การยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกง บ้านทุ่งคาในพื้นที่ตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง

The Upgrading products and increasing the market value of Ban Thung Kha Curry Group Community Enterprise Hat Som Pan Subdistrict Mueang Ranong District

ดวงหทัย ประทีปะเสน, อัษฎาวุธ กี่อำไพ,ฐิตินันท์ ใสฉิม,
พีรพล ประชุมรัตน์,ธิดารัตน์ ขนุนนิล[1]
Duanghathai Pratipasan, Asadawut Kiampai, Thitinan Saichim,
Peerapon prachumrat, Thidarat Kanunnin

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงวิสาหกิจชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมอาหารปักษ์ใต้ แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับไม่พบในท้องตลาด จึงได้มีความคิดที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของกลุ่มเครื่องแกงบ้านทุ่งคาในพื้นที่ตำบล หาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาการพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีอยู่ส่งเสริมให้ชาวบ้านในตำบลรู้จักสร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่าย ขยายกลุ่มเครื่องแกงให้เป็นที่รู้จัก และนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้ในชุมชน มาปรับใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องแกงเพื่อให้เป็นที่รู้จัก และสามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องตลาด โดยการสร้างเพจ Facebook ลงขายทางออนไลน์ และออกแบบแพคเกจจิ้ง ให้มีความน่าสนใจ เพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในตำบล

คำสำคัญ : การยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่า, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกง, วัฒนธรรมอาหารปักษ์ใต้

[1] มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี; Suratthani Rajabhat University
Corresponding Author, E-mail: 6104302001016@student.sru.ac.th

Abstract

Community Enterprise Curry Product, it is a product that reflects the identity of the southern food culture. But these products are not found in the market. Therefore, there was an idea to upgrade the product and increase the market value of the Ban Thung Kha curry paste in Hat Som Pan Sub-District, Muang District, Ranong Province. Know how to create a body of knowledge and build a network Expand the curry group to be known. And bring new technology to apply in the community to be used in making curry products to be known and can be easily purchased in the market By creating a Facebook page to sell online. And package design to be interested in order to increase the value of the products and generate income for the villagers in thesub-district.

Keywords: product upgrading and adding value, curry paste community enterprise, southern food culture.

บทนำ

จากยุทธศาสตร์นโยบายวาระกรมการพัฒนาชุมชนและสถานการณ์ดังกล่าวกรมการพัฒนาชุมชนจึงได้ดำเนินการส่งเสริมการสร้างอาชีพที่เป็น “สัมมาชีพ” โดยไม่ทำให้เกิดการเบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายได้มากกว่ารายจ่าย ให้กับครัวเรือนที่มีรายได้น้อย และมีความพร้อมเข้ารับการอบรมอาชีพ โดยใช้แนวคิด “ชาวบ้านสอนชาวบ้าน” สอนอาชีพที่เขาต้องการอยากทำประกอบกับการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางดำเนินงาน เป็นความพอเพียงขั้นพื้นฐานในระดับครอบครัว ให้ครัวเรือนมีความเป็นอยู่ที่พึ่งตนเองได้อย่างมีความสุข ยกระดับรายได้พ้นความยากจน ด้วยการพึ่งพาอาศัยกันในแนวราบทั้งการบริหารจัดการปัจจัยการผลิต การฝึกอบรมอาชีพของครัวเรือนที่ทำให้เกิดรายได้

กระบวนการ “สร้างสัมมาชีพชุมชน” เริ่มต้นด้วยการพัฒนาทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับปราชญ์ชุมชนด้านอาชีพ ให้เป็นวิทยากรสัมมาชีพชุมชน จากนั้นปราชญ์ชุมชนกลับไปสร้างทีมวิทยากรสัมมาชีพชุมชน และจัดการฝึกอบรมอาชีพให้กับครัวเรือนที่ต้องการฝึกอาชีพในหมู่บ้านติดตาม และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครัวเรือนที่เข้ารับการฝึกอาชีพสามารถปฏิบัติอาชีพได้จริง จนพัฒนาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้อย่างมั่นคง บนวิถีพอเพียง และส่งเสริมให้ครัวเรือนที่ประกอบอาชีพเดียวกันหรือประเภทอาชีพเดียวกันเกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพ เพื่อ

ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ผลการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของครัวเรือนในหมู่บ้านเป้าหมายให้ประกอบอาชีพตามแนวทางสัมมาชีพปีงบประมาณ พ.ศ.2560-2561 จำนวน 27,217 หมู่บ้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.27 ของหมู่บ้านทั้งหมดจำนวน 75,032 หมู่บ้าน มีประชาชนที่เป็นผู้แทนครัวเรือนในหมู่บ้านเปูาหมายได้รับการฝึกอบรมอาชีพตามแนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชนไปแล้วทั้งสิ้น จำนวน 995,420 คน (ครัวเรือน) และมีกลุ่มอาชีพเกิดขึ้นใหม่จำนวน 2,723 กลุ่ม และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2564 กรมการพัฒนาชุมชนได้วางแผนดำเนินการสร้างสัมมาชีพชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป โดยมีเป้าหมายคือ สัมมาชีพเต็มพื้นที่

พริกแกงหรือเครื่องแกง เป็นตำรับสมุนไพรที่ใช้ผสมใส่ในอาหาร โดยแต่ละภาคอาจจะมีสูตรหรือส่วนผสมที่แตกต่างกันออกไปบ้าง แต่ในส่วนเครื่องปรุงหลักๆ ที่มักจะใช้เหมือนๆ ก็คือ พริก หอมแดง กระเทียม โดยจะมีการเติมสมุนไพรเครื่องเทศอื่นๆ ลงไป เช่น ข่า ขมิ้น ดีปลี ผิวมะกรูด ทั้งนี้ สมุนไพรที่มีรสเผ็ดและมีน้ำมันหอมระเหย เช่น พริกไทย ดีปลี ขิง ข่า ขมิ้น จะมีสรรพคุณในการลดการอักเสบ ช่วยลดอาการที่เกิดจากหวัด เครื่องแกงนี้จะเป็นส่วนผสมที่ทำให้อาหารภาคใต้มีเอกลักษณ์ คือรสชาติจัดจ้าน สีสันสะดุดตา จึงทำให้ “ข้าวแกงปักษ์ใต้” เป็นอาหารที่นิยมบริโภคอย่างแพร่หลายทั่วประเทศ ในตำบลหาดส้มแป้นมีการทำเครื่องแกงเป็นจุดเด่น ในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง นั้นพบปัญหา คือ กลุ่มลูกค้าน้อยไม่คุ้มกับรายจ่ายและระยะเวลาในการทำ จึงมีแนวทางที่จะยกระดับและพัฒนาเครื่องแกงของตำบลหาดส้มแป้น โดยการสร้างตลาดออนไลน์ สร้างเพจ Facebook ในการติดต่อสอบถามและขายสินค้า

ดังนั้น บทความนี้ผู้เขียนได้นำเสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกงในพื้นที่ตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ทั้งนี้ คณะผู้ร่วมโครงการมีความหวังว่า บทความนี้อาจเป็นหนึ่งช่องทางที่สามารถจุดประกายการพัฒนาและยกระดับผลผลิตภัณฑ์เครื่องแกงบ้านทุ่งคา เพื่อสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มจนสามารถพึ่งพาตนเองได้ต่อไปอนาคต

เนื้อเรื่อง

ประเด็นที่ 1 แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

ผู้คนส่วนใหญ่มองว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นพรสวรรค์ซึ่งตรงข้ามกับความคิดของ เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน (2553:11,15) ที่กล่าวว่า “ความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะที่สามารถสอนเรียนรู้พัฒนาและนำไปประยุกต์ใช้ได้” ดังนั้นเมื่อความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่พัฒนาได้ จึงควรหาแนว

