

การศึกษาโมเดลธุรกิจที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน
เพื่อสร้างต้นแบบการทำธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์
ในพื้นที่ชุมชนบ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย

A Review on the Business Model Related to Local People's Ways of Living
for Creating the Sustainable Community Enterprise Role Model: A Case Study
of Pure Wild Honey Product at Huay Hin Lad-Nai Village, Chiang Rai Province

จूरียรัตน์ สมบูรณ์¹

Jureerut Somboon¹

Corresponding author E-mail: jureerut.so@ssru.ac.th¹

(Received: September 17, 2018; Revised: December 8, 2018; Accepted: February 2, 2019)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาโมเดลธุรกิจของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ซึ่งเป็นกิจการเพื่อชุมชนของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย โดยในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้จะใช้วิธีการเข้าไปฝังตัวในพื้นที่จริงเพื่อสังเกตการณ์แล้วจดบันทึกข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้านที่มีอาชีพเก็บน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบว่าน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านมาจากผึ้งสองชนิด ได้แก่ ผึ้งหลวงและผึ้งโพรง โดยสัดส่วนของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรงนั้นจะมีปริมาณมากกว่าน้ำผึ้งที่ได้มาจากผึ้งหลวง รายได้ส่วนหนึ่งที่ได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จะถูกหักเข้าสู่กองทุนน้ำผึ้งซึ่งแบ่งออกเป็นสองกองทุน ได้แก่ กองทุนน้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งหลวง ซึ่งจะหักรายได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งของผึ้งหลวงคิดเป็นจำนวนเงิน 20 บาท/ขวดเข้าสู่กองทุน โดยจำนวนเงินสูงสุดที่เข้ามาสู่กองทุนนี้เฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 4,000 บาท/ปี ส่วนอีกกองทุนหนึ่งจะเป็นกองทุนน้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งโพรง เงินที่หักเข้ากองทุนนี้จะคิดเป็นร้อยละ 30 ของรายได้ โดยจำนวนเงินสูงสุดที่เข้ามาสู่กองทุนนี้จะเฉลี่ยอยู่ที่ 52,500 บาท/ปี โดยประมาณ

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ พบว่ามูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์มาจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการช่วยเพิ่มคุณค่า ภายในห่วงโซ่คุณค่าและการนำเงินจากกองทุนน้ำผึ้งทั้งสองกองทุนนั้นไปใช้ในการดูแลป่าให้มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำรงชีวิต การขยายพันธุ์ รวมถึงกระบวนการสร้างน้ำผึ้งของผึ้ง และในท้ายที่สุดก็จะเป็นที่มาของการได้มาซึ่งน้ำผึ้งคุณภาพดี จากการดำเนินงานเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นการช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์และจากความใส่ใจในเรื่องของคุณค่านี้อาจจะส่งผลทำให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มที่ตามมา

จากการศึกษาธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้ ทำให้ความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น พร้อมกันนี้ยังได้คำนึงถึงด้านการรักษาสีงแวดล้อม ด้วยการดูแลพื้นที่ป่าให้อุดมสมบูรณ์ ดำเนินธุรกิจด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุด ถือได้ว่าการดำเนินธุรกิจนี้สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ครบในทุกมิติ ซึ่งจากตัวอย่างนี้สามารถที่จะนำไปใช้เป็นตัวแบบให้แก่ชุมชนอื่นๆ ที่ต้องการจัดตั้งให้มีการดำเนินธุรกิจในลักษณะที่เป็นกิจการเพื่อชุมชนได้ต่อไป

¹ อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดชลบุรี

¹ College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, Chonburi Campus

คำสำคัญ: น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์, กิจกรรมเพื่อชุมชน, ผึ้งหลวง, ผึ้งโพรง, แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

This research focuses on reviewing a business model of pure wild honey product from a community enterprise of Huay Hin Lad Nai Village, Chiang Rai Province. The data collection is accomplished by observation and depth interview with leader of the community, local people and stakeholders in pure wild honey product supply chain. The major income of people in this community is mainly gained from the pure wild honey produced by two species of wild bees: Giant Honey Bees and Asiatic Honey Bees. The proportion of pure wild honey from Asiatic Honey Bees is larger than Giant Bees. Some of revenue from pure wild honey product is deducted into the two honey funds; The deduction of the sale on the product from Giant Honey Bees is 20 Baht per bottle that cumulatively goes to the fund around 4,000 Baht per year, while the deduction of the sale on the product from Asiatic Honey Bees is counted 30% of the whole revenue that cumulatively goes to the fund around 52,500 Baht per year.

Value Chain analysis illustrates the supply chain management of this business emphasizes on creating value to pure wild honey by value added activities. In addition, the funds are spent on forest ranging that causes the positive effects toward the bees' ways of living, reproducing, including honey producing. This finally leads to the high quality of honey. Consequently, it can be claimed that both the value added activities and the forest ranging are concerned as the important keys to the value added products.

As the pure wild honey product business is an outstanding interconnection among business that can create income and make quality of life for local people. Moreover, this business focuses on environment affects by deducting some of revenue for forest ranging and conserving forest by their traditional knowledge. Therefore, this model being under the sustainable development concept and can be a good model for other communities to set up their community enterprises.

Keywords: pure wild honey, community enterprise, giant honey bees, asiatic honey bees, sustainable development concept

ความเป็นมาของปัญหา

งานวิจัยนี้จะเป็นการยกตัวอย่างกรณีศึกษาของชุมชนชาวปกากะญอ หมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับป่า แต่มีอยู่ช่วงหนึ่งที่พื้นที่ป่าของชุมชนถูกทำให้เสื่อมโทรมจากการทำสัมปทานป่าไม้ และจากการที่บุคคลภายนอกเข้ามาบุกรุกผืนป่าของหมู่บ้าน (มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ, 2557) ด้วยเหตุนี้ คนในชุมชนจึงเกิดความรู้สึกห่วงหาขวัญและอยากปกป้องดูแลพื้นที่ป่าในชุมชนของตนเองซึ่งมีอยู่ประมาณ 22,000 ไร่ นั้น ให้มีความอุดมสมบูรณ์และปลอดภัยจาก

