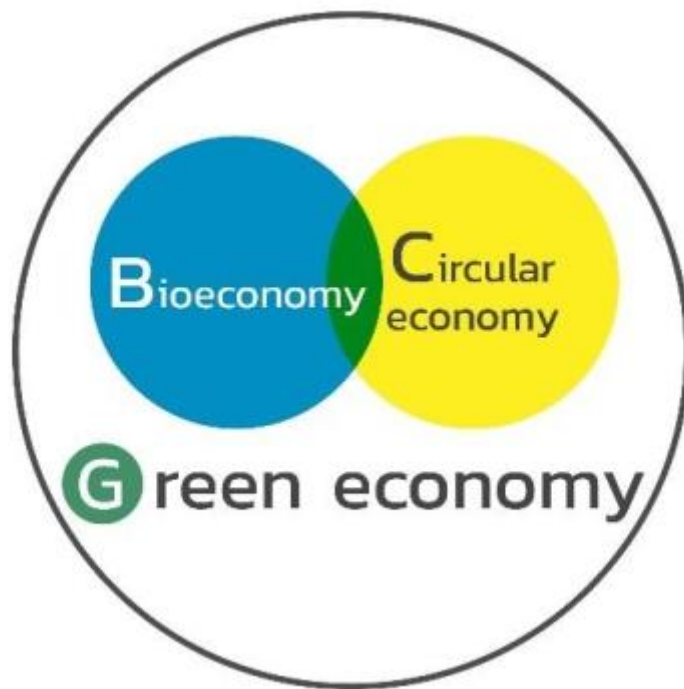


รายงานการศึกษาเบื้องต้น

SMEs โอกาสที่เปิดกว้าง และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม
ตามกรอบการพัฒนาของ BCG Model



มูลนิธิยูนิอุส (ประเทศไทย)

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนานวัตกรรมสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME D Bank)

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 เป้าหมายของการศึกษา	2
บทที่ 2 กรอบและวิธีการศึกษา	3
2.1 นิยามและคุณลักษณะของ BCG	3
2.2 วิธีการศึกษา	3
บทที่ 3 ผลการศึกษาตัวอย่างกิจการที่เข้าข่าย BCG Model	5
3.1 บริษัท แกรนด์ ออแกนิก จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร-ขนมทานเล่น	5
3.2 บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร-เครื่องปรุงอาหาร	7
3.3 บริษัท มูนวิสเปอร์ฟาร์ม จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร	9
3.4 บริษัท สวนทวีทรัพย์ ฟู้ด จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการแปรรูปการเกษตร	11
3.5 บริษัท บวรเวชสมุนไพร จำกัด: กลุ่มธุรกิจยา-สาธารณสุข	13
3.6 บริษัท ไบโอไบรท์ (ประเทศไทย) จำกัด: กลุ่มธุรกิจเวชสำอาง	14
3.7 บริษัท วิโนน่า คอสเมติกส์ จำกัด: กลุ่มธุรกิจเวชสำอาง	16
3.8 บริษัท สุราษฎร์อินเตอร์ทัวร์ จำกัด (แพ 500 ไร่): กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว-ที่พัก	18
3.9 บริษัท ดีคิดส์ จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการของเสีย	19
3.10 บริษัท วงษ์พาณิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการของเสีย	21
บทที่ 4 ผลการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม	24
4.1 ผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลง	24
4.2 การเชื่อมโยงกับการจัดการผลิตภาพ (Productivity)	26
4.3 การสร้างเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาของท้องถิ่น	27

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา

การวิเคราะห์ข้อมูลการประกอบการของผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME D Bank) ของ YUNUS FOUNDATION, THAILAND (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกโดยย่อว่า YT) เป็นการศึกษาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการนิยามคุณลักษณะว่าด้วย BCG Model ว่าเป็นธุรกิจการประกอบการที่ให้ความสำคัญต่อ Bioeconomy ที่มีการนำเอาทรัพยากรชีวภาพมาผลิตเป็นวัสดุ ผลิตภัณฑ์ และสินค้าที่มีความคุ้มค่าที่สุดโดยมีการนำเอาเทคโนโลยีและการจัดการความรู้เข้ามาช่วยเป็นส่วนประกอบ และ/หรือให้ความสำคัญต่อ Circular Economy ที่เป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่ามากที่สุด รวมทั้งมีการนำเอาของที่ใช้แล้วกลับนำมาใช้ใหม่ให้เกิดเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจ และ/หรือให้ความสำคัญต่อ Green Economy ที่มีการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งจัดการสภาพสังคมให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

เป็นการศึกษาที่เชื่อมโยงการพัฒนางาน BCG Model ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐบาล และยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่มีความสอดคล้องกับการบริการของ SME D Bank ทั้งการพัฒนาลูกค้าของธนาคาร การสร้างงาน สร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจที่มีส่วนร่วมต่อการจัดการแก้ปัญหาความยากจน การจ้างงาน และการสร้างผู้ประกอบการขึ้นใหม่ในระบบเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน ก็มีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนการบริหารจัดการประเทศให้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายแห่งศตวรรษว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals: SDGs อีกมิติหนึ่งด้วย



1.2 วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อนำเอาแนวคิดที่ว่าด้วย BCG ไปร่วมสนับสนุนต่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขันและพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการของลูกค้าธนาคาร SME D Bank
- (2) เพื่อค้นหาต้นแบบที่จะนำไปส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการประกอบการที่เป็นลูกค้าของธนาคาร ทั้งลูกค้าเก่าและใหม่
- (3) เพื่อร่วมสร้างระบบแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มั่นคงของ SMEs รวมทั้งเศรษฐกิจท้องถิ่นตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน
- (4) เป็นส่วนหนึ่งของการฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19

1.3 เป้าหมายของการศึกษา

- (1) ค้นหาลูกค้าของธนาคารที่ดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของ BCG Model และมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อใช้เป็น Prototype ในการสื่อสารต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ
- (2) นำเสนอแนวทางและแผนขยายจำนวนลูกค้าทั้งในกลุ่มลูกค้าเดิมของธนาคารและลูกค้าใหม่ที่ประสงค์จะดำเนินธุรกิจตามกรอบ BCG Model รวมทั้งประสงค์จะขอสินเชื่อจากธนาคาร

บทที่ 2

กรอบและวิธีการศึกษา

2.1 นิยามและคุณลักษณะของ BCG

2.1.1 เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) หรือเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Biobased Economy) หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่มีการผลิต บริการ และใช้ประโยชน์จากการอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีความเกี่ยวข้องกับ กระบวนการธรรมชาติและหลักการทางชีววิทยา เศรษฐกิจชีวภาพ ได้รวมความหมายของการหมุนเวียนและการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการต่อการใช้ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นอาหารคน อาหารสัตว์ หรือพลังงาน (พลังงานชีวภาพ-Bioenergy) เป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่อห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่มีการส่งต่อซึ่งกันและกันตามระบบการผลิตของอุตสาหกรรม การพาณิชย์ การบริโภค และยังย้อนความให้รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกมิติหนึ่งด้วย ลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของเศรษฐกิจชีวภาพ คือ ความเกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงแบบ “ผนวกรวม” (Convergence) เนื่องานเข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology/ Informatics) ไม่ว่าจะเป็นการจัดการแบบ Big Data, Artificial Intelligence: AI, Internet of Things: IoT เพื่อสร้างเป็นความสามารถของการส่งต่อคุณค่าออกไปตามห่วงโซ่ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2561)

2.1.2 เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) จะเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อย่างเต็มวงจรชีวิต (Life-cycle) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหมุนเวียนเอาแร่ธาตุและสารต่าง ๆ กลับมาใช้ในกระบวนการผลิตให้มากที่สุด (เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติก่อนใหม่ในเรื่องนั้น ๆ ลงไป)

2.1.3 เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) คือ ระบบเศรษฐกิจที่เน้นต่อการคำนึงถึงระบบนิเวศและโลกในระยะยาว รวมทั้งการรับมือต่อการแก้ปัญหามลพิษที่กำลังเผชิญอยู่ การประชุมสุดยอดด้านเศรษฐกิจชีวภาพของโลกของ Global Bioeconomy Summit 2015 เพื่อรองรับต่อการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ 2030 หรือ SDGs 2030 ได้มีการนำเอาประเด็นของเศรษฐกิจชีวภาพ และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และ Zero Waste ของระบบอุตสาหกรรมมารวมเป็นส่วนหนึ่งของประเด็นเชิงยุทธศาสตร์(สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2561)

2.2 วิธีการศึกษา

2.2.1 สรรวจคุณลักษณะเบื้องต้นของลูกค้านานาชาติ ไม่ต่ำกว่า 50 ราย ที่คัดเลือกไว้เป็นข้อมูลตัวอย่าง และมีความเกี่ยวข้องกับ BCG โดยแยกเป็นหมวดธุรกิจ เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร (ผลิตภัณฑ์สปา, เวชสำอาง และอาหารเสริม) ชาและกาแฟ ธุรกิจพลาสติกชีวภาพ และเคมีชีวภาพ (พลาสติก PLA, PBAT) ปุ๋ยอินทรีย์ ฯลฯ

