระบวนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน

ด้านผลิตภัณฑ์

การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู การขยายตลาดถึงผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งสามารถตั้งราคาขายให้สูงขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ จากเดิมบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติกฝาเกลียวธรรมดา ก็เปลี่ยนเป็นกระปุกพลาสติกฝาซิลิโคนที่สามารถซื้อมาได้จากท้องตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์สวยงามน่าซื้อมากขึ้น สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลา 3 เดือน อีกทั้งยังมีการระดมสมองของคนในชุมชนที่ร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า ก่อนจะปรับเปลี่ยนฉลากใหม่โดยการออกแบบทั้งตราสินค้าและฉลากสินค้าจากคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเพิ่มข้อมูลส่วนประกอบ และแสดงวันผลิต วันหมดอายุ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเพิ่มโอกาสการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น ดังภาพที่ 5 (Figure 5)

การยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างความไว้วางใจและมั่นใจจากลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ได้ยื่นเรื่องขอการจดทะเบียนรับรอง อย. เป็นที่เรียบร้อยแล้วและอยู่ในกระบวนการตรวจสอบ ซึ่งการขอการรับรอง อย. จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

ด้านกระบวนการผลิต

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ได้ดำเนินการขยายพื้นที่การผลิต สร้างโรงเรือนสำหรับผลิตสินค้าที่สามารถเก็บวัตถุดิบได้มากขึ้นและมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการเพิ่มจำนวนแรงงาน ดังภาพที่ 6 (Figure 6) นอกจากนี้ยังมีการสั่งซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย เครื่องซีลฝากระป๋องเพื่อรักษาและยืดอายุผลิตภัณฑ์ ตู้เย็นสำหรับเก็บวัตถุดิบ เครื่องปั่น รวมถึงวัสดุอุปกรณ์การปรุงวัตถุดิบและบรรจุสินค้า ประกอบด้วย

Table 1 Design thinking process

Business Model Canvas (BMC)	Pain Point	Gain Point	Output (Solution)
Customer Segment (CS)	– Short shelf life – Unattractive look and difficult to open	– Can be consumed in different styles – Longer shelf life	– Purchase a sealing machine to prolong products' shelf life
Value Propositions (VP)	– No brand and label – No MFG and EXP label	– Notable and trustable brand – Standardized and safe	– Branding by using a stickers that signify the products as budu chilli paste, with MFG and EXP label
	– Consumers get bored of the traditional consumption style	– Create new experiences by food consumption	– The products reflect local way of life as well as identity
Customer Relations (CR)	– Available online only, i.e., Facebook – No registration with FDA – No request for HALAL – Little discounts	– Increase after-sales services, e.g., a survey on customer satisfaction with the products in term of taste, or how they feel about the products after delivery	– Clearly assign staff in Darul-Ibadah Community Enterprise, Darul-Ibadah Community for after-sales services – Provide more distribution channels, e.g., Shopee and Lazada – Request for registration with FDA – Request HALAL – Provide more discounts for customers with large orders or loyal customers. Also, provide special discounts for customers who participate in tourism activities of the community
Key Activities (KA)	– No new products or new flavors – No QC	– Try to invent products that meet market needs more; with standardization of production, storage, and distribution	– Invent/create new products, e.g., dried fish kidneys, sour fish, curry powder, or minced fish based on southern folk wisdom for a larger number of new products – Proceed QC using checklist at all steps for quality verification – Improve products regularly to meet the standards
Key Partnerships (KP)	– A small number of business partners/allies, and incomplete in all sections of the production process	– Try to build more business partners/allies	– Contact more business partners/allies, e.g., Faculty of Food Science and Technology for advice and suggestions about the sealing machine, prolonging shelf life, and storage
Key Resources (KR)	– Insufficient sources of materials, e.g., personnel, place, equipment, machines, intellectual property, or finance	– Try to find more resources, particularly budget and personnel	– Spend the budget on budu fish equipment and the sealing machine. Expand larger operation area to facilitate work and to increase production capacity
Cost Structure (CS)	– Poor management of monthly income–expense accounts	– Efficient management of monthly income–expense accounts	– Manage monthly income–expense accounts efficiently to calculate income, e.g., from product selling/distribution or acting as guest speakers; including wage, cost of utilities, fuel cost, and maintenance cost to summarize business profit–deficit clearly
Revenue Streams (RS)	– The main income is from budu fish only due to no additional products	– Try to invent more various products	– Invent/create more products; possibly from service charge, product distribution, rental fee, or copyright permission charge