การถูกบุกรุก เกิดเป็นแนวความคิดรวมตัวกันของชุมชนชาวปกากะญอ จังหวัดเชียงราย จำนวน 9 ชุมชน จัดตั้งขึ้นเป็น “ชุมชนคนจัดการป่า (เครือข่ายแม่น้ำลาวตอนบน)” โดยมีหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย เป็นแม่แบบในการจัดการทรัพยากรป่าอย่างยั่งยืน ด้วยอาศัยแนวคิดและหลักการภูมิเนคของระบบการจัดการป่าและที่ดินโดยไม่มีการใช้สารเคมี นอกจากนี้ยังได้พยายามนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนออกมาวางจำหน่ายเพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรป่าโดยชุมชน (วลัยลักษณ์ทรงศิริ, 2559; HOSTBEEHIVE, 2560)

ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์เกิดมาจากแนวคิดที่ชุมชนป่าเกอะญอ ในหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย ต้องการนำผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านออกมาจำหน่าย เพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรป่า โดยชุมชน ซึ่งแนวทางการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์นี้จะใช้หลักการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านกับพื้นที่ป่า ก็คือ การที่ผู้คนในหมู่บ้านได้ทำการจัดการทรัพยากรป่าเพื่อให้ป่าเติบโตและอุดมสมบูรณ์ แล้วจึงนำผลผลิตที่ได้จากป่านั้นมาผ่านการจัดการเพื่อกระจายรายได้แก่คนในหมู่บ้าน ซึ่งในที่นี่ผลผลิตที่ได้ก็คือน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ นอกจากนี้แล้วรายได้ส่วนหนึ่งจะคืนสู่กองทุนชุมชนในการจัดการป่า เพื่อนำไปจัดการป่าอย่างยั่งยืนต่อไป เรียกได้ว่าเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับวิถีชีวิตของชาวบ้าน และเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจนี้ ในอนาคตก็คือต้องการให้เกิดกองทุนคนจัดการป่าของหมู่บ้านขยายออกไปตามชุมชนอื่นในประเทศไทยให้มากขึ้นและเป็นแม่แบบของการจัดการป่าเพื่อให้ทรัพยากรป่าของประเทศไทยมีความยั่งยืนมากขึ้นต่อไป (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561; HOSTBEEHIVE, 2560)

ในประเทศไทย มีหลายชุมชนที่ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อชุมชน ด้วยการนำเอาทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่ม เกิดเป็นสินค้าหรือบริการของชุมชนเพื่อสร้างรายได้ แต่ก็มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่จะประสบความสำเร็จ โดยสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการที่ชุมชนเหล่านั้นยังขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ รวมถึงขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาด อีกทั้ง การศึกษาอย่างจริงจังในเรื่องราวของการทำธุรกิจเพื่อชุมชน วิถีชีวิตชุมชน เศรษฐกิจความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การใช้พื้นที่ป่าและการดูแลพื้นที่ป่าควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรจากพื้นที่ป่า ยังไม่กว้างขวางนัก ทำให้ขาดต้นแบบในการดำเนินกิจการเพื่อชุมชน ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างต้นแบบในการดำเนินธุรกิจเพื่อชุมชน ในงานวิจัยนี้จึงให้ความสนใจในการศึกษาแนวคิดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนและแนวคิดการเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านก่อตั้งเป็นชุมชนคน

ดูแลป่าของชาวป่าเกอะญอ หมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์สามารถเชื่อมโยงกับคนในหมู่บ้านได้อย่างไร คนในหมู่บ้านมีส่วนช่วยในการสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไรบ้าง ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากป่าเช่นน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์นี้มีความแตกต่างจากน้ำผึ้งทั่วไปอย่างไร โมเดลธุรกิจที่ต้องเชื่อมโยงกับการดูแลพื้นที่ป่านี้ต้องทำอะไรบ้าง รวมถึงประเด็นที่สำคัญอื่นๆ ซึ่งหากงานวิจัยนี้บรรลุผลสำเร็จ ก็จะสามารถเป็นข้อมูลและนำไปเผยแพร่ให้แก่ชุมชนอื่นเพื่อเป็นแนวทางและเป็นแม่แบบในการสร้างกิจการของชุมชนและจัดตั้งโครงการชุมชนคนดูแลป่าเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรป่าโดยชุมชนได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อเป้าหมายในอนาคตของชุมชนต้นแบบอย่างหมู่บ้านห้วยหินลาดใน นอกจากนี้แล้วยังตอบสนองต่อนโยบายป่าไม้ของชาติที่มีเป้าหมายจะเพิ่มและรักษาพื้นที่ป่าไม้ให้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศภายในระยะเวลา 10 ปี (กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2557) ด้วยแนวคิดใหม่ที่มีชุมชนเป็นแนวร่วมรักษาป่าโดยจัดตั้งเป็นป่าชุมชน ยกระดับการทำงานป่าชุมชนให้เป็นวาระแห่งชาติ (ศศิณ เฉลิมลาภ และคณะ, 2559)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์กับวิถีชีวิตของชาวบ้านและพื้นที่ป่าในหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์
3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า
4. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่นๆ ที่สนใจในการจัดตั้งกิจการเพื่อชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดในจังหวัดเชียงราย จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าไปฝังตัวและเก็บข้อมูลในพื้นที่จริง

2. กำหนดขอบเขตและวางแผนการดำเนินงานวิจัย

2.1 กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้านที่มีอาชีพเก็บน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จำนวน 4 ราย และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ จำนวน 2 ราย

2.2 เลือกใช้วิธีการลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินงานวิจัย

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain management) ในการวิเคราะห์และอธิบายภาพรวมการดำเนินงานรวมถึงผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน จากนั้น ใช้ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในการวิเคราะห์กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน และการคำนวณหา Margin เพื่อวิเคราะห์มูลค่าที่เพิ่มขึ้นของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์เมื่อผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

3. ลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้นำชุมชน ชาวบ้านรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ เพื่อเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นสำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์กับวิถีชีวิตชาวบ้านและพื้นที่ป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดในจังหวัดเชียงราย

3.2 ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์

3.3 วิธีการการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

3.4 ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดประสบความสำเร็จ

4. นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Supply chain management) จากนั้น ใช้ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในการวิเคราะห์กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน รวมถึง วิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ด้วยการหาค่า Margin

5. สรุปผลที่ได้จากการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้านห้วยหินลาดในจังหวัดเชียงราย