2.2.2 สํารวจ-รวบรวมข้อมูลว่าด้วยกลยุทธ์การตลาด การจัดการองค์กร และผลประกอบการ

- (1) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ
- (2) ผลประกอบการ
- (3) ความเชื่อมโยงกับชุมชน-ท้องถิ่นในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน
 - (a) การเป็นหุ้นส่วน-เจ้าของ
 - (b) การจ้างงาน
 - (c) การจัดหาวัตถุดิบ
 - (d) การขนส่ง
 - (e) อื่น ๆ
- (4) การรับรองมาตรฐาน (Standard) ความรู้ และเทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินงานอยู่
- (5) การดำเนินงานตามมาตรการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ตามเกณฑ์มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม (CSR-DIW) หรือ ISO 26000 Criteria (ถ้ามี)
- (6) แผนงานในระยะถัดไป รวมทั้งปัญหา และอุปสรรค

2.2.3 การจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามข้อมูลเบื้องต้นที่สำรวจตาม 2.2.2 แล้วจัดแบ่งตามลักษณะของการประกอบการและความเกี่ยวข้องกับ BCG เช่น เป็นกิจกรรมการผลิตและบริการ และ/หรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิต เป็นกิจกรรมหรือเป็นบางส่วนของ Process และ/หรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิต เป็นส่วนหนึ่ง หรือ BU หนึ่งของบริษัท ฯลฯ

2.2.4 การวิเคราะห์ศักยภาพ และโอกาสในการพัฒนาธุรกิจตามกรอบ BCG Model

- (1) ศักยภาพของผู้ประกอบการ และโอกาสของการพัฒนา
 - (a) การปรับปรุงการเพิ่มความสามารถในการผลิต (Capability Management)
 - (b) การพัฒนาเครื่องมือ และเทคโนโลยี (Adaptation)
 - (c) การสร้างนวัตกรรม (Innovation)
- (2) การสร้างผลการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
 - (a) การจ้างงานในบริษัท และกิจการที่เกี่ยวข้องตามห่วงโซ่การผลิตและบริการ
 - (b) การแก้ปัญหารายได้ทั้งเศรษฐกิจของคนงาน เกษตรกร และ Supplier
 - (c) การสร้างงานชิ้นใหม่ในระบบเศรษฐกิจซึ่งไม่เคยมีมาก่อน (ในชุมชน ท้องถิ่น หรือประเทศ)

บทที่ 3

ผลการศึกษาดูอย่างกิจการที่เข้าข่าย BCG Model

(ลูกค้าของธนาคาร SME D Bank)

3.1 บริษัท แกรนด์ ออแกนิก จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร-ขนมทานเล่น



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท แกรนด์ ออแกนิก จำกัด ดำเนินธุรกิจฟาร์มแกรนด์ออแกนิก ในปี พ.ศ. 2553 ในพื้นที่ตำบล ตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 5 ไร่ จุดเริ่มต้นของฟาร์มแห่งนี้เกิดขึ้นจากความเป็นแม่ที่อยากให้ลูก ๆ และ คนภายในครอบครัวได้ทานผักและผลไม้อินทรีย์ โดยได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFORM ของ สำนักงาน มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ในช่วงแรกได้ทำการปลูกเมลอนอินทรีย์ แต่เนื่องจากสภาพอากาศและดินของ ตำบลตาคลีไม่เอื้อต่อการเติบโต จึงได้ขอรับคำแนะนำจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และหันมาทดลอง ปลูกผักที่ได้รับความนิยมแทน ได้แก่ ผักโขม ผักบุ้ง กวางตุ้งใบ บล็อกก๊วย กวางตุ้งไต้หวัน คะน้า กะหล่ำดอก บล็อกโคลี มะเขือเทศ แครอท ผักสลัด ซึ่งผักส่วนใหญ่จะให้ผลผลิตดีในช่วงปลายปี (ปลูกได้ในช่วงอากาศร้อน น้อย) จนพบว่าผักโขมเติบโตได้ดี ทนอากาศร้อนได้ และสามารถปลูกได้ทั้งปี ทางฟาร์มจึงได้ปลูกผักโขมอินทรีย์ เพื่อจำหน่าย โดยสามารถผลิตส่งหน้าฟาร์มได้สัปดาห์ละ 600 กิโลกรัม และส่งวางจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า ต่อมาสินค้าโดนตีกลับจากห้างสรรพสินค้าจำนวน 300 กิโลกรัม เนื่องจากผักโขมมีขนาดความสูงเกินมาตรฐาน

บริษัท แกรนด์ ออแกนิก จำกัด จึงได้ขอทุนสนับสนุนจาก NIA และขอรับคำแนะนำจากมหาวิทยาลัย นครสวรรค์เพื่อแปรรูปผักโขมเป็นขนมทานเล่นเพื่อสุขภาพ จนพัฒนาผลิตภัณฑ์มาเป็นผักโขมอบกรอบ แกรนด์ Crispy GO

ผักโขมอบกรอบ Crispy GO เป็นขนมเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารทานเล่นรสชาติอร่อยที่เด็กและผู้ใหญ่ ทานได้ เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ ผักโขมอบกรอบเป็นสแน็คที่มีไฟเบอร์สูง นอกจากนี้ยังอุดมไปด้วยแคลเซียม ธาตุเหล็ก ปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้า Modern Trade ที่ Tops Market-เซ็นทรัล และ Gourmet Market-เดอะมอลล์ และขายออนไลน์

บริษัท กำลังจะขยายพื้นที่การปลูกผักโขมเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผักโขมอบกรอบ Crispy GO อีกจำนวน 18 ไร่ ในพื้นที่เดิม และมีแผนขยายการปลูกโดยส่งเสริมให้ชาวบ้านในตำบลตาคลีปลูกผักโขมส่งให้ บริษัท

ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย เฉลี่ย 740,000 บาทต่อปี

(2) การดำเนินงานกิจการ

(2.1) กระบวนการผลิต

ในระดับแปลงปลูก จะสร้างระบบสมดุลทางนิเวศน์ มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า เช่น ใบผักโขมไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ก้านและรากผักโขมนำไปหมักทำเป็นปุ๋ย ซึ่งในขณะนี้ได้พัฒนาการนำก้านไปผลิตสินค้าแปรรูปเป็นเจลลี่ ในระดับโรงงาน ใช้ทรัพยากรทุกอย่างคุ้มค่า เช่น การใช้น้ำ การใช้ไฟอย่างประหยัดเพื่อลดต้นทุนการผลิต และของที่ใช้นี้ในระบบการผลิตจะต้องมีการถูกมาใช้ซ้ำ และอยู่ในระหว่างดำเนินงานผลิตเทคโนโลยีเครื่องจักรเพื่อมาใช้ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มกำลังการผลิตให้ได้ปริมาณเพิ่มขึ้น ร่วมกับ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (IRPC) ปัจจุบันมีกำลังการผลิตประมาณ 270 ซอง/วัน หากนำเครื่องดังกล่าวมาใช้ในระบบการผลิต จะสามารถเพิ่มการผลิตได้ประมาณ 750 ซอง/วัน

(2.2) วัตถุดิบปลูกเองในพื้นที่ของโรงงาน

(2.3) มีการจ้างงานคนในชุมชน จำนวน 6 คน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนเฉลี่ยคนละ 10,000 บาท/คน/เดือน

(2.4) การดำเนินงานกิจการในปี พ.ศ. 2564

- มีการเพิ่มช่องทางตลาดไปยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยการส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ Trader 3,000 ซอง
- ได้รับทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) งบประมาณปี 2564 ด้าน Shelf Life ผลิตภัณฑ์ข้าวอบกรอบ

(2.5) การดำเนินงานกิจการในปี พ.ศ. 2565

- ได้รับทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) งบประมาณปี 2565 ในการทำ Market Research เจลลี่พร้อมดื่ม
- มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- พัฒนาพืชในฟาร์ม ทำสารสกัดเพื่อเพิ่มมูลค่า
- พัฒนาผลิตภัณฑ์กัญชง ร่วมกับ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)

(3) ผลความสำเร็จ

- มาตรฐานอาหารและยา (อย.)
- มาตรฐานอาหารฮาลาล
- มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM
- กำลังพัฒนาเข้าระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP)

- ได้รับการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), สถาบันอาหาร (สอห.)
- ได้รับรองมาตรฐานโรงงานมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานตามกรอบของ Bio Economy ในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ นอกจากจะเป็นวัตถุดิบออร์แกนิกที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFORM แล้ว ยังแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทานเล่นเพื่อสุขภาพ

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตและขยายตัวอีกมาก ทั้งตามช่องทางของการจัดจำหน่ายทั้งตลาดแบบเดิม ตลาดแบบโมเดิร์นเทรด และตลาดออนไลน์ รวมทั้งการร่วมพัฒนาพื้นที่ใหม่ ๆ ของตลาดอาหารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมใหม่ ๆ ของผู้บริโภค

3.2 บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร-เครื่องปรุงอาหาร



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด ผู้ให้บริการด้านสินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้สด เป็นเจ้าของแบรนด์ Care Choice (แคร์ชอยส์) ผงปรุงรสจากผัก ที่คัดสรรผักสดใหม่จากไร่ทุกวัน มาแปรรูปเป็นผงปรุงรสอาหารที่ปลอดภัย ไร้ผงชูรส เป็นกิจการที่พัฒนางานจากการรวบรวมผักส่งให้กับโรงงานขนาดใหญ่แล้วขยายการใช้ประโยชน์จากผักมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยคำนึงถึง “สุขภาพ” เป็นหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส และนำเอาข้อมูลความรู้จากการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้าที่วางขายในโมเดิร์นเทรด และงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นในกิจการของบริษัท

บริษัทฯ มีรายได้เฉลี่ยในช่วง 4 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 ประมาณ 14 ล้านบาท