เพิ่มไหม้กล้วยขนาดกลาง จำนวน 10 ใบ เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้สามารถรองรับยอดขายสั่งซื้อได้มากขึ้น

การจัดทำบัญชีรายรับ-จ่ายแต่ละเดือนที่ชัดเจน เพื่อให้ทราบต้นทุนและความคุ้มค่าในการลงทุน ที่สำคัญคือ คำนวณรายรับที่ได้ คือรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ และการเป็นวิทยากร และรายจ่ายจากค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าบำรุง



Figure 5 New package



Figure 6 Housing construction as a standardized production and storage site

รักษาเครื่องจักร เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจให้สามารถถึงจุดคุ้มทุน และสามารถลงทุนขยายกิจการเพิ่ม ตลอดจนสามารถรักษาธุรกิจให้ยืนยาวต่อไป

ด้านเศรษฐกิจ

กระบวนการผลิตและการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้จำนวนปลาที่นำมาผลิตเพิ่มขึ้นเดือนละ 250-270 กิโลกรัม/รอบการผลิต มียอดขายการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 60-120 กระปุก/เดือน และมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 9,023 บาท/เดือน กำไรเฉลี่ย 4,714 บาท/เดือน ดังตารางที่ 2 (Table 2)

ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย 45 บาท ราคาจำหน่าย 69 บาท หากเปรียบเทียบกำไรจากเดิม 1,050 บาท/เดือน เพิ่มขึ้นเป็น 3,120 บาท/เดือน แสดงว่ากำไรเพิ่มขึ้น 2,070 บาท/เดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 66 นอกจากนี้จำนวนยอดขายการสั่งซื้อที่มากขึ้นจะสร้างกำไรให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะห์แล้ว ยังทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 2,000 บาท/รอบการผลิต หรือเฉลี่ยประมาณ 1,000 บาท/เดือน นอกจากนี้เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรและจำหน่ายผักสวนครัวยังมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 300 บาท/เดือน และมีการหมุนเวียนผลผลิตและรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน นับเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนและนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนต่อไป

ด้านการตลาด

การจำหน่ายสินค้าดำเนินการผ่านการประชาสัมพันธ์ทางเฟซบุ๊กเป็นหลัก และเสริมด้วยการขายผ่านคนใกล้ชิดโดยเน้นเฉพาะกลุ่มคนมุสลิม และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปสู่การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ในแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada และเว็บไซต์ <https://www.bcghy.com> โดยจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่นำไปประชาสัมพันธ์ คือเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากชุมชน และการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เข้ามาอย่างต่อเนื่อง

ด้านภาคีเครือข่าย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะห์มีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ 1) พันธมิตรที่ให้การสนับสนุนองค์ความรู้ ปัจจุบัน

Table 2 The production cost, sales volume, and income

Month (2021)	Production cost (baht / unit)	Sales volume (item/month)	Income (baht/month)	Profit (baht/month)
September	45	120	8,280	2,880
October		90	6,210	2,160
November		133	9,180	3,195
December		180	12,420	4,320
Average	45	130	9,023	3,120

การผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาทิ เครือข่ายมหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ เครือข่ายในท้องถิ่นอื่น ๆ แบ่งเป็น เครือข่ายภายในชุมชน ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร และ กศน. และเครือข่ายภายนอกของชุมชน ได้แก่ สถาบันการศึกษา (มจร. สอนดุสิตฯ จุฬาฯ) และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ เครือข่ายเหล่านี้จะให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ การขอคำปรึกษาและคำแนะนำในการยืดอายุและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงสูตรอาหาร การวางแผนการผลิตและจัดจำหน่าย รวมถึงการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2) พันธมิตรในการศึกษาดูงานและจำหน่ายสินค้า อาทิ สถาบันการศึกษา ชุมชนในละแวกใกล้เคียง หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มเกษตรกรจากที่อื่น ๆ และ 3) พันธมิตรที่ส่งมอบวัตถุดิบและผู้จัดทำผลิตภัณฑ์ อาทิ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาในพื้นที่หรือภายในชุมชนริมคลองบางมด เกษตรกรผู้ปลูกและจำหน่ายวัตถุดิบสมุนไพร และกลุ่มคนในชุมชน

ด้านความเป็นนวัตกรรมทางสังคม และข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