หมู่บ้านห้วยหินลาดใน มีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 7 ตำบลบ้านโป่ง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยหมู่บ้านห้วยหินลาดในนี้เป็นหนึ่งในหมู่บ้านที่อยู่ในชุมชนห้วยหินลาด ซึ่งประกอบด้วยสี่ หย่อมบ้าน (หมู่บ้าน) อันได้แก่ หมู่บ้านห้วยหินลาดใน หมู่บ้านห้วยหินลาดนอก หมู่บ้านผาเยื้อง ที่มีประชากรเป็นชาวกะเหรี่ยงหรือปกากะญอ และหมู่บ้านห้วยทรายขาว ที่มีประชากรเป็นชาวลาวหู่ โดยจำนวนประชากรรวมทั้งสี่หมู่บ้านมีประมาณ 400 คน อาชีพหลักของประชากรในสี่หมู่บ้านนี้ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร โดยในแต่ละหมู่บ้านก็จะมีความโดดเด่นในเรื่องของการทำเกษตรกรรมที่แตกต่างกันหรืออาจมีความคล้ายคลึงกันบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ สภาพอากาศและสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น หมู่บ้านห้วยหินลาดใน รูปแบบการทำเกษตรกรรมจะเป็นการทำไร่ชา ทำไร่หมุนเวียน ทำนา หมู่บ้านห้วยหินลาดนอก จะเน้นทำไร่กาแฟ ทำนา หมู่บ้านผาเยื้อง นิยมปลูกชา และหมู่บ้านห้วยทรายขาว จะเน้นทำการเกษตรฤดูหนาว (ปลูกพืชผักของโครงการหลวง)

นอกจากการทำเกษตรกรรมในรูปแบบต่างๆ ดังที่กล่าวมาในช่วงต้น การเก็บน้ำผึ้งตามธรรมชาติและการเลี้ยงผึ้ง ก็ถือว่าเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่สำคัญของชาวบ้านในชุมชนบ้านห้วยหินลาด ซึ่งอาชีพนี้จะนิยมทำกันในหมู่บ้านห้วยหินลาดในและหมู่บ้านผาเยื้อง แต่ที่หมู่บ้านห้วยหินลาดในจะมีความโดดเด่นมากกว่าที่หมู่บ้านผาเยื้อง ด้วยการนำน้ำผึ้งที่เก็บมาจากธรรมชาติมากรองใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ กำหนดชื่อตราสินค้า และติดฉลากแสดงตราสินค้า เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์และนำออกมาจำหน่ายเกิดเป็นธุรกิจของชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน

2. ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์กับวิถีชีวิตชาวบ้านและพื้นที่ป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงราย

การเก็บน้ำผึ้งตามธรรมชาติถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในหมู่บ้านห้วยหินลาดในที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิม (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2561) โดยน้ำผึ้งที่ได้จะเป็นน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งสามชนิดที่เข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่ป่าของหมู่บ้าน อันได้แก่ ผึ้งหลวง ผึ้งโพรง และผึ้งชันโรง ซึ่งวิธีการในการเก็บน้ำผึ้งนั้นก็มีความเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาของชาวบ้าน ยกตัวอย่างเช่น การตอกทอยไม้ไผ่ขึ้นไปเก็บน้ำผึ้งจากรังของผึ้งหลวงบนต้นไม้ใหญ่ การใช้เครื่องจักรตรมคว้นเขวนติดตัวขณะที่เก็บน้ำผึ้งเพื่อป้องกันไม่ให้ผึ้งเข้ามาทำอันตราย การขอขมาพื้นที่ป่าและการขอขมาแม่ผึ้งก่อนที่จะทำการเก็บน้ำผึ้ง เป็นต้น น้ำผึ้งที่เก็บมาได้นั้นชาวบ้านก็จะนำมากรองด้วยผ้าขาวบางและบรรจุใส่ขวดแก้วเก็บไว้เพื่อใช้ในการบริโภคและเป็นยาสามัญประจำบ้านสำหรับใช้รักษาอาการเจ็บป่วยในเบื้องต้น

ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดในได้ถูกบริษัทเอกชนเข้ามาทำสัมปทานป่าไม้ ทำให้สภาพป่ามีความเสื่อมโทรม แต่ต่อมาภายหลังในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2532 การสัมปทานป่าไม้ได้ถูกยกเลิก ชาวบ้านในหมู่บ้านห้วยหินลาดในจึงได้พื้นที่ป่ากลับมาดูแล ทำให้

พื้นที่ป่ากว่า 22,000 ไร่ ของหมู่บ้านห้วยหินลาดในค่อยๆฟื้นฟูและมีความอุดมสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ จากสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์ทำให้มีผึ้งรวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นๆ เข้ามาอยู่อาศัยในป่าแห่งนี้มากขึ้น และปริมาณน้ำผึ้งที่ได้ก็เพิ่มมากขึ้นด้วย จากปริมาณน้ำผึ้งที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้ชาวบ้านเริ่มนำน้ำผึ้งออกมาจำหน่าย โดยน้ำผึ้งที่นำออกมาจำหน่ายนั้นเป็นน้ำผึ้งที่ได้มาจากผึ้งหลวงและผึ้งโพรง ส่วนน้ำผึ้งจากผึ้งชันโรงนั้นยังไม่ได้มีการนำออกมาจำหน่ายอย่างเป็นทางการ เนื่องจากผึ้งชันโรงผลิตน้ำผึ้งได้ปริมาณน้อยไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย สำหรับน้ำผึ้งจากผึ้งหลวงและผึ้งโพรงที่นำออกมาจำหน่ายนั้น เริ่มต้นจากการนำไปฝากขายตามร้านค้าต่างๆ ต่อมาชาวบ้านจึงเริ่มคิดชื่อตราสินค้าขึ้นมา (Brand) และเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการบรรจุน้ำผึ้งใหม่ให้มีความทนทานและมีขนาดที่พกพาได้ง่ายขึ้น โดยเริ่มจากน้ำผึ้งที่มาจากผึ้งหลวงที่มีการคิดชื่อตราสินค้าขึ้นมาภายใต้ชื่อว่า “คือเนเจ้าะ” ซึ่งตั้งขึ้นโดยตัวแทนของคนในหมู่บ้านที่เป็นผู้รับซื้อน้ำผึ้งมาจากชาวบ้าน และสำหรับผึ้งโพรง จากเดิมที่ชาวบ้านจะเก็บน้ำผึ้งได้จากรังผึ้งที่อยู่ในโพรงไม้หรือตามซอกหิน ปัจจุบันชาวบ้านได้สร้างกล่องรังผึ้งจากเศษไม้ให้เป็นที่อยู่อาศัยของผึ้งโพรง ซึ่งถือว่าเป็นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาร่วมกับความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานทำให้สามารถเลี้ยงผึ้งโพรงได้ และมีช่วงปีหนึ่งที่ปริมาณน้ำผึ้งจากผึ้งโพรงมีปริมาณสูงมาก ชาวบ้านจึงต้องการที่จะนำน้ำผึ้งเหล่านั้นออกมาจำหน่าย แต่ติดปัญหาชาวบ้านไม่รู้จักแหล่งตลาด จากเหตุการณ์นี้ ได้มีชาวปกากะญอรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ด้านการตลาดเข้ามาช่วย โดยได้หารือกับพ่อหลวง (ผู้ใหญ่บ้าน) ร่วมกันคิดชื่อตราสินค้า เลือกบรรจุภัณฑ์ และทำการจดทะเบียนเป็นธุรกิจชุมชน ภายใต้ชื่อ “HOSTBEEHIVE” ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรง

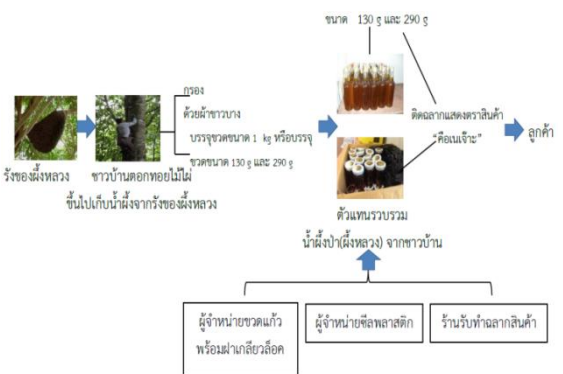
จะเห็นได้ว่า ธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชาวบ้าน โดยเริ่มต้นตั้งแต่การที่ชาวบ้านดูแลป่าให้มีความอุดมสมบูรณ์

เป็นวิถีชีวิตของคนอยู่กับป่า เมื่อป่าสมบูรณ์ผึ้งก็เข้ามาอยู่อาศัยมากขึ้นส่งผลทำให้ได้น้ำผึ้งมากขึ้นด้วย และการเก็บน้ำผึ้งก็อาศัยภูมิปัญญาของชาวบ้านในการเก็บซึ่งมีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับเรื่องของศรัทธา ความเชื่อ และความเคารพในธรรมชาติ นอกจากนี้แล้ว การทำธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์มีเพียงแต่สร้างรายได้ให้แก่คนในหมู่บ้านห้วยหินลาดในเท่านั้น แต่รายได้ส่วนหนึ่งยังได้มีการหักเข้ากองทุนละลายหรือกองทุนน้ำผึ้ง ซึ่งแบ่งออกเป็นสองกองทุนคือ กองทุนน้ำผึ้งจากผึ้งหลวง และกองทุนน้ำผึ้งจากผึ้งโพรง โดยเงินในกองทุนเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการดูแลป่า การทำแนวกันไฟ หรือทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาชุมชนต่อไป ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในหมู่บ้านห้วยหินลาดใน (Economy) และนอกเหนือจากสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน เงินส่วนหนึ่งของรายได้ก็ยังมี การหักเข้ากองทุนน้ำผึ้งเพื่อใช้ในการทำประโยชน์ในด้านต่างๆ ของหมู่บ้านต่อไป อีกทั้ง การดำเนินธุรกิจนี้ก็ยังมี ความสอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และภูมิปัญญาของชาวบ้านในหมู่บ้านห้วยหินลาดใน (Social community) อีกด้วย และการดำเนินธุรกิจไปพร้อมๆ กับการดูแลป่า ภายใต้แนวคิด “เราดูแลป่า ป่าดูแลเรา” (Environment) ก็เป็นแนวคิดที่สำคัญสำหรับธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน เพราะป่าเป็นแหล่งกำเนิดของน้ำผึ้ง หากป่ามีความสมบูรณ์ก็จะส่งผลทำให้ได้น้ำผึ้งที่มีคุณภาพดีตามมาด้วย ซึ่งความเชื่อมโยงเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดในนั้นเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินงานภายใต้แนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) ได้ครบในทุกมิติ (Hopwood et al., 2005)

3. การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์

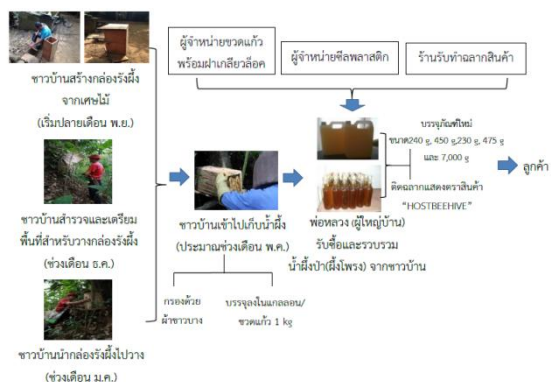
การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ในหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จังหวัดเชียงรายนี้ จะให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้ง

หลวงและผึ้งโพรง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจนี้ ก็เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของการดำเนินธุรกิจว่าประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องใดบ้าง โดยห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าที่ได้มาจากผึ้งหลวงนั้น เริ่มต้นจากการที่มีผึ้งหลวงเข้ามาสร้างรังอยู่บนต้นไม้สูงในพื้นที่ป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดในตั้งแต่ช่วงประมาณปลายเดือนพฤศจิกายน จากนั้นเมื่อถึงช่วงปลายเดือนพฤษภาคมชาวบ้านก็จะเข้าไปเก็บน้ำผึ้ง โดยใช้วิธีการตอกทอยไม้ไผ่เพื่อขึ้นไปเก็บน้ำผึ้งบนต้นไม้ และจะตัดรังผึ้งเฉพาะส่วนที่มีน้ำผึ้งออกมาเท่านั้น ทั้งส่วนที่เหลือที่เป็นตัวอ่อนให้ขยายพันธุ์ต่อไป จากนั้นชาวบ้านจะนำรังผึ้งที่ตัดมาคว่ำลงบนถังสังกะสี (ปี๊บ) เพื่อให้น้ำผึ้งไหลออกมาแล้วกรองน้ำผึ้งด้วยผ้าขาวบางเพื่อแยกสิ่งสกปรกและส่วนของเกสรที่ยังไม่ละลายออกจากน้ำผึ้ง น้ำผึ้งที่กรองเรียบร้อยแล้วชาวบ้านจะบรรจุใส่ขวดแก้วขนาด 1 กิโลกรัม แล้วนำไปจำหน่ายให้แก่ตัวแทนในหมู่บ้านซึ่งเป็นผู้รับซื้อน้ำผึ้งต่อจากชาวบ้าน โดยตัวแทนจะนำน้ำผึ้งที่ได้มานี้มาแบ่งบรรจุใส่ขวดแก้วขนาด 130 กรัม และ 290 กรัม ปิดฝาเกลียวล็อก พร้อมทั้งติดฉลากแสดงตราสินค้าภายใต้ชื่อ “คือเนใจะ” และซีลพลาสติกเพื่อป้องกันฝาเปิดออกกระหว่างการขนส่งหรือในบางกรณีหากลูกค้าต้องการซื้อน้ำผึ้งในขวดแก้วขนาด 1 กิโลกรัม ตัวแทนก็สามารถจำหน่ายให้ได้ตามความต้องการของลูกค้าได้เช่นกัน ภาพที่ 1 แสดงห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งหลวง