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) นำวัตถุดิบจากการเกษตรที่เป็นผักจากแหล่งผลิตมาแปรรูปเป็นผงปรุงรส โดยนำผักต่าง ๆ ที่มีรูปร่างไม่สวยงาม เกษตรกรมักจะนำไปทิ้งโดยไม่เห็นถึงมูลค่า รวมทั้งส่วนที่เหลือจากการส่งเข้าไปยังโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มาใช้เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจผักสดตกแต่ง และได้นำเศษผักที่ไม่ผ่านคุณภาพ ไม่ได้

มาตรฐานตามที่โรงงานอุตสาหกรรมกำหนด มาแปรรูปเป็นผงปรุงรส โดยวิธีการอบแห้งโดยใช้ลมร้อน ในช่วงแรก นำมาเข้าตู้อบ LPG (ธรรมดา) ต่อมาได้สั่งซื้อเครื่องจักรเป็นตู้อบจากประเทศจีน เป็นเครื่องอบที่มีประสิทธิภาพสูง ใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ดึงน้ำออกจากผัก ใช้เวลาประมาณ 5 นาที แล้วนำไปบด แล้วผสมกับ น้ำตาลเชิงเดี่ยว กลีโอลิวโซเดียม (สูตรของบริษัทเอง ซึ่งบริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์) โดยทีมวิจัย ทำเรื่องพัฒนารสชาติ กระบวนการผลิตที่เร็วขึ้น และทำอย่างไรให้สูญเสียในการผลิตน้อยที่สุด เน้นการปลอดภัย ตั้งแต่กรรมวิธีการล้าง และไม่ใส่สารเคมี ไม่มีการใช้สารแต่งสี กลิ่น หรือรสชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคอเลสเตอรอล เป็นผักที่ทุกเพศทุกวัยทานได้

(2.2) วัตถุดิบ รับซื้อผักจากเกษตรกรทั่วไป เช่น หัวไชเท้า หอมใหญ่ ผักชี

(2.3) มีการจ้างงานคนในชุมชน และนำผักในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผงปรุงรส

(2.4) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- มีการพัฒนาระบบการผลิต

- เพิ่มช่องทางการตลาด นำสินค้าไปจำหน่ายในห้างโมเดิร์นเทรด ได้แก่ บิ๊กซีและโลตัส

(2.5) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- เตรียมหาลูกค้าตลาดต่างประเทศ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เช่น เครื่องแกงชนิดผงและอบแห้ง

- พัฒนาระบบภายในโรงงาน ได้แก่ มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP), ระบบพื้นฐานที่โรงงานผลิตอาหาร (GHP) และการวิจัยและพัฒนา (R&D)

- ออกงานแสดงสินค้า ร่วมกับ สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

(3) ผลความสำเร็จ

- การปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP)

- มาตรฐานระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานตามกรอบของ Circular Economy ในการใช้วัตถุดิบให้เกิดคุณค่าในทุกขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิต ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ใหม่ เป็นกิจการที่ขยายงานตาม Supply Chain ที่ตนเองมีความเกี่ยวข้อง รวมทั้งการดำเนินงานต่าง ๆ ก็เป็นไปตามแบบแผนของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (รวมทั้งความเป็น BCG) ตามเงื่อนไขของมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตและขยายตัวอีกมาก ทั้งตามช่องทางของการจัดจำหน่ายทั้งตลาดแบบเดิม ตลาดแบบโมเดิร์นเทรด และตลาดออนไลน์ รวมทั้งการร่วมพัฒนาพื้นที่ใหม่ ๆ ของตลาดอาหารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมใหม่ ๆ ของผู้บริโภค

3.3 บริษัท มูนวิสเปอร์ฟาร์ม จำกัด: กลุ่มธุรกิจอาหาร



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท มูนวิสเปอร์ฟาร์ม จำกัด เป็นกิจการอาหารที่แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร คือ มะพร้าวไปเป็นไอศกรีม เรียกตัวเองว่าเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปไอศกรีมสมุนไพร มุ่งสู่การปรับเปลี่ยนสินค้าเกษตรไปสู่การผลิตไอศกรีมอแกนิกเพื่อสุขภาพ เจ้าของผลิตภัณฑ์ไอศกรีมมะพร้าวน้ำหอมอแกนิก แบรินด์ชันเบิร์ต โดยวางจำหน่ายในห้างเลมอนฟาร์มทุกสาขา เดิมผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ มูนวิสเปอร์ จะเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น มาทำเป็นเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและผิว ไม่ว่าจะเป็น ครีมหมักผม, น้ำมันมะพร้าวธรรมชาติ 100% เกษตรอินทรีย์, สบู่, แชมพูสระผม และเซรั่มบำรุงผม เป็นต้น

ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทฯ มีรายได้ประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) การผลิตเป็นการไปตามการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Eco-design & Zero-Waste) ด้วยการนำกากมะพร้าว (ของเสียในกระบวนการผลิต) มาอบแห้ง ทำเป็นสินค้าอื่น เช่น น้ำพริกนรก, เกล็ดมะพร้าวสำหรับชุปกรอบ ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค ใช้บรรจุภัณฑ์แบบฉลาด (Smart Packaging) ด้วยการออกแบบ Packaging ด้วยกระดาษทั้งถ้วยและฝา เพื่อลดขยะพลาสติก

(2.2) ผลิตภัณฑ์เป็นไอศกรีมที่ไม่ใช้นมวัว เนื่องจากนมวัวมีสารก่อภูมิแพ้ ก่อให้เกิดโรคแพ้ ปรับสูตรให้ไอศกรีมมีความหวานน้อยกว่าท้องตลาด และมีการยกระดับสินค้าเกษตรสู่สินค้าปลอดภัย การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Diversification) การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) การมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

(2.3) มีแผนงานที่ขยายกิจการไปสู่ธุรกิจผักอินทรีย์และอาหารเพื่อสุขภาพ และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ รวมทั้งขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายทางการตลาดที่จะไปให้ถึง 60 ล้านบาท (พ.ศ. 2563)

(2.4) วัตถุดิบทุกชนิดได้รับการ Certified Organic เพื่อมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี รับประทานได้ทุกเพศทุกวัย

(2.5) มีการจ้างงานคนในชุมชน ซึ่งวัตถุดิบจากชุมชนซึ่งเป็นมะพร้าวอินทรีย์คุณภาพของจังหวัดสมุทรสาคร

(2.6) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- มีฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มเติมจากร้าน Lemon Farm Organic Meal & Café (เลมอนฟาร์มคาเฟ่)
- บริษัทฯ เริ่มทำตลาดบน Social Media (Facebook Page) เพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์และแบรนด์
- พัฒนาระบบพื้นฐานที่โรงงานผลิตอาหาร (GHP) กับสถาบันอาหาร แต่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

(2.7) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- ขยายไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ไปยังผลิตภัณฑ์อาหาร
- อยู่ระหว่างการเจรจากับคู่ค้า เพื่อรับจ้างทำ OEM เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลและเดอะมอลล์

(3) ผลความสำเร็จ

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมมะพร้าวน้ำหอมอแกนิก แบรนด์ซันเบิร์ด ได้รับมาตรฐานอแกนิกสากล

- ตรารับรองอาหารและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของสหรัฐอเมริกา (USDA)
- การรับรองผ่านโปรแกรมการรับรองระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (EU)
- มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์แคนาดา (Canada Organic Regime: COR)
- มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Hygiene Practice: GHP)
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

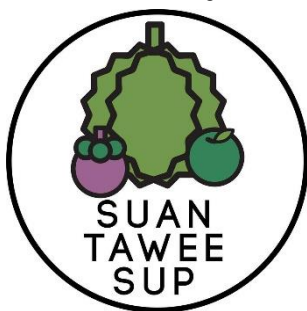
(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ยึดโยงกับการจัดการผลิตการเกษตรอินทรีย์ธรรมชาติด้วยงานมาตรฐานการจัดการอาหารทั้งในประเทศและระดับสากล ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกณฑ์ตามมิติของ BCG ตามองค์ประกอบของเกณฑ์มาตรฐานเหล่านั้น

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะเดียวกันยังเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแบบของว่าง ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของว่างของคนทุกวัย ความนิยมของสังคมคนทำงาน และกิจกรรมการใช้ชีวิตของคนในเมือง ในขณะเดียวกันก็มีบุคลิกลักษณะของการจัดการตลาดแบบผู้ทำเชิงในพื้นที่ทางการตลาดที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ครอบครองอยู่ ดังนั้นการทำความเข้าใจกลยุทธ์การจัดการเข้าสู่ระบบตลาดของผลิตภัณฑ์กระแสรอง ธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม และการจัดการรูปร่างใหม่ของธุรกิจในยุคดิจิทัล จึงเป็นเรื่องที่ควรมีการเพิ่มเติมและจัดให้มีการแลกเปลี่ยน

3.4 บริษัท สวนทวีทรัพย์ ฟู้ด จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการแปรรูปการเกษตร



(1) ข้อมูลทั่วไป

สวนทวีทรัพย์ เป็นกิจการการจัดการสินค้าเกษตรเบื้องต้นโดยเทคโนโลยีสำหรับทุเรียนด้วยการทำแห้งเยือกแข็งแบบสุญญากาศหรือฟรีซดราย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างความมั่นใจด้านคุณภาพ และสามารถส่งจำหน่ายยังต่างประเทศได้ ในขณะเดียวกันก็ยังพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้วยการอบแห้งผลไม้สำหรับทุเรียน, มังคุด, มะม่วง, สับปะรด และเงาะสดใส่สับปะรด อีกสายการผลิตหนึ่งด้วย

บริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 2 ล้านบาทต่อปีในปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 เป็น 9 ล้านบาทโดยประมาณในปี พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2564

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) การทำแห้งเยือกแข็งแบบสุญญากาศ หรือฟรีซดราย เป็นการทำให้ผลผลิตทางการเกษตรแห้ง (Dehydration) ยังคงสภาพความเป็นสารอาหารและรสชาติไว้ ด้วยการแช่เยือกแข็ง (Freezing) ทำให้น้ำเปลี่ยนสถานะเป็นผลึกน้ำแข็งก่อน แล้วจึงลดความดันเพื่อให้ผลึกน้ำแข็งระเหิด (Sublimation) เป็นไอ ด้วยการลดความดันให้ต่ำกว่าบรรยากาศปกติ โดยขั้นตอนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง เริ่มจากการเตรียมวัตถุดิบให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม เช่น การล้าง การปอกเปลือก การลดขนาดจากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการหลักซึ่งประกอบด้วย การแช่เยือกแข็ง (Freezing) การทำแห้งขั้นต้น (Primary Drying) และการทำแห้งขั้นที่สอง (Secondary Drying)

(2.2) การอบแห้งผลไม้ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ ส่วนรับผลไม้ คัดผล บ่ม แกะเปลือก ห้างแช่แข็ง ลมเย็นจัด (-40 องศาเซลเซียส) ห้องพักผลผลิตแช่แข็ง ห้องเย็นเก็บผลผลิต (-20 องศาเซลเซียส) ห้องหั่นผลผลิต เครื่องอบแห้งเยือกแข็งแบบสุญญากาศ (จากประเทศไทย) ห้องบรรจุผลิตภัณฑ์ และห้องล้างอุปกรณ์

(2.3) เป็นโรงงานที่ตั้งอยู่ในแหล่งผลิตทุเรียน มีความประสงค์จะเป็นการต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตรโดยตรง

(2.4) การแบ่งเกรดของผลไม้/วัตถุดิบ เช่น ทุเรียน จะจัดแบ่งเป็นไปตามระดับ Premium A B C เพื่อ Supply ไปตามช่องทางการตลาด คือ Modern Trade และ Online Market รวมทั้งพ่อค้า-แม่ค้ารายย่อยที่เจาะจง ส่วนผลไม้/วัตถุดิบที่ไม่ผ่านการคัดเกรดหรือมีตำหนิ ก็จะนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แช่แข็ง ทำเป็นไอศกรีมทุเรียน, ฟรีซดราย, ทอด และกวน

(2.5) มีการจ้างงานคนในชุมชน ผลักดันให้มีการรวมตัวกันของเกษตรกร ผลิตทุเรียนคุณภาพ และนำผลผลิตบางส่วนที่ไม่สามารถส่งออกได้ มาแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนปอกพร้อมรับประทาน และทุเรียนอบฟรุ๊ตทราย

(2.6) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- ฐานลูกค้าเดิมมีกำลังซื้อลดลง รับซื้อวัตถุดิบน้อยลง
- บริษัทฯ มีการปรับตัวเพื่อรองรับตลาดต่างประเทศ มีการปรับปรุงโรงงานเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน

GHP-Good Hygiene Practices

- บริษัทฯ ดำเนินการทำมาตรฐานฮาลาล เพื่อเจาะตลาดตะวันออกกลางและสหรัฐอเมริกา (UAE)

(2.7) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- ตลาดในประเทศ ดำเนินการพัฒนาโรงงานแพ็คสำหรับผลสด, ทดลองปรับ Shelf Life ให้นานมากยิ่งขึ้นเพื่อลดการเน่าเสีย
- ตลาดต่างประเทศนอกจากประเทศจีน พัฒนาทุเรียนปลูกเปลือกพร้อมรับประทาน

(3) ผลความสำเร็จ

(3.1) ได้รับการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากโปรแกรม ITAP ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ในการดำเนินโครงการ “การลงพื้นที่แปลงเพื่อพัฒนาระบบการผลิตที่ปลอดภัยตามมาตรฐาน ThaiGAP ของ บริษัท สวนทวีทรัพย์ ฟู้ด จำกัด” โดย ศูนย์วิจัยและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

(3.2) เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์พืชผลทางการเกษตรด้วยเทคโนโลยีเพื่อคงสภาพของรสชาติ และยืดอายุการใช้งานให้นานออกไป โดยมีเงื่อนไขความเกี่ยวข้องกับ BCG ตามเกณฑ์มาตรฐานทางการตลาดที่ยึดโยงกับความยั่งยืน ทั้ง ThaiGAP และ GHP-การไม่ใช้การผลิตที่สร้างมลภาวะและทำลายสิ่งแวดล้อม การไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ฯลฯ อันเป็นคุณลักษณะโดยรวมของ BCG

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์พืชผลทางการเกษตรด้วยเทคโนโลยีเพื่อคงสภาพของรสชาติ และยืดอายุการใช้งานให้นานออกไป โดยมีเงื่อนไขความเกี่ยวข้องกับ BCG ตามเกณฑ์มาตรฐานทางการตลาดที่ยึดโยงกับความยั่งยืน ทั้ง ThaiGAP และ GHP-การไม่ใช้การผลิตที่สร้างมลภาวะและทำลายสิ่งแวดล้อม การไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ฯลฯ อันเป็นคุณลักษณะโดยรวมของ BCG

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

การเริ่มต้นจากการจัดการต่อทุเรียน ซึ่งเป็นผลไม้ทางการเกษตรที่มีอนาคตทางการตลาด ย่อมจะนำไปสู่โอกาสการขยายตัวทางการตลาด และยังจะนำไปสู่การจัดการต่อผลไม้ชนิดอื่น ซึ่งจะมีผลต่อการแก้ปัญหาทางการเกษตร/รายได้ของเกษตรกร/พื้นที่ชนบท กับการริเริ่มสร้างธุรกิจขึ้นใหม่

3.5 บริษัท บวรเวชสมุนไพร จำกัด: กลุ่มธุรกิจยา-สาธารณสุข



บริษัท บวรเวชสมุนไพรไทย จำกัด
77 หมู่ 11 น.กักขัง-กม.นบ
น.สาทรินท. อ.เมือง จ.พิจิตร 93000

☎ บวรเวชสมุนไพร
@bwmvtej
☎ 074-615191, 081-9901344



บารเว็สสมุนไพร

ยาแคปซูลหำรกาย บอว์ 103
ตราบวรเวชสมุนไพร



ยาห้ารกายสมบรตบ "ตราบวรเวชสมบรตบ" :-

- สมบรตบห้ารกาย ๑๐๓ ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)
- สมบรตบห้ารกาย ๑๐๓ ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)
- สมบรตบห้ารกาย ๑๐๓ ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)

5 วันประกัน

5 ซองแรก ๓ วันแรก: 5 แคปซูล ทุก 3 ชั่วโมง
ซองถัดไป ๓ วันแรก: 3 แคปซูล ทุก 3 ชั่วโมง

เวลา	09.00	12.00	15.00	18.00	21.00
๑๐๐๐	๑๐๐๐	๑๐๐๐	๑๐๐๐	๑๐๐๐	๑๐๐๐

* ยานบรตบห้ารกาย ๑๐๓ ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)

* ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล) ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)

* ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล) ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)

* ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล) ๑๕๐๐๐ มล (๑๕๐๐๐ มล)

(1) ข้อมูลทั่วไป

กิจการของ บริษัท บวรเวชสมุนไพโร จำกัด เป็นกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรค และส่งเสริมการผลิตสินค้าจากสมุนไพรพื้นบ้านของประเทศไทย เช่น ขมิ้นชัน, กระชายดำ, ขาว, ราก 5 ฤๅ เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่า เป็นการนำทรัพยากรธรรมชาติมา “ผลิตให้คุ้มค่าที่สุด” โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ จัดตั้งในปี พ.ศ. 2552 โดย นพ.บวร วรโกศาไพบุลย์ ซึ่งเป็นชาวพัทลุงภายใต้ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของสมุนไพรของไทย ว่าสามารถที่จะเป็นแพทย์ทางเลือก ที่จะสามารถใช้รักษาและบำบัดโรคร้ายต่าง ๆ ให้บรรเทาลงได้ โดยไม่มีผลกระทบเหมือนยาปฏิชีวนะทางวิทยาศาสตร์

เป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้านสมุนไพร ที่มีมาตรฐานรองรับ-มาตรฐาน GMP PICs โดยบางรายการใน
จำนวนโรงงานที่ได้รับมาตรฐาน GMP PICs ข้างต้น มีความสามารถผลิตยา 5 รากฤดู มีไม่ถึง 10 โรงงาน
เปิดตัวสินค้าครั้งแรก ที่งาน OTOP City ที่เมืองทอง ปี พ.ศ. 2553 ด้วยผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่รักษาโรคหลายอัน
ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทฯ มีรายได้เฉลี่ย 8 ล้านบาทต่อปี