ชนิดของนวัตกรรม (Innovation type) Product Performance การนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่สู่ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ปลาบูดู เป็นการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปอาหารที่แตกต่างจากที่อื่น และมีวางจำหน่ายเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะห์ นอกจากนี้รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังสร้างคุณค่าด้วยการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านการบริโภคอาหาร ทั้งความรู้ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคน รวมถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ Profit model การสร้างโมเดลกระจายสู่คนในชุมชน และสังคมเป็นวงกว้าง จะเห็นว่ากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนหลายกลุ่ม ที่เข้ามาร่วมมือกันทั้งการผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มาจากคนในชุมชนคือ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาในพื้นที่ เกษตรกรผู้ปลูกและจำหน่ายเครื่องสมุนไพร อีกทั้งยังสร้างงานและสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ ผู้ว่างงานในชุมชน และผู้ที่ต้องการรายได้เสริม

ระดับความใหม่ (Level of newness) ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดียวกัน ดังนี้ ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอาหารแห้ง สามารถทานในรูปแบบน้ำพริกหรือขนมขบเคี้ยวก็ได้ แต่สิ่งที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อาหารในประเภทนี้ คือ 1) ความแปลกใหม่ (Novelty) คือ การนำปลาบูดูซึ่งคนส่วนใหญ่มักจะเข้าใจว่าเป็นปลาบูดูในรูปแบบของน้ำบูดูทางภาคใต้ มาแปรรูปเป็นอาหารรูปแบบใหม่ และ 2) ความประหลาดใจ (Surprisingness) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูเป็นการสร้างการรับรู้ใหม่ให้แก่ผู้บริโภคซึ่งไม่เคยทานอาหารชนิดนี้มาก่อน และกลายเป็นความแปลกใหม่ในตลาดผลิตภัณฑ์อาหารประเภทนี้

คุณค่าของนวัตกรรม (Value creation) คุณค่าที่แตกต่างและเป็นจุดเด่นของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู เป็นคุณค่า

ที่มีอยู่ในตัวสินค้าที่จะต้องตอบโจทย์ในส่วนลูกค้า ประกอบด้วย 1) สินค้ามีรสชาติอร่อย แปลกใหม่ และให้ประสบการณ์รับประทานอาหาร 2) การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ด้านอาหารพื้นบ้านหรืออาหารในท้องถิ่นที่ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภคอาหารเพื่อให้เกิดความอิ่ม แต่เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านการบริโภคอาหาร ทั้งความรู้ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคน รวมถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 3) การบริการเป็นมิตร มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าประจำ การให้ส่วนลด หรือบริการหลังจากขาย 4) อาหารที่รับประทานได้ทุกเวลา เป็นอาหารว่างระหว่างพักผ่อนหรือรับประทานในมื้ออาหาร และสามารถเป็นของฝากเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับ 5) อาหารใหม่ที่ไม่เคยทาน หรือหารับประทานได้ยาก ไม่มีจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป และ 6) สินค้ามีคุณภาพ ผลิตจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ใส่ใจสุขภาพ และทานง่าย

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

กระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน

หลักการสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน คือ เศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ได้นานที่สุด ลดขยะและของเสียให้เหลือศูนย์ (Center of Excellence on BCG towards Sustainable Development, 2021) โดยยึดหลักสำคัญ 3 ประการ ประกอบด้วย 1) การรักษาและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ต้นทุนทางธรรมชาติ หลักการนี้เน้นการควบคุมให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างชาญฉลาดที่สุด ได้ประโยชน์สูงสุด ผ่านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ การจัดการทรัพยากรในระบบ และการฟื้นฟูสภาพทรัพยากรทางธรรมชาติ 2) การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด หลักการนี้เน้นการหมุนเวียนวัตถุดิบและหมุนเวียนผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบและแปรรูปผลิตภัณฑ์หลังการใช้งานผ่านการซ่อมแซมและการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของทรัพยากรภายในระบบเศรษฐกิจ และ 3) การรักษาประสิทธิภาพของระบบและลดผลกระทบเชิงลบ หลักการนี้เน้นการจัดการและลดผลกระทบเชิงลบที่มาจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน 3 ประการ สามารถขยายผลสู่โมเดลด้านธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีลักษณะดังนี้ (Tupakuy & Kittinaraporn, 2020) 1) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ผลิตในธุรกิจที่ขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานนานหรือสามารถนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้มากที่สุด เรียกว่า Circular design 2) ด้านการเลือกวัสดุ สินค้าภายใต้ธุรกิจนี้จะเลือกผลิตด้วยวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้หรือนำกลับมารีไซเคิลได้ ซึ่งเป็นการลดของเสียและลดขยะจากการผลิต เรียกว่า Circular supplies 3)

ด้านการบริการ สินค้าบางชนิดอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่อยู่ในรูปแบบของการให้เช่าหรือจ่ายเมื่อใช้งาน ไม่ใช้การซื้อขายสินค้าแบบ “ซื้อขาด” เพื่อลดการซื้อที่ไม่จำเป็นและยังต่ออายุผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานออกไปได้มากขึ้น เรียกว่า Product as a service 4) ด้านการแบ่งปัน เน้นการร่วมมือกันทำธุรกิจผ่านสิ่งของหรือบริการของฝ่ายหนึ่งผ่านแพลตฟอร์มของอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เรียกว่า Sharing platform 5) ด้านการวนกลับมาใช้ใหม่ ผลิตภัณฑ์จะถูกออกแบบให้มี “ระบบนำกลับ” เพื่อนำวัตถุดิบเหลือใช้ ผลิตภัณฑ์พลอยได้ (By-product) หรือของเสีย (Waste) ซึ่งยังสามารถใช้งานได้กลับเข้าสู่กระบวนการใหม่เพื่อลดการเหลือทิ้งให้มากที่สุด เรียกว่า Resource recovery

แผนธุรกิจและการตลาด (Business model canvas)

แผนธุรกิจและการตลาดเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจ จะช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นภาพที่ชัดเจนครอบคลุมในทุกมุม (Iam-Khong, 2022a; Osterwalder et al., 2011) โดยแบ่งโครงสร้างการวางแผนเป็น 9 ส่วนสำคัญ คือ 1) สิ่งที่น่าเสนอแก่ลูกค้า (Value proposition) คือสินค้าหรือบริการที่จะขาย 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer segment) กลุ่มผู้ซื้อสินค้า โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง โดยระบุได้จากความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการบริโภค และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ชัดเจน 3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Distribution channels) หมายถึงช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด เพื่อเป็นการกำหนดช่องทางที่เหมาะสมในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships) รูปแบบของสัมพันธ์ภาพที่ต้องการมีกับลูกค้า 5) รายได้ของกิจการ (Revenue streams) การดำเนินการทางธุรกิจจะต้องทราบรายได้ของกิจการมาจากการขายสินค้าหรือให้บริการอะไรบ้างในแผนธุรกิจ 6) ทรัพยากรหลัก (Key resource) การดำเนินการทางธุรกิจจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร และคนงาน การจัดการทรัพยากรมีความสำคัญต่อการทำให้แผนธุรกิจสัมฤทธิ์ผล จะทำให้ทราบถึงต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ 7) กิจกรรมหลัก (Key activities) ระบุกิจกรรมสำคัญที่ธุรกิจต้องดำเนินการ 8) คู่ค้าและเครือข่ายสนับสนุน (Key partners) พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้าและเครือข่ายต่าง ๆ และ 9) โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) หมายถึงถึงต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจที่กำหนด

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างธุรกิจใหม่ในยุคที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงควรเริ่มต้นจากแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิมจึงจะสามารถเอาชนะคู่แข่งในตลาดได้ ความคิดสร้างสรรค์โดยเฉพาะและแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการ

ดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการสามารถทำให้ธุรกิจขยายตัว การเพิ่มมูลค่าที่แตกต่างไปจากเดิมด้วยวิธีการหลักคือ 1) การพัฒนาต่อยอดหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการพัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีมูลค่าที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น รูปร่างของผลิตภัณฑ์คุณประโยชน์หรือแม้แต่การทำโปรโมชันควบคู่กับการขายก็สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมหรือการพัฒนาและการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ให้กับลูกค้าที่อยู่ในตลาดเดิม เป็นต้น และ 2) การขยายตลาดหรือการหากลุ่มลูกค้าใหม่โดยการสร้างความต้องการหรือเสนอขายสินค้าและบริการให้กับกลุ่มลูกค้ารายใหม่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน ทั้ง 2 วิธีก่อให้เกิดแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการกระตุ้นยอดขายสินค้าหรือบริการเดิมกับลูกค้าปัจจุบัน เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มเดิมซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่ม ซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ซื้อด้วยความถี่ที่สูงขึ้นโดยใช้เทคนิควิธีการทางตลาดเพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารู้จักสินค้าหรือบริการมากขึ้น การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จึงหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่มีอรรถประโยชน์ซึ่งอาจมาจากการคิดค้นใหม่ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือมาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Iam-Khong, 2022b)