ภาพที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งหลวง

สำหรับห่วงโซ่อุปทานของน้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งโพรง จะเริ่มต้นจากการที่ชาวบ้านสร้างกล่องรังผึ้งไปวางไว้ในตำแหน่งต่างๆ ทั้งในพื้นที่ป่า ไร่หมุนเวียนและปาวนเกษตรของหมู่บ้าน ในช่วงประมาณปลายเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมเพื่อให้ผึ้งโพรงเข้ามาอยู่อาศัย พอถึงช่วงปลายเดือนพฤษภาคมชาวบ้านก็จะเข้าไปเก็บน้ำผึ้งจากรังของผึ้งโพรงที่อยู่ในกล่องรังผึ้งตามตำแหน่งต่างๆ ที่ตนเองได้นำกล่องรังผึ้งไปวางไว้ รังผึ้งที่เก็บออกมาชาวบ้านจะนำมาตัดและวางคว่ำไว้บนถังสังกะสี หรือถังพลาสติกเพื่อให้น้ำผึ้งไหลออกมา น้ำผึ้งที่ได้ชาวบ้านจะนำไปกรองด้วยผ้าขาวบางเพื่อแยกสิ่งสกปรกและส่วนของเกสรที่ยังไม่ละลายออก จากนั้น จะบรรจุน้ำผึ้งใส่แกลลอนส่งต่อให้กับพ่อหลวง (ผู้ใหญ่บ้าน) เพื่อนำไปแบ่งบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ ได้แก่ ขนาด 240 กรัม และ 450 กรัม สำหรับบรรจุน้ำผึ้งล้วน และขนาด 230 กรัม และ 475 กรัม สำหรับบรรจุน้ำผึ้งพร้อมรังผึ้ง ปิดฝาเกลียวล็อคพร้อมทำการติดฉลากแสดงตราสินค้าภายใต้ชื่อ “HOSTBEEHIVE” และซีลพลาสติกเพิ่มความแน่นหนา นอกจากนี้แล้ว ในกลุ่มลูกค้าที่เป็นธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคาร ที่ได้สั่งซื้อน้ำผึ้งป่าจากผึ้งโพรงเข้ามาในรูปแบบบรรจุแกลลอนขนาด 7,000 กรัม ทาง HOSTBEEHIVE ก็สามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าได้เช่นกัน ภาพที่ 2 แสดงห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรง



ภาพที่ 2 แสดงห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรง

4. การศึกษาถึงวิธีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า การศึกษาวิธีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจะทำโดยการจำแนกกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) (Porter, 1985) จากการวิเคราะห์นี้จะทำให้ทราบว่าในการดำเนินงานของธุรกิจจำหน่ายน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดในนี้ มีการทำกิจกรรมใดบ้างเพื่อเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปออกมาเป็นแผนภาพรวมของการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าได้ดังภาพที่ 3 โดยจะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น การทำการตลาดโดยเน้นการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ตามกลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่า “Story Telling” การจัดทำกิจกรรม Workshop เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของผึ้งและน้ำผึ้ง รวมถึงเรื่องของภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชาวบ้าน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลองรสชาติของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จากผึ้งชนิดต่างๆ ของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน จากกิจกรรมที่กล่าวมาเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ และจะสังเกตเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ใช้วิธีการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ด้วยการมุ่งเน้นในเรื่องของการสื่อสาร (Communication) เป็นสำคัญ เพราะ เป้าหมายของการดำเนินธุรกิจนี้มีได้มุ่งเน้นที่การสร้างผลกำไรเป็นหลัก แต่การที่นำน้ำผึ้งออกมาจำหน่ายนั้นก็เพื่อที่ความต้องการใช้น้ำผึ้งเป็นตัวกลางในการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน แสดงให้เห็นภายนอกได้จนถึงวิถีชีวิตของคนที่อยู่กับป่าและดูแลป่า ทำให้ป่านั้นอุดมสมบูรณ์จนเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่มี

ความเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของความซับซ้อนของรสชาติอันประกอบขึ้นมาจากความหลากหลายของเกสรดอกไม้และพืชพันธุ์นานาชนิดที่อยู่ในป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน อีกทั้ง รูปแบบการดำเนินธุรกิจยังคำนึงถึงวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านเป็นหลัก ด้วยการเน้นการดำเนินงานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติความเป็นอยู่และให้มีความสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของคนในหมู่บ้าน ตลอดจนกระบวนการในการดำเนินงานต่างๆ จะอาศัยการใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรักษาและสืบทอดเพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาเหล่านั้นสูญหาย โดยองค์ประกอบทั้งหมดที่กล่าวมานี้ล้วนแล้วแต่มีส่วนช่วยในการทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภค รวมทั้งกลุ่มคนที่ไม่เคยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับน้ำผึ้งมาก่อน ได้เล็งเห็นถึงคุณค่าของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดใน

จากคุณค่าที่เกิดขึ้นนี้ก็ได้ส่งผลก่อให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ โดยจากการศึกษาพบว่า น้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งหลวงสามารถสร้างรายได้รวมให้หมู่บ้านสูงสุดเฉลี่ย 60,000 บาท/ปี โดยรายได้นี้จะถูกหักเข้ากองทุนคิดเป็นเงิน 20 บาท/ขวด ซึ่งคิดเป็นจำนวนเงินสูงสุดที่เข้ากองทุนโดยเฉลี่ยประมาณ 4,000 บาท/ปี ดังนั้น รายได้สูงสุดโดยเฉลี่ยที่ได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จากผึ้งหลวงของชาวบ้านหลังจากหักเงินเข้ากองทุนแล้วสุทธิจะอยู่ที่ประมาณ 56,000 บาท/ปี คิดเป็นรายได้สูงสุดโดยเฉลี่ยของชาวบ้านที่มีอาชีพเก็บน้ำผึ้งจากผึ้งหลวงในหมู่บ้านห้วยหินลาดในซึ่งมีจำนวน 5 คน ได้เท่ากับ 11,200 บาท/คน/ปี น้ำผึ้งจากผึ้งหลวงที่ถูกส่งต่อมายังตัวแทนหมู่บ้านที่รับซื้อน้ำผึ้งในขวดขนาด 1 กิโลกรัม (1,000 กรัม) จะถูกนำมาแบ่งบรรจุใส่ขวดแก้วขนาด 130 กรัม ได้จำนวน 8 ขวด และขนาด 290 กรัม ได้จำนวน 3 ขวด ปิดด้วยฝาเกลียวล็อคพร้อมซีลพลาสติก และติดฉลากแสดงชื่อตราสินค้า ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก็ถือว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน โดยเมื่อนำผลิตภัณฑ์ออกวางจำหน่ายสามารถก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

ให้แก่น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จากผึ้งหลวงได้ถึง 73.91% สำหรับผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ขนาด 130 กรัม และ 66.67% สำหรับผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ขนาด 290 กรัม เมื่อคำนวณเปรียบเทียบจากต้นทุนที่ตัวแทนในหมู่บ้านรับน้ำผึ้งมาจากชาวบ้านในราคา กิโลกรัมละ 300 บาท รวมค่าบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และซีลพลาสติกเฉลี่ย 20 บาท/ขวด ดังนั้น ต้นทุนรวมของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จากผึ้งหลวงจึงคิดเป็น 460 บาท/กิโลกรัม สำหรับน้ำผึ้งขนาด 130 กรัม และ 360 บาท/กิโลกรัม สำหรับน้ำผึ้งขนาด 290 กรัม ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งหลวง

ตารางที่ 1 มูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งหลวง

ขนาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ (กรัม)	จำนวนที่ได้ (ขวด)	ต้นทุนน้ำผึ้งรวมบรรจุภัณฑ์ใหม่ + ฉลาก + ซีลพลาสติก (บาท/ขวด)	ราคาขาย/ขวด (บาท)	ราคาขายรวม (บาท/กิโลกรัม)	มูลค่าเพิ่ม (%)
130	8	460	100	800	73.91
290	3	360	200	600	66.67

สำหรับน้ำผึ้งจากผึ้งโพรงนั้น สามารถสร้างรายได้สูงสุดโดยเฉลี่ยให้แก่หมู่บ้านอยู่ที่ประมาณ 175,000 บาท/ปี หัก 30% เพื่อเข้ากองทุนน้ำผึ้งจากผึ้งโพรง คิดเป็นจำนวนเงินที่เข้ากองทุนมีค่าเท่ากับ 52,500 บาท/ปี ดังนั้น รายได้สุทธิของชาวบ้านสูงสุดจึงเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 122,500 บาท/ปี โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยรายได้ต่อครัวเรือนที่มีอาชีพเลี้ยงผึ้งโพรงจำนวน 20 ครัวเรือนมีค่าเท่ากับ 6,125 บาท/ครัวเรือน/ปี และเมื่อนำน้ำผึ้งที่ได้จากชาวบ้านมาแบ่งใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ น้ำผึ้ง 1 กิโลกรัม (1,000 กรัม) สามารถแบ่งใส่ขวดแก้วขนาด 240 กรัม ได้ 4 ขวด และขนาด 450 กรัม ได้ 2 ขวด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำผึ้งล้วน และแบ่งใส่บรรจุภัณฑ์ขนาด 230 กรัม ได้ 4 ขวด และขนาด

475 กรัม ได้ 2 ขวด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำผึ้งรวมกับรังผึ้ง ปิดฝาเกลียวล็อกพร้อมซีลพลาสติกและติดฉลากแสดงชื่อตราสินค้า พบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดอยู่ที่ 347.27% ในผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำผึ้งล้วนที่บรรจุอยู่ในขวดแก้วขนาด 240 กรัม และมูลค่าเพิ่มที่น้อยที่สุดที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งที่บรรจุในเกลลอนสำหรับจัดส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารหรือภัตตาคาร ซึ่งมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นมีค่าเท่ากับ 94.44% โดยต้นทุนของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จะอยู่ที่ 250 บาท/กิโลกรัม และต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และซีลพลาสติกจะเฉลี่ยอยู่ที่ 20 บาท/ขวด สำหรับรายละเอียดต้นทุนโดยรวมและมูลค่าเพิ่มของน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จากผึ้งโพรงในแต่ละขนาดจะแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 มูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่ได้มาจากผึ้งโพรง

ขนาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ (กรัม)	จำนวนที่ได้ (ขวด)	ต้นทุนน้ำผึ้งรวมบรรจุภัณฑ์ใหม่+ฉลาก+ซีลพลาสติก (บาท/ขวด)	ราคาขาย/ขวด (บาท)	ราคาขายรวม (บาท/กิโลกรัม)	มูลค่าเพิ่ม (%)
240 (น้ำผึ้งล้วน)	4	330	369	1,476	347.27
450 (น้ำผึ้งล้วน)	2	290	510	1,020	251.72
230 (น้ำผึ้ง+รัง)	4	330	349	1,396	323.03
475 (น้ำผึ้ง+รัง)	2	290	439	878	202.76
7,000	-	1,800	-	3,500	94.44