(2) การดำเนินกิจการ

- (2.1) ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการผลิตแปรรูป
- (2.2) วัตถุดิบใช้วัสดุสมุนไพรธรรมชาติในท้องถิ่น (มีการนำเอาทุนปัญญาท้องถิ่นว่าด้วยการผลิตยาสมุนไพรท้องถิ่นจากวัดเขาอ้อมมาร่วมพัฒนาด้วย)
- (2.3) มีการจัดสร้างโรงงานและการจ้างงานในชุมชน รวมทั้งจัดซื้อวัสดุสมุนไพรจากชุมชน
- (2.4) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564
 - เพิ่มกำลังการผลิตขึ้น 25%
 - มีโรงงานจำนวน 4 โรงงาน แบ่งเป็น โรงงานยา, โรงงานเครื่องสำอาง, โรงงานอาหารเสริม และโรงงานเครื่องดื่ม แต่สามารถดำเนินการโรงงานยาได้เพียง 1 โรงงานเท่านั้น เนื่องจากขาดผู้ดูแล เกิดปัญหาผลิตสินค้าไม่ทัน
- (2.5) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565
 - เตรียมออกผลิตภัณฑ์ เช่น แชมพูป้องกันผมร่วงและอาหารเสริมโลหิตจาง
 - มีการเจรจานำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและสาธารณรัฐประชาชนจีน

- วางนโยบายให้ลูกชายและลูกสาว เข้ามาพัฒนาตลาดและดูแลโรงงาน

(3) ผลความสำเร็จ

- มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP)
- โรงงานมาตรฐาน GMP PICs-ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลว่าด้วยการผลิตยาที่มีรายการปฏิบัติมากกว่าเกณฑ์ของ Good Manufacturing Practices (มีโรงงานยาสมุนไพรมาตรฐาน GMP PICs จำนวน 53 แห่ง จากทั้งหมดประมาณ 800-1,200 แห่ง ในภาคใต้ 14 จังหวัด มีโรงงานบวรเวชสมุนไพรไทยเพียงแห่งเดียว)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของ Green Economy และการใช้วัสดุทางการเกษตรจากพื้นที่ชุมชน-ท้องถิ่น ที่อิงกับฐานทรัพยากรชีวภาพ (Bioeconomy)

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่ควรจะได้รับพิจารณาตัวแบบของธุรกิจที่เหมาะสม หรือมีกลยุทธ์ที่สอดคล้องต่อการรุกเข้าสู่พื้นที่ทางการตลาดของยา สุขภาพ และการจัดการสาธารณสุขกระแสใหม่ของสังคมในปัจจุบัน

3.6 บริษัท ไบโอบไรท์ (ประเทศไทย) จำกัด: กลุ่มธุรกิจเวชสำอาง



(1) ข้อมูลทั่วไป

เป็นธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร-ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากธรรมชาติ ทั้งทำความสะอาดร่างกายและอุปโภคภายในครัวเรือน เช่น สบู่อาบน้ำ, สบู่เหลวล้างมือ, ผลิตภัณฑ์ซักผ้า และผลิตภัณฑ์ล้างจาน (เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐในโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์)

ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทฯ มีรายได้เฉลี่ย 12 ล้านบาทต่อปี

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) การผลิตไม่มีของเสียหรือเป็นขยะ ตั้งแต่วัตถุดิบที่มาจากชุมชนมาแปรรูป หลังการแปรรูปเศษกากผลไม้เอาไปเป็นปุ๋ย ในระบบน้ำเอาไปรดต้นไม้ ไม่มีสารเคมี และภาชนะที่บรรจุผลิตภัณฑ์เป็นวัตถุดิบที่สามารถย่อยสลาย และนำกลับมาใช้ใหม่ได้

(2.2) วัตถุดิบจากชุมชน เช่น สับปะรด, มะนาว, มะกรูด, มะเขือเทศ และเกษตรอินทรีย์ ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ใช้แรงงานในชุมชน เป็นระบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องจักร พัฒนาต่อยอดจากวัตถุดิบในชุมชนที่ล้นตลาดเอามาแปรรูป

การผลิตยึดหลักการจัดการของเสียแบบ Zero Waste โดยนำเอาวัตถุดิบมาจากผลไม้และสมุนไพรในชุมชนและเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ไม่ใช้สารเคมี เพื่อยึดโยงกับเป็นวัตถุดิบมาจากธรรมชาติ และความสามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ไม่มีสารพิษตกค้าง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ระบบน้ำ และอากาศ

ใช้วัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลัก ยกเว้น มะกูดอินทรีย์จากจังหวัดสุพรรณบุรี, สับปะรดอินทรีย์จากจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย

(2.3) มีการจ้างงานคนในชุมชน

(2.4) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- ผลประกอบการปี พ.ศ. 2564 สัดส่วนลูกค้าเดิม 80% ลูกค้าใหม่ 20%
- สัดส่วนฐานลูกค้าเดิมที่เคยซื้อใช้แล้วกลับมาซื้อซ้ำ ติดตามจากการออกบูธขายสินค้า เช่น งานออกบูธสินค้าอแกนิก, งานสมุนไพรแห่งชาติ, โรงพยาบาลแปดริ้ว จังหวัดฉะเชิงเทรา, บริษัทปูนซีเมนต์ไทย และ OEM สินค้าเด็ก
- บริษัทฯ ยกระดับมาตรฐานเดิมจาก GMP Codex โดยผ่านการตรวจประเมิน GHP เรียบร้อยแล้ว
- วางแผนเจาะตลาดต่างประเทศ เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 จึงได้ชะลอออกไปก่อน และยังขาดทีมตลาดต่างประเทศ

(2.5) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ชนิด คือ สบู่และโลชั่น
- วางแผนนำผลิตภัณฑ์เข้าจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ 7-11
- อยู่ระหว่างการเจรจากับ Trader นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศ

(3) ผลความสำเร็จ

(3.1) ได้รับการรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขั้นต้นจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.), สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และมาตรฐานจากต่างประเทศ เช่น Codex GMP, Green Label Bioagricert

(3.2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายมาตรฐานฉลากเขียว (Green Label) มาตั้งแต่ พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน

(3.3) ได้รับการรับรองโรงงานสีเขียวระดับดีเยี่ยม (Gold Green) จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และได้รับรางวัลสมุนไพรแห่งชาติ 2 ปีซ้อน (ปี พ.ศ. 2562 และ 2563) จากกระทรวงสาธารณสุข

(3.4) ปี พ.ศ. 2564 ได้รับรางวัลธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมแห่งปี "Thailand Top SMEs Awards 2021"

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

- Bioeconomy เป็นธุรกิจที่ยึดโยงกับวัตถุดิบที่ผลิตระบบอินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐานการรับรอง
- Circular Economy การย่อยสลายได้ทางชีวภาพของของเสียจากระบบการผลิต และการดำเนินงานของระบบการจัดการแบบ Zero Waste

- Green Economy กระบวนการดำเนินงานที่ส่งต่อมาจากการ Bioeconomy และ Circular Economy ที่ส่งต่อมายัง Green Economy ที่ยืนยันได้จากการรับรองของมาตรฐาน Green Label ของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย Gold Green จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และรางวัลสมุนไพรวงศาจากกระทรวงสาธารณสุข

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับความนิยมและการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อกระแสสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน ความห่วงใยต่อสุขภาพ ฯลฯ ที่มีมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ. 2000 โดยจะเห็นได้จากประสบการณ์ของ Body Shop ที่เติบโตจากการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อการใช้วัสดุธรรมชาติ ให้ความสำคัญต่อการสร้างงานในชุมชน และการต่อต้านการทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้สัตว์ทดลอง-ทดสอบ หรือประสบการณ์จากการทบทวนยอดขายร่วมของ P&G ในช่วงปลายทศวรรษ 1990s และค้นพบว่าปัจจัยสำคัญมาจากการรุกขยายตัวของผลิตภัณฑ์ใหม่ของ SMEs และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากการยึดมั่นต่อแบรนด์แบบเดิม

3.7 บริษัท วิโนน่า คอสเมติกส์ จำกัด: กลุ่มธุรกิจเวชสำอาง



(1) ข้อมูลทั่วไป

ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอางเพื่อสุขภาพสตรี Feminine Care Products มีผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น เช่น สบู่ สเปรย์ ทิชชูเปียก 2) กลุ่มรักษาจุดซ่อนเร้นที่เป็นยา และ 3) กลุ่มเสริมสวยงาม เช่น เจลหล่อลื่น กำจัดขน เป็นกิจการที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่ทำจากหญ้ารีแพร์ และจุลินทรีย์มีชีวิตสายพันธุ์ไทย (Probiotics) ที่ทางบริษัทผลิตขึ้นในไทยเป็นสายพันธุ์แรก เป็น Probiotics Lactibasilus Paracasei Msmc 39-1 ถือได้ว่าเป็น Bio Economy ที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากคณะแพทยศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อมาทำอาหารเสริมแก้ปัญหาผู้หญิงในวัยช่องคลอดแห้งที่อาจส่งผลต่อปัญหาครอบครัว

นอกจากการริเริ่มธุรกิจนี้แล้ว บริษัทยังสร้างความร่วมมือร่วมมือกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและสุพรรณบุรี เพื่อไปให้ความรู้กับผู้หญิงในระดับชุมชน ที่มีปัญหาเชื้อราในช่องคลอด เพื่อให้ดูแลช่องคลอดอย่างถูกวิธี ใชยาที่ถูกต้อง และทราบถึงอาการต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ มีรายได้เติบโตอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ในระหว่าง 2 ปีหลังคือ พ.ศ. 2562-2563 มีรายได้เฉลี่ย 6 ล้านบาทต่อปี

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) เป็นธุรกิจที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี Probiotics คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และได้รับทุนจาก NIA ในการผลิต Probiotics Wet Wipe (ทิชชูเปียก Probiotics สำหรับเช็ดช่องคลอด)