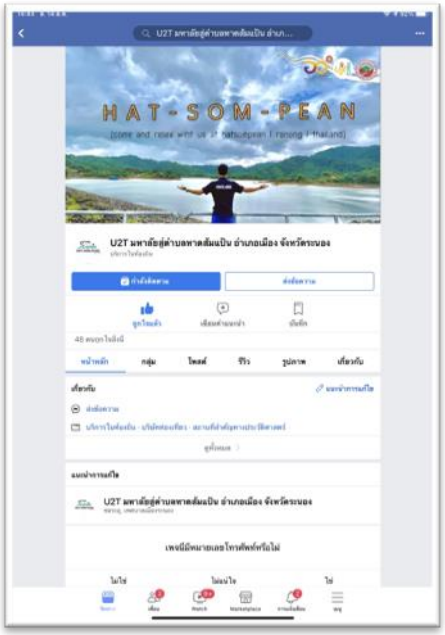
ทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์นั้นต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปเป็นทางปฏิบัติได้ โดยจะนำไปสู่เศรษฐกิจชุมชน ซึ่ง ประเวศ วะสี (2541:20-21) อธิบายว่า “เศรษฐกิจชุมชน”เป็นเศรษฐกิจพื้นฐานของสังคม อาศัยการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างบูรณาการ เมื่อเรามีแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของในชุมชนแล้วก็จะนำไปสู่แนวความคิดที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการเพิ่มคุณค่านี้จะไม่ใช่การเพิ่มราคา แต่เป็นการเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถเพิ่มคุณค่าได้หลายรูปแบบ เช่น มีแพคเกจจิ้งที่สวยงาม หรือ ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก เป็นที่น่าสนใจ

ประเด็นที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดระนอง

วิสาหกิจชุมชน จ.ระนอง เป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงในชุมชนที่ผู้วิจัยเลือกเพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องแกง สืบเนื่องจากการสังเกตพบว่าเครื่องแกงชุมชนในภาคใต้ไม่ประสบผลสำเร็จในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังตลาดทั่วไป ซึ่งจากการวิเคราะห์สามารถได้ข้อสรุปว่าการที่เครื่องแกงชุมชนไม่สามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดทั่วไปได้ เป็นเพราะเครื่องแกงชุมชนยังไม่มีมาตรฐานอาหารรองรับซึ่งมาตรฐานการผลิตอาหารชุมชนขั้นต่ำที่ต้องได้รับคือ Primary GMP ซึ่งเกิดจากตัวผลิตภัณฑ์เองไม่ได้เกิดจากกลไกทางการตลาดที่สันนิษฐานในตอนต้น การที่กลุ่มเครื่องแกงหาดส้มแป้นยังไม่ได้รับมาตรฐานนี้ เนื่องจากขาดงบประมาณพัฒนาห้องบรรจุผลิตภัณฑ์ ทั้งที่กลุ่มสามารถขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตเครื่องแกงชุมชนได้แล้ว แสดงว่าข้อกำหนดการจดทะเบียนกลุ่มเป็นผู้ผลิตอาหารในชุมชนไม่เกี่ยวข้องกับการขอมาตรฐานอาหารเพื่อรับรองคุณภาพ ซึ่งในความเข้าใจของผู้บริโภคทั่วไปนั้นเชื่อว่าอาหารที่ผลิตโดยชุมชนจะมีคุณภาพและปลอดภัยกว่าอาหารที่ผลิตจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ งานวิจัยนี้ จึงต้องการหาแนวทางที่จะสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องแกงให้มีคุณภาพสำหรับการจำหน่ายในตลาดทั่วไปได้ พบว่าจุดอ่อนที่สำคัญที่สุดคือ กลไกทางการตลาด ส่วนอุปสรรคที่สำคัญคือ การขาดเงินสนับสนุนการลงทุนปรับปรุงบรรจุภัณฑ์

ดังนั้น ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมมากที่สุดของกลุ่มเครื่องแกงตำบลหาดส้มแป้น คือ แผน ST ใช้จุดแข็งเลี่ยงอุปสรรค ซึ่งก็คือการให้ความสนใจกับปัจจัยภายในที่ตนมีเป็นสำคัญโดยใช้จุดแข็งให้เป็นประโยชน์ เช่น กลุ่มควรมีการพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มอย่างจริงจังเกี่ยวกับกลไกลการตลาดโดยการสร้างเพจสำหรับซื้อขายเครื่องแกงของตำบลหาดส้มแป้นผ่านทางเพจ Facebook และจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการซื้อของกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น หลังจากนั้นจุดอ่อนที่กลุ่มคิดว่าเป็นปัญหาจะลดลงและขณะเดียวกันสามารถเลี่ยงอุปสรรคที่เกิดขึ้นได้คือ ปัญหาการวางจำหน่ายและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแน่นอนขั้นตอนต่อไปจึงใช้แผนกลยุทธ์ SO แผนกลยุทธ์เชิงรุกคือใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่กลุ่มมีคือศักยภาพด้านคือการที่สมาชิกกลุ่มมีเจตคติที่ดีในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น มีการปรับปรุงสุขลักษณะส่วนบุคคลในการประกอบอาหาร รวมถึงการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกชุมชนซึ่งเป็นโอกาสที่ชุมชนมีเพื่อปรึกษาปัญหาโดยเฉพาะองค์ความรู้ที่หน่วยงานนั้นสามารถ