แนวคิดนวัตกรรมสังคม

การพัฒนาสังคมและนวัตกรรมอย่างสมดุล จำเป็นต้องใช้กระบวนการและวิธีการใหม่ เพื่อให้ตอบโจทย์ปัญหาทางสังคมให้ดียิ่งขึ้น โดยนำคำว่า “นวัตกรรม” มาผนวกรวมกับคำว่า “สังคม” ก็จะเป็น “นวัตกรรมสังคม” ซึ่งมีความหมายและบริบทแตกต่างไปจากนวัตกรรมปกติ กล่าวคือคำว่า “นวัตกรรมสังคม” หมายถึง สิ่งใหม่ที่สร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการ ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับเพื่อแก้ไขและตอบสนองต่อปัญหาทางสังคม (Laosombat, 2019) โดยที่นวัตกรรมสังคม (Mulgan et al., 2007) มีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ มีสิ่งใหม่เกิดขึ้นในสังคมนั้น ๆ ตอบสนองต่อความต้องการของคนในสังคมเกิดขึ้นจริงและปฏิบัติได้จริงและสามารถส่งต่อไปสู่สังคม เปลี่ยนความสัมพันธ์ทางสังคมในทางที่ดีขึ้น

การขับเคลื่อนนวัตกรรมสังคมให้เกิดขึ้นในวงกว้าง อาจมาจากหลายตัวแสดงที่เกี่ยวข้อง หรือตัวแสดงในส่วนอื่นที่ไม่ใช่ภาครัฐ Mulgan et al. (2007) อธิบายกระบวนการเกิดนวัตกรรมสังคม สามารถเกิดขึ้นได้หลายทาง ทั้งจากองค์การและวิสาหกิจทางสังคม (Social organization and enterprise) ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social movement) ภาคการเมือง (Politics) ภาครัฐ (Government) ดังนั้นการแก้ไขปัญหาทางสังคมและการสร้างความเป็นธรรมจึงไม่จำเป็นต้องเป็นหน้าที่ของภาครัฐ แต่ยังรวมไปถึงตัวแสดงอื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงปัญหาทางสังคมและตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่าภาครัฐ การสร้างนวัตกรรมสังคมให้เกิดขึ้น

ได้จริง ต้องมุ่งเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นในสังคม และอาจเกิดขึ้นจากตัวแสดงอันหลากหลาย ดังนั้นนวัตกรรมสังคมจึงสามารถอยู่ในฐานะยุทธศาสตร์ ชุดความคิด หรือแนวคิดใหม่ ๆ ที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการทางสังคม และนวัตกรรมสังคมเป็นการนำความรู้ใหม่มาประยุกต์ใช้โดยมุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเป็นสำคัญ อีกทั้งตัวแสดงหรือผู้มีส่วนบาทในการพัฒนานวัตกรรมสังคมจึงอาจเป็นรัฐบาล องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร มูลนิธิต่าง ๆ ประชาชน รวมถึงภาคธุรกิจ ขณะเดียวกัน หัวใจในความสำคัญของนวัตกรรมสังคมไม่ได้อยู่ที่การสร้างผลกำไรเป็นที่ตั้ง แต่เป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม โดยอาศัยทรัพยากรที่มีความหลากหลาย (Komonmarn, 2018)

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์มีการปรับเปลี่ยนขั้นตอนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการตลาดผ่านกระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมและแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาถ่ายทอดเป็นสินค้าน้ำพริกปลาบูดูที่มีเอกลักษณ์ด้วยทรัพยากรหมุนเวียนภายในชุมชนตามกำลังและทรัพยากรในพื้นที่ เกิดการ

ผลิตที่มีศักยภาพ ลดการสร้างขยะตั้งแต่ต้นทางการผลิตและสร้างการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

การส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์พบว่า กลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มแม่บ้านมุสลิม กลุ่มคนทำงานที่เป็นมุสลิม ผู้ที่ชอบทดลองสินค้าแปลกใหม่ และกลุ่มผู้บริโภคที่จับจ่ายสินค้าที่มีเรื่องเล่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์จึงมุ่งผลิตและพัฒนาสินค้าด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด จากภายในท้องถิ่น ปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องพลาสติกฝาซีลที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สวยงาม น่าซื้อและเก็บรักษาได้นาน

การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์จัดซื้อเครื่องจักรและขยายโรงเรือน และเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าด้วยช่องทางออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก การขายปลีกผ่านหน้าร้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์ การออกบูธขายสินค้านอกสถานที่ แพลตฟอร์มออนไลน์ คือ แอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada และการจัดทำเว็บไซต์ <https://www.bcghy.com> รวมทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลุอิดาตะห์ยังยื่นขอการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า กระบวนการเหล่านี้ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 60-120 กระป๋อง/เดือน และมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 9,023 บาท/เดือน กำไรเฉลี่ย 4,714 บาท/เดือน โดยเฉลี่ยมีกำไรเพิ่มขึ้นต่อเดือนร้อยละ 66 โดยสามารถสรุปสถานการณ์ใหม่ได้ดังภาพที่ 7 (Figure 7)

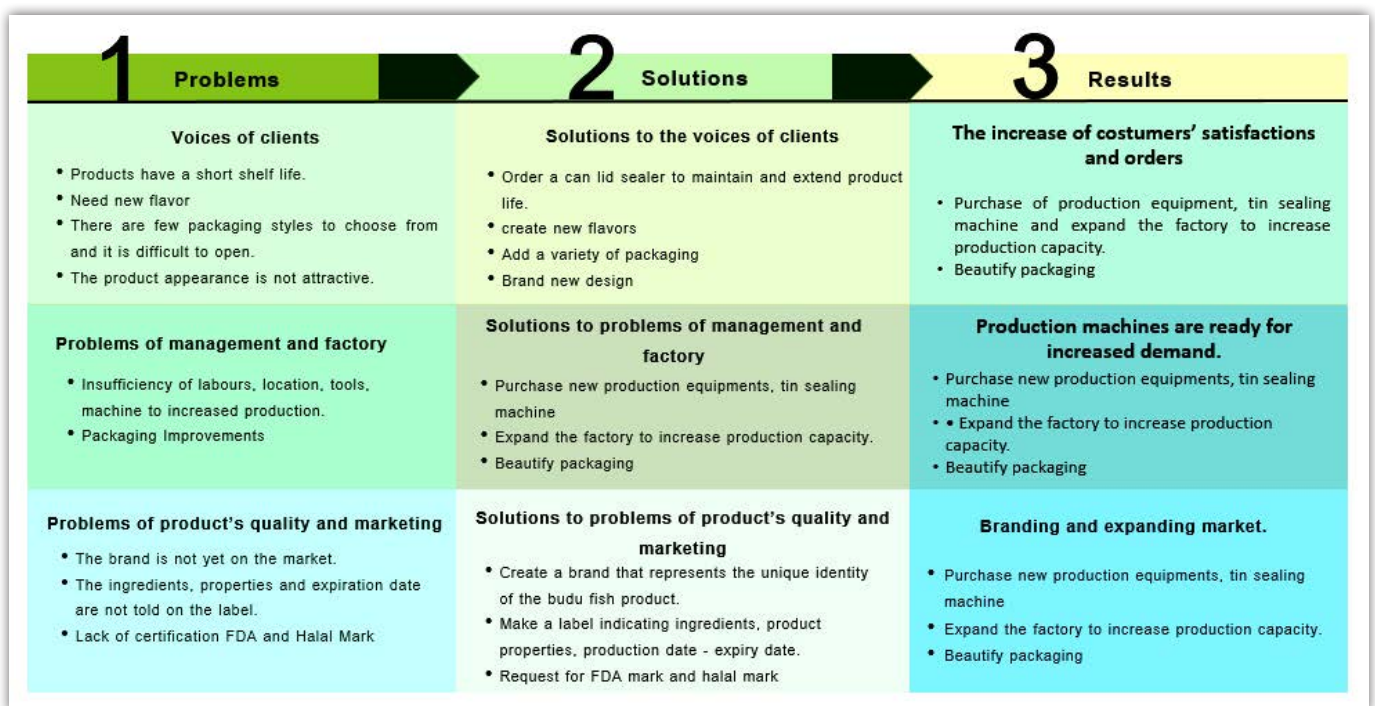


Figure 7 Summarized changes by the process

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

กรอบการพึ่งพาตนเอง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ยึดแนวทางการพึ่งพาตนเองเป็นหลักโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ โดยนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาแปรรูป เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเอง และหมุนเวียนรายได้ในท้องถิ่น มีการวางแผนการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนในชุมชนตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ อีกทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์เสมือนเป็นศูนย์กลางที่กระตุ้นให้คนในชุมชนสร้างงาน มีรายได้มากขึ้น และเป็นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ชุมชนที่มีรายได้ที่ยั่งยืนได้นั้นต้องอาศัยความพอใจและความพอเพียง จึงเน้นให้ชุมชนทำสิ่งที่มีความสุขโดยใช้สิ่งที่มิในท้องถิ่น ซึ่งใช้ประมาณไม่สูงในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ บนหลักการพึ่งพาตัวเองที่ใครก็ทำได้ อีกทั้งผลตอบแทนทางสังคมที่เกิดขึ้นทั้งหมดจะตกอยู่ในชุมชน ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาทั้งรายใหญ่และรายย่อย กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริก มะกรูด หอมแดง กระเทียม และกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน

การพึ่งพาตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์เป็นแนวทางที่ชุมชนให้ความสำคัญเป็นหลักมากกว่าการเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงตัวเลข โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานในระดับจังหวัด และความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชนอย่างเข้มแข็ง ยกกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ พัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแห่งอื่น และนอกจากการส่งเสริมเรื่องเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือแล้ว การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนยังต้องคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย โดยการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ ซึ่งเห็นผลสำเร็จเป็นรูปธรรม เนื่องจากคนในชุมชนส่งเสริมให้สมาชิกกล้าคิด กล้าทำ และเห็นความสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน โดยให้ความร่วมมือในทุกกระบวนการภายใต้เศรษฐกิจหมุนเวียนทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน คนในชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรในชุมชนและสิ่งแวดล้อม

กรอบการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์พยายามส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้มั่นคงตามหลักเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดูที่มาจากวัตถุดิบของคนในชุมชน เพื่อกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อีกทั้งผลิตภัณฑ์

น้ำพริกปลาบูดูยังประกอบไปด้วยเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากชุมชน และเน้นใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีการจัดการขยะและของเสียที่เหมาะสมกับลักษณะขยะของชุมชน หาแนวทางการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบท้องถิ่นครบวงจร และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมขยะเป็นศูนย์ นอกจากนี้ ยังเสนอให้มีการสร้างแพลตฟอร์มบ่มเพาะธุรกิจที่พัฒนานวัตกรรมสีเขียว ตลอดจนใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์มาประเมินวิเคราะห์ระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์ รวมถึงการคำนวณต้นทุนทั้งในเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงสังคม เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงระบบการผลิตไปสู่การผลิตหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ มีการวางแผนการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนในชุมชน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการเลือกวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ได้แก่ ปลาที่เลี้ยงโดยเกษตรกรในชุมชนทั้งรายใหญ่และรายย่อย และสมุนไพรมาจากการเพาะปลูกของเกษตรกรในพื้นที่ รวมถึงการสร้างเครือข่ายและการบูรณาการกับหลายภาคส่วน ดังนั้น การวางแผนการผลิตโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์กับหน่วยงานอื่น ๆ คือ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมถึงการประสานความร่วมมือกับโรงเรียน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ยังมีแผนการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สามารถจัดเก็บผลิตภัณฑ์ได้ถึง 3 เดือน เป็นการลดขยะอาหาร อีกทั้งยังมีแผนการพัฒนาช่องทางการตลาด ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และรูปแบบการขนส่งสินค้า รวมถึงการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ได้ มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไว้ได้ในระยะยาว ตลอดจนสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่ยั่งยืน

กรอบการพัฒนาคุณภาพชีวิตในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

หลักการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอิบาตะห์ ตั้งอยู่บนฐานรากสำคัญของชุมชนทั้งในเรื่องวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง โดยมีหลักการสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นนวัตกรรมสังคมจากกระบวนการผลิต การเกษตรแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาอาชีพให้มีความยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบอย่างมี

ประสิทธิภาพ สร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม ดังนี้

มิติเศรษฐกิจ การสร้างการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง การคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดการแปรรูป เพื่อให้ชุมชนหารายได้ ด้วยตนเอง โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะทำหน้าที่เสมือน เป็นศูนย์กลางการกระตุ้นให้คนในชุมชนสร้างงานจนมีรายได้มากขึ้น และด้วยหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนก็ทำให้การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เป็นไปอย่างรู้คุณค่า มีแนวความคิดการใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็นและให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบมาผลิต การบริโภคในครัวเรือน จนถึงการนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบ เพราะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะเชื่อว่าไม่ใช่เพียงภาคธุรกิจขนาดใหญ่สามารถ มีบทบาทขับเคลื่อนเท่านั้น แต่ในระดับชุมชนก็สามารถใช้ทรัพยากร ในการสร้างรายได้อย่างมีคุณค่า โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมา ถ่ายทอดเป็นสินค้าหรือบริการที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและความคิด สร้างสรรค์ และยึดการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ โดยเทคโนโลยีที่เป็นภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การหมักปลา การตากแห้ง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นกรรมวิธีที่ไม่ต้องใช้งบประมาณมากนัก