(2.2) วัตถุดิบรับซื้อเหี่ยวรีแพร์จากชุมชนในพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี ประมาณ 5 แสนกิโลกรัม/ปี โดยประมาณ แล้วนำมาสกัดเอง เพื่อเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท โดยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน จากชุมชนทั้งในรูปแบบรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดนครนายก ในหลาย ๆ ตำบล เช่น ตำบลบ้านใหญ่, ตำบลหินตั้ง, ตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และจากชุมชนในพื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี

(2.3) เป็นธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจไปสู่การจ้างงาน 20 อัตรา ทั้งประจำสำนักงานและประจำภูมิภาค

(2.4) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2564

- มีการขยายช่องทางการจำหน่ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยนำไปวางที่ร้าน EVE AND BOY
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พร๊ไบโอติก ร่วมกับ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(2.5) การดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2565

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อาหารเสริมพร๊ไบโอติก สายพันธุ์ไทย, ทิชชูเปียก และเจลหล่อลื่น
- เเจาะตลาดไปยังคลินิก, โรงพยาบาล และร้านขายยา
- ไตรมาส 2 นำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปจำหน่ายที่ห้างเทสโก้ โลตัส

(3) ผลความสำเร็จ

- มาตรฐานอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข
- มาตรฐานเครื่องสำอางจาก Lab ต่าง ๆ เพื่อการส่งออก เช่น DSMC ILLA SGS DERMSCAN
- อนุสิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญาครอบคลุมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระชับช่องคลอด ที่ทำจากเหี่ยวรีแพร์ เป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวในประเทศไทย
- รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 เครื่องสำอางไทย โดยกระทรวงอุตสาหกรรม
- รางวัลสมุนไพรไทยพรีเมียม โดยกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก
- รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 ระดับประเทศของ SME ที่มีศักยภาพในการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี Probiotics คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการใช้วัตถุดิบจากพืชโดยตรง

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

- เป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการจัดการความรู้ใหม่/ที่ก้าวหน้า ไปสู่ผู้บริโภคเป้าหมาย ที่เป็นคนในภาคชนบท ซึ่งเป็นฐานลูกค้าขนาดใหญ่ของระบบสุขภาพ-สาธารณสุข-ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพแบบเวชสำอาง
- การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนของรัฐ และองค์กรสนับสนุนอื่น ๆ เพื่อสร้าง Business Model ที่เหมาะสมสำหรับการสร้างฐานการตลาดสุขภาพ/กึ่งความงาม/กึ่งสาธารณสุข

3.8 บริษัท สุราษฎร์อินเตอร์ทัวร์ จำกัด (แพ 500 ไร่): กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว-ที่พัก



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท สุราษฎร์อินเตอร์ทัวร์ จำกัด เป็นเจ้าของกิจการ “แพ 500 ไร่” รีสอร์ทที่เข้ามาปฎิวัติวงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขื่อนเชี่ยวหลาน โดยเน้นไปยังการเป็นแหล่งพื้นที่ธรรมชาติสำหรับการพักผ่อน เจริญสงบ และอยู่ร่วมใกล้ชิดธรรมชาติ ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต

(2) การดำเนินกิจการ

(2.1) กระบวนการผลิต

รีสอร์ท “แพ 500 ไร่” ขยายทั้งหมด 11 หลัง จำนวน 18 ห้อง รองรับลูกค้าได้ประมาณ 100 คน ลูกค้าหลักกว่าร้อยละ 90 คือชาวไทย ประเภทครอบครัว คนรักธรรมชาติ คู่รัก และกลุ่มเพื่อน ส่วนอีกร้อยละ 10 เป็นชาวต่างชาติ “แพ 500 ไร่” ได้สร้างความตื่นตัวให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อตลาดบน จุดธุรกิจแพท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ในท้องที่ได้รับประโยชน์ตามไปด้วย

(2.2) วัตถุดิบ

ผลผลิตต่าง ๆ ที่ใช้ในรีสอร์ทรับซื้อจากชุมชน เป็นการกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นด้วยการให้บริการที่พักระดับแนวหน้าแล้ว และทำงานร่วมกับชาวบ้านรอบเขื่อนเชี่ยวหลาน ไปจนถึงวัตถุดิบอาหารก็ส่งตรงจากชาวประมงและชาวสวนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อช่วยกันส่งเสริมธุรกิจระดับชุมชนไปพร้อม ๆ กัน

(2.3) การจ้างงาน/การสร้างงาน พนักงานกว่า 80% เป็นคนท้องถิ่น

(2.4) ผลประกอบการ ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทฯ มีรายได้ประมาณ 50 ล้านบาทต่อปี

(3) ผลความสำเร็จ

มีการออกแบบที่พักและบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีระบบการจัดการน้ำเสียและขยะที่ได้มาตรฐาน มีการรับรองและตรวจสอบสม่ำเสมอ จนได้รางวัลการันตีชนะเลิศในเรื่องอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- รางวัลจากโครงการ Thailand Boutique Award สาขา อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ประจำปี 2014-2015)

- Hotel with Best Location by Lonely Planet (2016)

- รางวัลจากโครงการ Thailand Boutique Award (2016-2017)

- รางวัลการให้บริการยอดเยี่ยมประจำปี 2016

- THAILAND TOP SME AWARD: Social Enterprise of the Year (2017)

- Award of Best Promote & Support National Park Work for Sustainability รางวัลส่งเสริมและพัฒนาอุทยานแห่งชาติสู่ความยั่งยืน (2018)

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

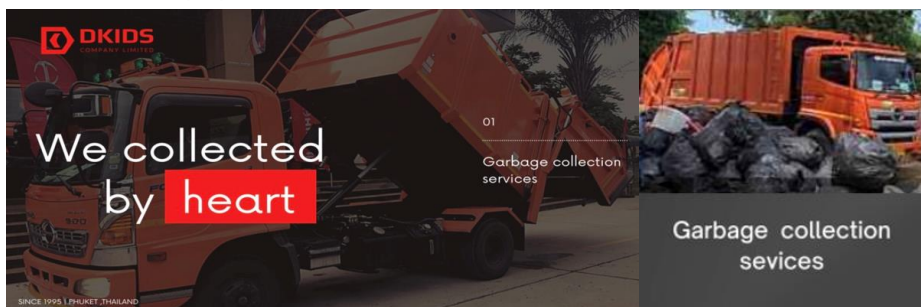
(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่ตั้งอยู่บนหลักของกิจการแบบ Green Economy แล้วขยายความเกี่ยวข้องไปยังอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกัน ทั้งมิติของการรักษาสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพราะเป็นกิจการที่ขายความเป็นธรรมชาติ เป็นผลิตภัณฑ์-แบรนด์

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

ธุรกิจยังมีความสอดคล้องกับการห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็น Main Stream ของระบบเศรษฐกิจและสังคมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส Covid-19 รวมทั้งกรณีของแพรร้อยไร่ สามารถเป็นหัวลากใหญ่ของเศรษฐกิจชุมชนของจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้อีกมิติหนึ่งด้วย

3.9 บริษัท ดีคิดส์ จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการของเสีย



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ดีคิดส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการรับเก็บขยะและนำมาคัดแยกเพื่อส่งจำหน่ายรีไซเคิล ซึ่งจะมีทั้งขยะสด และขยะย่อยสลายยาก โดยได้รับสัมปทานในการเก็บขยะจากเทศบาลเมืองปาดอง จังหวัดภูเก็ต

(2) การดำเนินการ

(2.1) การประกอบธุรกิจ

- Garbage Collection Services บริการรถเก็บขนขยะกว่า 30 คัน โดยมีรถหลากหลายขนาดให้บริการเพื่อความเหมาะสมในการจัดเก็บแต่ละพื้นที่ ปัจจุบันมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต 9 องค์กรใช้บริการ

- Cleaning/Recycling มีบริการกวาดแล้วล้างถนนหลังจากการจัดเก็บขนขยะ เพื่อความสะอาดเรียบร้อย

- Incinerator มีบริการออกแบบและวางระบบเตาเผาขยะไร้มลพิษ เทคโนโลยีใหม่ที่มีตั้งแต่ขนาดเตาเผาขยะชุมชน 2-100 ตันต่อวัน โดยมีวิศวกรและช่างเทคนิคดูแลตลอดการบริการ

(2.2) กระบวนการผลิต

ระบบการจัดเก็บขยะมีการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มรีไซเคิลขยะมาใช้ ได้แก่ (1) ถังขยะอัจฉริยะติดตั้งระบบเซ็นเซอร์ เพื่อตรวจสอบการวัดปริมาณขยะและสิ่งแวดล้อมทั้งอุณหภูมิและความชื้น (2) แอปพลิเคชันมือถือ “Patong Report” ช่องทางการร้องเรียนใหม่ที่เปิดโอกาสให้ “ประชาชน” ทุกคนสามารถแจ้งจุดขยะและให้เจ้าหน้าที่เข้ามาเก็บขยะได้ทันที (3) รถเก็บขยะอัจฉริยะติดตั้ง GNSS หรือ GPS ความละเอียดสูงสามารถเช็คตรวจสอบตำแหน่งพฤติกรรมรถขับ การทำงานและการบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (4) ระบบบริหารจัดการขยะ (Dashboard) ซึ่งเป็น Web Application เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการขยะ บริหารเส้นทางการจัดเก็บขยะ ตั้งแต่การรวบรวม นำเสนอข้อมูลปริมาณขยะทั้งจากเซ็นเซอร์ และ PRMA การบริการขยะ