ถ่ายทอดให้กลับกลุ่มได้ เช่น การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลาก การจัดทำบัญชีเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและรวมถึงการวางขายเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น



ประเด็นที่ 3 บริบทและวิถีชีวิตชุมชน

หาดส้มแป้นมาจากคำว่า “ห้วยซัมเปียน” ในภาษาจีน แปลว่าลึกเข้าไปในหุบเขา คือลึกเข้าไปเพื่อไปหาแร่ในหุบเขา เป็นชุมชนทำเหมืองเก่า มีวิถีชีวิตการร่อนแร่มากกว่า 100 ปี ปัจจุบันแม้แร่ดีบุกลดลงและราคาถูกก็ได้มีการค้นพบแร่ดินขาวคุณภาพดีอันดับต้นๆ ของเอเชีย มีชื่อเสียงด้านความโปร่งใสของเนื้อดิน ส่งออกขายทั้งในและต่างประเทศ “กลุ่มเซรามิกบ้านหาดส้มแป้น” เป็นพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้ปั้นเซรามิกด้วยตัวเอง ชิ้นงานที่เสร็จแล้วจะขาวเนียนจากดินคุณภาพ เมื่อนำไปเคลือบด้วยสีที่สกัดจากธรรมชาติ ได้ผลงานที่สวยงาม ความงามที่สุดอีกอย่างคือพื้นที่ป่าชายเลนที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 5 ของไทย บริเวณศูนย์วิจัยป่าชายเลนระนองจะพบต้นไม้ใหญ่กว่า 5 เมตรให้ความร่มรื่นชุ่มชื่น พร้อมกับพรรณไม้สำคัญหายากอีกมากมาย ให้คุณสูดอากาศบริสุทธิ์ ได้พักผ่อนหย่อนใจได้อย่างเต็มปอดอย่างแน่นอน ซึ่งในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนปลงสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาให้มีการเดินทางที่สะดวกสบายด้านการอนุรักเชิงธรรมชาติทัศนียภาพของตำบลอย่างเช่นอ่างเก็บน้ำหาดส้มแป้น เป็นอ่างเก็บน้ำที่ประชาชนได้ใช้ประโยชน์ จากการนำน้ำไปใช้ในการเกษตร สวนยางพารา สวนปาล์มน้ำมัน และสวนผลไม้ และยังเป็นแหล่งน้ำดิบอีกแหล่งน้ำในการสูบน้ำขึ้นมาเพื่อการผลิตน้ำประปา เพื่อจำหน่ายให้กับประชาชน

ในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง ด้วยทัศนียภาพที่สวยงาม ตั้งอยู่ในที่สูงโอบล้อมด้วยหุบเขาเขียวขจีรอบด้าน และมีบรรยากาศที่เงียบสงบ ทำให้อ่างเก็บน้ำหาดส้มแป้น กลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมแวะมาถ่ายภาพกันอยู่บ่อยครั้งทำให้ฟื้นฟูเศรษฐกิจดีขึ้นนอกจากนี้ก็ยังร่วมมือกันทำผลิตภัณฑ์เครื่องแกงที่ตำมือที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบลหาดส้มแป้นเพื่อเป็นการจัดกลุ่มสร้างสัมมาชีพให้แก่แม่บ้านและยังเป็นการนำสมุนไพรที่มีอยู่ในโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนมาแปรรูปให้เกิดประโยชน์ทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

ประเด็นที่ 4 แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกงในพื้นที่ตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง

มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์โลโก้และป้ายฉลากเครื่องแกง ซึ่งองค์ประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วยรูปทรง สี ตัวอักษร วัสดุบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิกการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถปกป้องตัวสินค้า รักษาคุณภาพ จัดรูปร่างสินค้าให้มีความเหมาะสม สะดวกในการเก็บรักษาหรือเคลื่อนย้ายสินค้า บ่งชี้หรือแจ้งข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือ จุดหมายปลายทางอย่างละเอียดส่วนของตราสินค้าต้องมีฉลากสินค้าที่ดีจะต้องแสดง