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)	Margin
โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ -เน้นสร้างความแข็งแกร่งทางด้านความคิดให้แก่คนในชุมชน -การจัดตั้งกองทุนน้ำผึ้งเพื่อเก็บเงินส่วนหนึ่งของรายได้มาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนร่วม	
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ -การถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นจากกลุ่มผู้รู้ เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่สามารถสานต่อได้ -การดำเนินธุรกิจอย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน เน้นให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์เท่าเทียมกัน	
การจัดซื้อจัดหา -การจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและความคุ้มค่าในการใช้งาน -การคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทาน พกพาได้สะดวก ต้นทุนอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ -การจัดหาผู้รับซอกแบบและจัดทำฉลากตราสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาเหมาะสม	
การพัฒนาเทคโนโลยี -การใช้ช่องทางทางดิจิทัลสื่อสารผ่านทางออนไลน์ -การใช้เครื่องมือซีลพลาสติกเพื่อขึ้นฝาปิดขวดแก้วเพื่อบรรจุน้ำผึ้ง	
กิจกรรมหลัก (Primary Activities)	
การนำเข้าวัตถุดิบ -ชาวบ้านเก็บน้ำผึ้งจากธรรมชาติ -การเลือกใช้น้ำผึ้งที่มีความทนทาน สะดวกในการพกพา	
การผลิตสินค้า -การกรองสิ่งสกปรกและส่วนของเกสรที่ยังไม่ละลายออกจากน้ำผึ้ง -การบรรจุภัณฑ์และการติดฉลากพร้อมซีลพลาสติกที่ฝาปิด	
การเคลื่อนย้ายสินค้าออกจำหน่าย -การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางต่างๆ -การจัดส่งสินค้าตามความต้องการของลูกค้า	
การตลาดและประชาสัมพันธ์ -การตั้งชื่อตราสินค้าเพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย -การใช้ช่องทางออนไลน์ในการทำการตลาดให้มากขึ้น -การออกบูธและการจัด Workshop	
การบริการลูกค้า -เน้นการสื่อสารด้วยการบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน (Story Telling)	
การบริการจัดส่งสินค้า -การบริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้หลากหลายช่องทาง	

ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์

อภิปรายผล

จากการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการดำเนินงานวิจัยได้ดังนี้

1. จากการศึกษากิจการดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโน ทำให้เห็นว่า การที่ธุรกิจที่ดำเนินการโดยชุมชนจะประสบความสำเร็จได้นั้น มาจากปัจจัยพื้นฐานสำคัญคือชุมชนนั้นจะต้องเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ผู้คนในชุมชนจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนนั้นจะต้องมุ่งมั่นให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกัน อีกทั้ง การมีผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพก็เป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้

กิจการของชุมชนประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somerville and McElwee (2011) ที่ได้กล่าวเอาไว้ว่าหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนคือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชน

2. ธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโนเป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยที่ไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงแต่เฉพาะการสร้างรายได้และผลกำไรเท่านั้น แต่การดำเนินธุรกิจโดยชุมชนนี้ยังได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนด้วยการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน อีกทั้ง การทำธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ยังช่วยให้ชาวบ้านได้อยู่รวมกันเป็นครอบครัวโดยที่ไม่ต้องมีสมาชิกคนใดคนหนึ่งเดินทางออกไปทำงานทำภายนอกหมู่บ้าน ทำให้โครงสร้างพื้นฐานของสังคมซึ่งก็คือครอบครัวมีความมั่นคง นอกจากนี้แล้วการดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์นี้ ยังใส่ใจในเรื่องของการดูแลรักษาผืนป่า ด้วยการไม่ทำลายป่าและจัดสรรรายได้บางส่วนที่ได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์เข้ากองทุนน้ำผึ้ง เพื่อนำเงินไปใช้ประโยชน์ในการดูแลพื้นที่ป่าชุมชนและพัฒนาหมู่บ้าน ซึ่งการดำเนินธุรกิจในลักษณะเช่นนี้เป็นไปตามหลักการดำเนินงานของการจัดการธุรกิจโดยชุมชน ที่ไม่ได้มุ่งเน้นแต่สร้างรายได้เพียงอย่างเดียว (Wallace, 2005)

3. การดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโน มีความโดดเด่นในเรื่องของการทำการตลาดผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวของน้ำผึ้งที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่า “Brand Story Telling” ซึ่งโดยทั่วไป การดำเนินธุรกิจโดยชุมชนมักจะเผชิญกับปัญหาการขาดทักษะด้านการตลาดของคนในชุมชน ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ (Puangpejara, et al., 2016) แต่สำหรับธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโนนี้ ถือว่ามีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วการที่มีเยาวชนรุ่นใหม่เข้ามาช่วยจัดการทำให้การดำเนินธุรกิจโดยชุมชนมีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น จากปัจจัย

เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ดังเช่นที่ได้มีการสรุปไว้ในงานวิจัยของ Ruengdet and Wongsurawat (2010)

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจนี้ก็คือ กิจกรรมการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ด้วยการมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน (Collaboration) (Horvath, 2001) อีกทั้ง การทำกิจกรรม Workshop ก็สามารถช่วยสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ได้เช่นกัน ด้วยการดึงให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้เข้ามาเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับน้ำผึ้งและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทำให้เกิดการเรียนรู้ การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มร่วมกัน ระหว่างชุมชนและลูกค้าหรือที่เรียกว่า “Co-creation” (Prahalad and Ramaswamy, 2004)

4. จากการศึกษาธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโน จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนนี้ สามารถดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับหลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญใน 3 ด้านควบคู่กันไป อันประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment) เป็นอย่างดี (Keiner, 2005) สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ การใส่ใจในเรื่องของการดูแลผืนป่า ด้วยการเป็นชุมชนต้นแบบของชุมชนคนดูแลป่า (วลัยลักษณ์ ทรงศิริ, 2559 ; HOSTBEEHIVE, 2560) ยังทำให้พื้นที่ป่าของหมู่บ้านห้วยหินลาดโนค่อยๆฟื้นตัวและมีความอุดมสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อนโยบายป่าไม้ของชาติที่มีเป้าหมายจะเพิ่มและรักษาพื้นที่ป่า (กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2557) ด้วยการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาป่า (ศศิณ เฉลิมลาภ, อรยุพา สังขะมาน, ธนากร ไชยยศ และมะลิวรรณ นามพันธ์, 2559)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโน ทำให้ทราบว่าน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ที่นำมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านนั้นมาจากผึ้งสองชนิด ได้แก่ ผึ้งหลวงและผึ้งโพรง โดยสามารถสร้างรายได้เฉลี่ยสูงสุด ประมาณ 60,000 บาท/ปี และ 175,000 บาท/ปี ตามลำดับ รายได้ส่วนหนึ่งที่ได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์จะถูกหักเข้าสู่กองทุนน้ำผึ้ง เพื่อใช้ในการดูแลพื้นที่ป่าและกิจกรรมพัฒนาหมู่บ้าน โดยจำนวนเงินที่เข้าสู่กองทุนสูงสุดเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 4,000 บาท/ปี สำหรับกองทุนน้ำผึ้งจากผึ้งหลวง และ 52,500 บาท/ปี สำหรับกองทุนน้ำผึ้งจากผึ้งโพรง

จุดเด่นของการดำเนินธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์คือการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คนทั่วไปได้เล็งเห็นถึงคุณค่าของน้ำผึ้งที่เป็นมากกว่าแค่การเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการใช้น้ำผึ้งเป็นตัวกลางในการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวของคนในหมู่บ้านให้คนทั่วไปได้รับทราบถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อยู่กับป่าแล้วดูแลป่า ทำให้ป่าสมบูรณ์จนเป็นที่มาของน้ำผึ้งคุณภาพดีเหล่านี้ และรายได้ที่ได้จากการจำหน่ายน้ำผึ้งนอกจากจะทำให้ชาวบ้านมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้วนั้นส่วนหนึ่งก็ยังได้นำไปดูแลป่าและพัฒนาชุมชน และจากคุณค่าที่เกิดขึ้นนี้จะส่งผลทำให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มที่ตามมาของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ โดยจะเห็นได้ว่าน้ำผึ้งป่าที่ได้มาจากผึ้งหลวงสามารถทำให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดถึง 73.91% และสำหรับน้ำผึ้งที่มาจากผึ้งโพรงนั้นสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดถึง 347.27%

นอกจากนี้แล้ว โมเดลของธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์นี้ยังเป็นโมเดลธุรกิจที่ดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งถือว่าเป็นต้นแบบของการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จแห่งหนึ่ง โดยองค์ความรู้ที่สามารถนำไปถ่ายทอดให้แก่ชุมชนอื่นๆ เพื่อ

ประยุกต์ใช้ให้เข้ากับทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนนั้นๆ และก่อตั้งเป็นธุรกิจโดยชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ในประเทศไทยมีหลายชุมชนที่ได้จัดทำธุรกิจโดยชุมชนขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนออกมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน แต่โดยส่วนใหญ่ชุมชนมักประสบปัญหาขาดความรู้ด้านการตลาด ดังนั้น จากการดำเนินงานวิจัยนี้ที่เป็นการศึกษาโมเดลธุรกิจน้ำผึ้งป่าบริสุทธิ์ของหมู่บ้านห้วยหินลาดโน จะทำให้เห็นถึงตัวอย่างของการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดประกอบกับปัจจัยในด้านอื่นๆ แล้วส่งผลให้การดำเนินธุรกิจโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ซึ่งจากการมีต้นแบบที่ดีของการดำเนินธุรกิจโดยชุมชนให้ได้ศึกษานี้ จะทำให้ชุมชนอื่นๆ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับชุมชนของตนเองต่อไป ทำให้เกิดเป็นธุรกิจโดยชุมชนที่สามารถสร้างรายได้และทำให้ความเป็นอยู่รวมถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่กำลังมุ่งเน้นพัฒนาชุมชนฐานรากให้มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูง ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของชุมชนบ้านห้วยหินลาดโน จึงอาจต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อภาวะการณ์แข่งขันที่สูงขึ้น ด้วยการหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น แต่ทั้งนี้ การปรับปรุงและพัฒนาทางด้านต่างๆ นั้นก็ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมด้วย เพื่อให้การดำเนินธุรกิจนี้ยังคงดำเนินการอยู่ภายใต้หลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจากประเด็นเหล่านี้สามารถนำไปต่อยอดสำหรับการทำงานวิจัยในครั้งต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2560, 5 พฤษภาคม). ฐานข้อมูล E-database. สืบค้นจาก <http://www.Bangkokbiznews.com>.
- กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2557). แผนแม่บท แก้ไขปัญหาการทำลายทรัพยากรป่าไม้, การบุกรุกที่ดินของรัฐ และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: กองสนับสุนน วิทยาลัยการทัพบก.
- มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ. (2557, 5 พฤษภาคม). ฐานข้อมูล E-database. สืบค้นจาก <http://www.landjustice4thai.org>
- วลัยลักษณ์ ทรงศิริ. (2559). “ป่าคือบ้านและชีวิต” ปกาเกอญอ ห้วยหินลาดใน. กรุงเทพฯ: มูลนิธิ เล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์.
- ศศิณ เฉลิมลาภ, อรุณพา สังขะมาน, ธนากร ไชยยศ และ มะลิวรรณ นามจันทร์. (2559). สถานการณ์ป่าไม้ ไทย 2558-2559. นนทบุรี: มูลนิธิสืบคณะเสถียร.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2561). หมุนเวียนอย่างยั่งยืน. เอกสารประกอบกิจกรรม สื่อสารความรู้เพื่อส่งเสริมความเข้าใจวิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ “หมุนเวียนอย่างยั่งยืน: เทศกาล วิถีภูมิปัญญาชาติพันธุ์กะเหรี่ยง” วันที่ 18-20 พฤษภาคม 2561. นนทบุรี: หจก. หยิน หยาง การพิมพ์ (สำนักงานใหญ่).
- Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable development*, 13(1), 38-52.
- Horvath, L. (2001). Collaboration: the key to value creation in supply chain management. *Supply chain management: an international journal*, 6(5), 205-207.
- HOSTBEEHIVE. (2560). *HOSTBEEHIVE Profile*. เอกสารแสดงข้อมูลประวัติและรายละเอียดสินค้า. เชียงราย: HOSTBEEHIVE.
- Keiner, M. (2005). History, definition (s) and models of sustainable development. ETH Zurich.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*, John Wiley & Sons Pte Ltd.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of interactive marketing*, 18(3), 5-14.
- Puangpejara, K., Puangpejara, S., Kamuanchai, S., & Sookkerd, S. (2016). Guidelines for Marketing Development of a Small and Micro Community Enterprise: A Case Study of Rai San Fan Community Enterprise, Nihom Sang Ton-eng Sub-District, Muang District, Lop Buri Province. *NIDA Development Journal*, 56(4).
- Ruengdet, K., & Wongsurawat, W. (2010). Characteristics of successful small and micro community enterprises in rural Thailand. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 16(4), 385-397.
- Somerville, P., & McElwee, G. (2011). Situating community enterprise: A theoretical exploration. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 317-330.
- Wallace, B. (2005). Exploring the meaning (s) of sustainability for community-based social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 78-89.