นอกจากนี้มีการนำขยะสดมาผลิตเป็นปุ๋ยหมักเพื่อจัดจำหน่าย และจัดทำ “โครงการผักปลอดสารพิษ” โดยมีการเช่าพื้นที่กว่า 11 ไร่ ปลุกผักปลอดสารพิษนานาชนิดขึ้นมา เช่น ผักคะน้า ใบกระเพรา กระหล่ำปลี กวางตุ้ง ผักบุ้ง มะเขือเทศ มะระ โหระพา แตงกวา บวบ ถั่วพู ใบแมงลัก เสาวรส พริกขี้หนู และผักสลัด ออร์แกนิก เป็นต้น ภายใต้การดูแลของประชาชนทั้งหมด โดยให้ประชาชนสามารถนำขวดพลาสติกมาแลกเป็นผักเพื่อนำกลับไปรับประทานที่บ้านได้ ซึ่งเป็นการปลูกฝังให้ประชาชนแยกขยะและเห็นคุณค่าของขยะรีไซเคิลมากขึ้น

(2.3) วัตถุดิบ

วัตถุดิบจะเป็นของเสียจากชุมชนที่มาจากการบริการรับเก็บขยะ โดยจะนำขยะย่อยสลายยาก เช่น กระป๋อง ขวดพลาสติก กระดาษ มาคัดแยกและส่งจำหน่ายรีไซเคิล ส่วนขยะสดที่เก็บได้จะนำไปทำเป็นปุ๋ยหมักเพื่อจัดจำหน่าย และไว้สำหรับปลูกผักปลอดสารพิษ เพื่อให้ประชาชนสามารถนำขยะมาแลกผักไปรับประทานได้

(2.4) การจ้างงาน/การสร้างงาน

มีการจ้างแรงงานในชุมชนเพื่อเก็บขยะ และการจัดทำโครงการผักปลอดสารพิษ โดยให้คนในชุมชนเข้ามาช่วยดูแลและบริหารจัดการกันเอง การสามารถนำขยะรีไซเคิลมาแลกผักต่าง ๆ ตามที่ต้องการ และนำกลับไปรับประทานที่บ้านโดยไม่ต้องนำเงินไปซื้อ ได้ช่วยสร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่โดยทางอ้อม

(3) ผลประกอบการ ในระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 บริษัทรายได้เฉลี่ย 65 ล้านบาทต่อปี

(4) ผลความสำเร็จ ผู้ประกอบการได้รับรางวัล “สตรีผู้นำธุรกิจอนุรักษ์โลกตัวอย่าง ประจำปี พ.ศ. 2561”

(5) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(5.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจที่เป็นไปตามคุณลักษณะของ Circular Economy จากการคัดแยกขยะเพื่อนำไปรีไซเคิล หรือนำไปเป็นวัตถุดิบอื่น ๆ ต่อ ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ นอกจากนั้น มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการการจัดเก็บขยะ ทำให้การจัดเก็บขยะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนมีแรงจูงใจให้ประชาชนรู้จักการคัดแยกขยะ ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเกิดเป็น Green Economy

(5.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

เป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต เนื่องจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการจัดเก็บขยะ ตลอดจนสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับขยะ นอกจากนั้นทางบริษัทได้มีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น คือ ผลิตและจำหน่ายเตาเผาขยะ เพื่อประโยชน์ในการกำจัดขยะในชุมชนเพิ่มขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ หน่วยงานบริหารราชการท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดใกล้เคียงขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด

3.10 บริษัท วงษ์พานิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด: กลุ่มธุรกิจการจัดการของเสีย



(1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท วงษ์พานิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจค้ารีไซเคิลมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยเริ่มกิจการนี้จากพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก แล้วขยายไปยังจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจุบัน ขยายกิจกรรมรวมการศึกษาดูงานด้านการจัดการขยะแบบครบวงจร (ขยะรีไซเคิล, ขยะแห้งเชื้อเพลิงทดแทน, ขยะเปียก, ขยะชีวภาพ, ขยะอุตสาหกรรม, ขยะโรงพยาบาล และขยะสำนักงาน) รวมทั้งการเรียนรู้

การรีไซเคิลเชิงธุรกิจ (มีผู้ผ่านการอบรมจำนวนกว่า 10,588 คน) โดยเปิดอบรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 อบรมปีละ 4 รุ่น

(2) การดำเนินงาน

(2.1) กระบวนการผลิต

เป็นโรงงานรีไซเคิลครบวงจรที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาคเอเชีย มีสาขา 1,600 กว่าสาขาทั่วประเทศไทย, 3 สาขาในประเทศลาว, 2 สาขาในมาเลเซีย, 2 สาขาในญี่ปุ่น และ 2 สาขาในประเทศสหรัฐอเมริกา จัดการประมูลรับซื้อรับจ้างขนขยะที่ไม่เป็นอันตรายออกจากโรงงานอุตสาหกรรมกากของเสีย วัสดุเหลือใช้ เพื่อการคัดแยกรีไซเคิลหรือฝังกลบสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 หรือของเสียจากโรงงานเป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม การรีไซเคิล เก็บรวบรวมขยะ, คัดแยกขยะ, แปรรูปขยะ, วัตถุดิบแร่พื้นฐานคุณภาพสูง คัดแยกสิ่งปฏิกูล หรือ วัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ตามท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2541) บดย่อยพลาสติกเก่า, อัดกระดาช เป็นก้อน, ตัดเศษโลหะ และดัดแปลง ซ่อม ประกอบ ปรับปรุง เปลี่ยนสภาพ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านการใช้งานแล้วหรือเสื่อมสภาพเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่, นำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้แล้วมาผลิตเป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ใหม่

(2.2) วัตถุดิบ ขยะและของเหลือใช้จากครัวเรือน, โรงงานอุตสาหกรรม, หน่วยงานต่าง ๆ

(2.3) การจ้างงาน/การสร้างงาน มีการจ้างงานโดยเป็นคนในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก จำนวนร้อยละ 90 ของพนักงานทั้งหมด

(2.4) ผลประกอบการ บริษัทฯ มีรายได้แบบเติบโตอย่างก้าวกระโดด จาก 50.5 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2561 เป็น 377 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2564

(3) ผลความสำเร็จ

- มาตรฐาน ISO 14001
- พ.ศ. 2544 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ปี ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม
- พ.ศ. 2544 ได้รับรางวัล YonokNorthern Management Awards (YNMA) ประเภทธุรกิจการค้า ขนาดย่อม ด้านนวัตกรรมดีเด่น องค์การการค้าโลก (WTO)
- พ.ศ. 2544 ได้รับโรงงานมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 จาก SGS United Kingdom Ltd. Yarsleys International Certification Services
- พ.ศ. 2546 ได้รับรางวัล PCD AWARD จากกรมควบคุมมลพิษ ด้านการจัดการขยะชุมชน
- พ.ศ. 2546 ได้รับโล่ TBCSD AWARD 2003 ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมชุมชน
- พ.ศ. 2547 ได้รับรางวัล Worldaware Business Awards 2004 จาก P&O Nedlloyd Award for Infrastructure ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ปี 2547 ณ The Royal Society, London ประเทศอังกฤษ
- พ.ศ. 2558 เป็นหน่วยงานดีเด่นของชาติ สาขาพัฒนาสังคม

- Top Ten Finalist Awards, National Innovation Awards 2005 ประเภทรายงานนวัตกรรมด้านสังคมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(4) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสู่ BCG

(4.1) ความสอดคล้องกับ BCG

เป็นธุรกิจการจัดการนำของเสียกลับมาใช้งานใหม่ ตามลักษณะของ Circular Economy และ Green Economy อันเป็นการสนับสนุนการลดการใช้ทรัพยากรใหม่

(4.2) ความเป็นไปได้/โอกาสทางการตลาด

- เป็นธุรกิจที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และดำเนินงานมานานแล้ว Brand ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและสากล

- เป็นธุรกิจที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ (การบริหารจัดการ) ที่ขยายตัวไปจากการรับวัตถุดิบจากโรงงานและร้านรับซื้อของเขา ด้วยการจัดการแบบรีไซเคิลไปได้ในหลายรูปแบบทั้งที่การเชื่อมโยงกับกลุ่มองค์กรชุมชนเทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานที่ราชการ ฯลฯ หรือการการสร้างแบรนด์ใหม่จากการใช้ประโยชน์จากของเก่าให้นำมากลับสู่การใช้ใหม่

บทที่ 4

ผลการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

4.1 ผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลง

กรณีศึกษาของธุรกิจ SMEs ที่มีการดำเนินงานธุรกิจที่เข้าข่าย BCG Model จำนวน 10 บริษัท ตามที่ได้รายงานไว้ในบทที่ 3 ข้างต้น สามารถจัดกลุ่มธุรกิจได้ 5 กลุ่มด้วยกัน คือ (1) กลุ่มอาหารและโภชนาการ (2) กลุ่มธุรกิจยา สาธารณสุข และเวชสำอาง (3) ธุรกิจอุปโภคบริโภค (4) กลุ่มท่องเที่ยวและที่พัก (5) กลุ่มธุรกิจรีไซเคิล และล้วนแต่เป็นกิจการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคม โดยมีข้อสรุปตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของ SMEs-BCG

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	บริษัท	การสร้างผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลง	
			สร้างรายได้ ธุรกิจ ลบ./ปี	เศรษฐกิจและสังคม
1	อาหารและ โภชนาการ	แกรนด์ ออแกนิก	0.7	การแปรรูปผักอินทรีย์ไปเป็นอาหารทานเล่น เป็นทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และเชื่อมโยงกับการผลิต การจัดหาวัตถุดิบของชุมชน อันเป็นการเชื่อมโยงห่วงโซ่ธุรกิจเข้ากับการสร้างรายได้ของชุมชน ขณะเดียวกัน ก็มีโครงการที่อยู่ในระหว่างปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การสร้างช่องทางตลาดแบบโมเดิร์นเทรด และการสร้างแบรนด์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2	อาหารและ โภชนาการ	ด.เด็กกินผัก	14	การนำเอาผักที่ตกเกณฑ์มาตรฐาน บางประการในการนำส่งโรงงานอุตสาหกรรม มาใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็น “ผงปรุงรส” ด้านหนึ่ง เป็นการลดขยะของเสียที่เป็นภาระการจัดการองค์กรปกครองท้องถิ่น ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ตลาด และธุรกิจขึ้นใหม่

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	บริษัท	การสร้างผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลง	
			สร้างรายได้ ธุรกิจ ลบ./ปี	เศรษฐกิจและสังคม
3	อาหารและ โภชนาการ	มูนวิสเปอร์ฟาร์ม	10	เป็นกิจการที่นำเอาวัตถุดิบที่จัดหาได้ใน ชุมชน คือ มะพร้าวที่มีความเป็นอินทรีย์ ธรรมชาติ มาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชนิด ต่าง ๆ จึงเท่ากับเป็นกิจการที่สร้างห่วงโซ่ ความสัมพันธ์การผลิตกับชุมชน
4	อาหารและ โภชนาการ	สวนทิวทรัพย์ ฟู้ด	9	เป็นกิจการที่นำเอาวัตถุดิบที่จัดหาได้ใน ชุมชน คือ ทุเรียน, มังคุด, มะม่วง, สับปะรด และเงาะ มาแปรรูปแบบอบแห้ง ฯลฯ จึงเท่ากับเป็นกิจการที่มีความสำคัญ ที่เชื่อมต่อกับชุมชน และเป็นโซ่ความสัมพันธ์ ทางธุรกิจที่แน่นแฟ้นกับชุมชน
5	ธุรกิจยา สาธารณสุข และเวช สำอาง	บวรเวชสมุนไพรม	8	เป็นกิจการที่นำเอาสมุนไพรที่จัดหาจากการ ซื้อจากเครือข่ายผู้ปลูกในชุมชน ถือได้ว่า เป็นกิจการที่สร้างห่วงโซ่ความสัมพันธ์ การผลิตกับชุมชน
6	ธุรกิจยา สาธารณสุข และเวช สำอาง	ไบโอไบรท์ (ประเทศไทย)	12	เป็นกิจการที่นำเอาวัตถุดิบ-สมุนไพรที่จัดหา จากการซื้อจากเครือข่ายผู้ปลูกในชุมชน ถือได้ว่า เป็นกิจการที่สร้างห่วงโซ่ ความสัมพันธ์การผลิตกับชุมชน
7	อุปโภค บริโภค	วิโนน่า คอสเมติกส์	6	เป็นกิจการที่นำเอาหญ้ารีแพร์ ซึ่งเป็นหญ้า ที่ส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกขึ้นใหม่ในพื้นที่ ชุมชน (เครือข่ายผู้ปลูก) ถือได้ว่า เป็นกิจการ ที่สร้างสรรค์ห่วงโซ่ความสัมพันธ์การผลิตกับ ชุมชน-เป็นแขนงธุรกิจที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่
8	ท่องเที่ยว	สุราษฎร์อินเตอร์ ทัวร์ (แพ 500 ไร่)	50	เป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการสร้างรายได้ให้กับ ธุรกิจรายย่อยที่เกิดขึ้นตามโซ่อุปทานของ ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นสายการบิน รถเช่า เรือจ้าง นำเที่ยว รวมทั้งการขยายกิจการที่พัก

ลำดับ	กลุ่มธุรกิจ	บริษัท	การสร้างผลลัพธ์ต่อการเปลี่ยนแปลง	
			สร้างรายได้ ธุรกิจ ลบ./ปี	เศรษฐกิจและสังคม
				ร้านอาหาร ของผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้ เป็นเครือข่ายพัฒนาพื้นที่
9	รีไซเคิล	ดีคิตส์	65	เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับการจัดการ ของเสียของเมือง (เทศบาลเมืองปาดอง) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดภูเก็ต ในขณะเดียวกัน ก็แปรเปลี่ยนจากขยะที่มี ส่วนประกอบของขยะสด ไปทำปุ๋ยอินทรีย์ ที่ใช้งานในสวนผัก ซึ่งเป็นกิจการบนพื้นที่เช่า ของบริษัทฯ การต่อยอดการใช้ประโยชน์จาก วัตถุดิบไปใช้เพื่อการต่างๆ
10	รีไซเคิล	วงษ์พาณิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล	377	เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับการจัดการ ของเสียของเมือง การนำเอาประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญจากการแยกขยะ ไปบริหาร ขยะอุตสาหกรรม การบดย่อย การอัดเป็น ก้อน และการนำเอาส่วนประกอบ อิเล็กทรอนิกส์กลับมาใช้งานใหม่

4.2 การเชื่อมโยงกับการจัดการผลิตภาพ (Productivity)

ในที่นี้ ผลิตภาพ (Productivity) หมายถึง การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ผลผลิตมีปริมาณและ/หรือมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น วัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี กระบวนการผลิต และบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการผลิตและการเพิ่มผลผลิต อันเป็นการพิจารณาไปตามความสามารถของปัจจัยที่นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพทั้งแรงงาน หรือทุน

ตามกรอบนิยามนี้ จะเห็นได้ว่า SMEs ที่มีการดำเนินกิจการที่เข้าข่าย BCG Model ข้างต้น มีหลายกิจการที่ดำเนินงานไปพร้อม ๆ กับการจัดการด้านผลิตภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่บ่งชี้ได้ถึงความยั่งยืนของธุรกิจ เช่น ด.เต็กกิ้นผัก (การนำเอาผักที่ตกเกณฑ์มาตรฐานบางประการในการนำส่งโรงงานอุตสาหกรรม มาใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นผงปรุงรส) สวนทวีทรัพย์ฟู้ด (การแปรรูปอบแห้ง) รวมทั้งกรณีการจัดการขยะรีไซเคิลของดีคิตส์ และวงษ์พาณิชย์

4.3 การสร้างเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาของท้องถิ่น

SMEs จำนวน 10 ราย ที่ศึกษาข้างต้น นอกจากจะเป็นธุรกิจแบบสร้าง Value-Added or Value-Based Economy แล้ว ทุกกรณีล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ/จัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ชุมชน หรือ ละครวใกล้เคียงกับที่ตั้งโรงงาน บางกรณีเป็นพื้นที่ที่บริษัทส่งเสริมให้มีการเพาะปลูก ขึ้นใหม่ในชุมชนแห่งใดแห่งหนึ่งเป็นกรณีเฉพาะ เช่น วิโนนา คอสเมติกส์ อันเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจกับการสร้างรายได้ของชุมชน หรือ เกษตรกร ซึ่งเป็นการขายวัตถุดิบ การจ้างงาน และการจัดจ้างบริการอื่น ๆ รวมทั้งเป็นการสร้างกระแสการไหลเวียนทางเศรษฐกิจไปอีกทางหนึ่งด้วย นั่นหมายความว่า หากบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นย่อมจะส่งผลต่อไปยังการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ และสร้างรายได้ขึ้นในชุมชนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ยิ่งไปกว่านั้น การดำเนินงานของบางบริษัทยังสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ เช่น ระบบอบแห้งของบริษัท สวนทวีทรัพย์ฟู๊ด จำกัด ที่ช่วยขยายอายุผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานมากขึ้น และได้ราคาดีกว่าเดิม ก็เป็นการแก้ปัญหการตลาดของบริษัทและปัญหาการรับมือต่อความผันผวนของราคาตลาดผลไม้ของเกษตรกรในพื้นที่ไปพร้อมกันด้วย กรณีของบริษัท สุราษฎร์อินเตอร์ทัวร์ จำกัด ที่สร้างตลาดท่องเที่ยวขึ้นเป็น New Supply Chain ของธุรกิจท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและร่วมพัฒนาคุณภาพของบริการที่พัก เรือ และรถรับจ้าง รวมทั้งร้านอาหารในพื้นที่ ก็ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างของการสร้างสรรค์ธุรกิจขึ้นใหม่เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจของพื้นที่ อนึ่ง กิจกรรมแบบ SMEs-BCG Model ที่มีส่วนร่วมต่อการรองรับการแก้ปัญหาความเดือดร้อนชุมชน ยังจะเห็นได้จากบทบาทของการจัดการขยะของ บริษัท ดีคิดส์ จำกัด และ บริษัท วงษ์พาณิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ดังนั้น จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า กิจกรรมแบบ SMEs-BCG Model ได้มีส่วนต่อการสร้างสรรค์ธุรกิจขึ้นทั้งแบบต่อยอดความสามารถของการใช้ประโยชน์เชิงคุณค่าของวัตถุดิบจากพื้นที่ชุมชน และแบบสร้างสรรค์ขึ้นเป็นแขนงธุรกิจใหม่ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และร่วมตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (รวมทั้งมีส่วนร่วมแก้ปัญหาสังคมไปพร้อมกัน)