มิติสังคม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะยึดหลักการ เติบโตอย่างพอเพียงมากกว่าเน้นตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะชุมชนที่มีรายได้ที่ยั่งยืนได้นั้นต้องอาศัยความพอใจและความพอเพียง จึงเน้นให้ชุมชนทำสิ่งที่มีความสุข โดยใช้สิ่งที่มีในท้องถิ่น ซึ่งใช้งบประมาณไม่มากในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ บนหลักการ พึ่งพาตัวเองที่ใครก็ทำได้ อีกทั้ง ผลตอบแทนทางสังคมที่เกิดขึ้น ทั้งหมดตกอยู่ในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยึดหลัก ‘เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา’ โดยสร้างการตระหนักรู้ว่าวิถีชีวิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดาร์ลอบาตะควรยึดโยงกับลำคลองเป็นสำคัญ การผลิตสินค้า

ต่าง ๆ จึงสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นและชีวิตของชุมชน อย่างแท้จริง สะท้อนจากการถนอมอาหารโดยใช้วัตถุดิบจากปลา ซึ่งเปรียบได้กับการเข้าใจบริบทของตนเองถึงลักษณะที่ตั้ง และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยเมื่อเกิดความเข้าใจในบริบทท้องถิ่นของตนเองแล้วย่อมเกิดเป็นความเข้าใจตามมา คือการรู้จักแปรเปลี่ยน สภาพแวดล้อมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน อันจะก่อให้เกิดเป็นการพัฒนา ซึ่งเปรียบได้กับการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะให้ชุมชนได้แปรเปลี่ยนวัตถุดิบท้องถิ่น มาเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาบูดู

มิติสิ่งแวดล้อม ด้วยหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะมุ่งการจัดการของเสียจากการผลิต ให้เป็นศูนย์และไม่สร้างของเสียสู่ชุมชน โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดาร์ลอบาตะมีการวางแผนการผลิตอย่างรอบคอบตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ อีกทั้งยังพยายามเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมภายในชุมชนด้วยการลดมลพิษทางน้ำด้วยการ กำจัดของเสียตั้งแต่กระบวนการผลิต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และ สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ สนับสนุนงบประมาณผ่านโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลา บูดูกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลอบาตะภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน (Circular economy) ในปีงบประมาณ 2564

References

- Center of Excellence on BCG towards Sustainable Development, Social Research Institute. (2021). The BCG handbook. Retrieved June 20, 2023, from https://online.pubhtml5.com/eeec/ttut/?fbclid=IwAROW2pT9sysMacf-OPqF4ifX-gh3xtTuz38zUIP9no-5E2VwYJ_xxFKe7ZGo#p=8. (in Thai).
- Iam-Khong, N. (2022a). The development of digital transformation for improving business potential: A case study of Banbenjarong Community Enterprise in Pathumthani province. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences Journal*, 22(1), 35–48. (in Thai).
- Iam-Khong, N. (2022b). Boosting competitiveness of OTOP Baan Hattasilp cloth products in Pathum Thani province through digital transformation. *Area Based Development Research Journal*, 15(2), 135–150. (in Thai)
- Komonmarn, C. (2018). Social innovation to drive well-being through the participation of children and youth. *Journal of Social Work*, 26(1), 120–144. (in Thai)
- Laosombat, T. (2019). Social innovation. Retrieved August 9, 2023, from: <https://social.nia.or.th/2019/article0001/>.



- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Retrieved August 9, 2023, from: https://www.researchgate.net/publication/277873357_Social_Innovation_What_It_Is_Why_It_Matters_and_How_It_Can_Be_Accelerated .
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2017). The 12th National Economic and Social Development Plan (2017–2021) Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Council (in Thai).
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Oliveira, M. A. Y., & Ferreira, J. J. P. (2011). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers. *African Journal of Business Management*, 5(7), 22–30.
- Tupakuy, S., & Kittinaraporn, W. (2020). Circular economy management model for recycle concrete in Thailand. Proceedings of the 12th NPRU National Academic Conference, 173–180. Retrieved July 1, 2023, from <https://publication.npru.ac.th/jspui/handle/123456789/848>. (in Thai).