รายละเอียด วันที่ผลิต วันหมดอายุ ราคา ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต โดยมีความสวยงามทันสมัยและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะของเครื่องแกงตำบลหาดส้มแป้นซึ่งการมีบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและป้ายฉลากที่สวยงาม เหมาะสมกับสินค้า และมีความโดดเด่นก็เพื่อสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้มากยิ่งขึ้นและขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ ต้องมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และความสวยงามโดยให้ความสำคัญในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและสะอาดปลอดภัยแก่เครื่องแกง ดังนั้น หากรูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมโดดเด่นสามารถดึงดูดใจผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภครวมถึงการใช้วัสดุที่แข็งแรงจะไม่เกิดปัญหาในการจัดเก็บและการขนส่งและท้ายสุดจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและได้การตอบรับในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง จากการสังเกตุพบว่าถ้าหากมีบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีขนาดของสินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สามารถยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ได้นาน มองเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน ความทันสมัย เรียบง่าย สะดวกในการบริโภค มีรูปแบบเหมาะสม พกพาสะดวก และการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับวันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าและสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้า เหมาะกับการซื้อเป็นของฝาก และสามารถเผยแพร่แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง ได้เป็นอย่างดี เสมือนเป็นการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองไปพร้อม ๆ กันและควรมีการฝึกอบรมผู้ประกอบการในความรู้ เรื่องการตลาดออนไลน์ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตำบลหาดส้มแป้นสามารถพัฒนาช่องทางการสื่อสาร ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงขอพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป และท้ายสุดสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงตำบลมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นเกิดความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

สรุป

ตำบลหาดส้มแป้น เป็นตำบลเล็กๆ ตำบลหนึ่งของอำเภอเมือง ในเขตการปกครองจังหวัดระนอง ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่มีลักษณะเป็นที่ราบหุบเขาโดยมีภูเขาล้อมรอบทั้ง 4 ด้านมีสภาพทางกายภาพเป็นภูเขามีทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นแหล่งต้นน้ำของจังหวัดระนอง ซึ่งมีจุดเด่นก็คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติและมีผลิตภัณฑ์ด้านการทำเครื่องแกงที่เป็นการการนำพืชผักที่อยู่ในโครงการเศรษกิจพอเพียง ที่สามารถใช่ทุกส่วนมาแปรรูปได้และยังเป็นเครื่องแกงที่ไม่เหมือนใคร เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้มือในการตำเพื่อลดต้นทุนในการใช้เทคโนโลยีเครื่องแกงที่ทางกลุ่มแม่บ้านเป็นคนทำนั้น เป็นที่ปลอดสจากสารเจือปนไม่ใสวัตถุกันเสียและเน้นวัตถุดิบที่มีคุณภาพและสะอาดเป็นหลัก อีกทั้งยังมีขั้นตอนหรือกระบวกการในการผลิตที่ไม่ยุ่งยากทำให้สามารถและยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชุนอีกด้วย

องค์ความรู้ใหม่

ด้วยคณะทีมงานวิศวกรสังคม ได้ระดมความคิดเห็นร่วมกับชุมชน กระบวนการและวิธีการในการยกระดับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเครื่องแกงบ้านทุ่งคาในพื้นที่ตำบลหาดส้มแป้น อำเภอเมือง จังหวัดระนอง จะนำเสนอในรูปแบบแผนภูมิ ดังนี้

เอกสารอ้างอิง

จตุพร คงทอง, ฐิรารัตน์ แก้วจำนง และสุรีย์พร วุฒิมานพ. (2561). แผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ เครื่องแกงชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกงบ้านนากุน. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์, 10, 36-47.

ประเภทของแกงไทย. (2562). สืบค้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2564 จาก https://www.maeban.co.th

ณวรา เปลี่ยนบุญเลิศ. (2562). ถอดรหัสพริกแกง. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 สิงหคม 2564 จาก https://krua.co/cooking_post

เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน. (2553ข). คิด! ทลายกรอบคิดเดิม เพิ่มพลังคิดสร้างสรรค์. แปลโดย นุชนาฎ เนตรประเสริฐศรี.กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์

ประเวศ วะสี. (2541). ประชาคมตำบล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน