

โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชนให้ได้รับความเชื่อถือและยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค ช่วยให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนจนเกิดความเข้มแข็งในชุมชนและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลที่เกิดจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 388 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA โดยวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis และการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาแล้ว 2 ปีขึ้นไปและผลิตภัณฑ์หลักได้รับดาวระดับ 1-3 ดาว

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เอง ใช้ที่ทำการของธุรกิจเป็นสถานที่ผลิต มีขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตประมาณ 50-100 ตารางเมตร ธุรกิจไม่เคยได้รับการรับรองมาตรฐานอื่น ๆ มาก่อนเลย ส่วนใหญ่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ที่ที่ทำการของธุรกิจ ตลาดเป้าหมายหลักคือตลาดในพื้นที่ใกล้เคียง โดยแสดงตราสัญลักษณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ที่สถานที่จำหน่าย ธุรกิจไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เลยในการเตรียมตัวเพื่อยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หลังจากได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาแล้วธุรกิจมีสมาชิกเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 5 คน ธุรกิจได้รับความช่วยเหลือจากกรมพัฒนาชุมชน สัตว์ส่วนของเครื่องจักรและแรงงานคนที่ใช้ในการผลิต คือ เครื่องจักร 20: แรงงานคน 80 และผลการดำเนินงานในปัจจุบัน ธุรกิจมีรายได้มากกว่ารายจ่าย (กำไร)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับผลที่เกิดจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เมื่อเทียบกับก่อนได้รับ พบว่า โดยภาพรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับผลเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ได้รับผลเพิ่มขึ้นเล็กน้อยทุกด้าน

ผลการเปรียบเทียบผลที่เกิดจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกัน 3 ข้อ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาแล้ว พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 ข้อ และผลการเปรียบเทียบ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านระดับดาวที่ได้รับของผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกัน 4 ข้อ

ความต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐช่วยส่งเสริมด้านการตลาด หรือหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ ต้องการให้รัฐช่วยด้านเงินทุนหมุนเวียน หรือเงินกู้ระยะยาวดอกเบี้ยต่ำ ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ต้องการให้มีการจัดงานแสดงสินค้าให้มากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค ต้องการให้มีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

Community Product Standard Project was originated, aiming to promote and support community products so as to be acceptable among consumers. In addition, it helped to create jobs and income for people, to strengthen communities, and to enhance sustainable development. The purpose of this study was to investigate the operation conditions of community product business and benefits gained after being certified with Community Product Standard (CPS). The informants of this study were 388 entrepreneurs of community product business. Questionnaires and interview were used to collect the data. Percentage, arithmetic mean, standard deviation, ANOVA, scheffe, and content analysis were employed to analyze the data via SPSS software. The statistical significance of the study was set at .05.

It was found that most community product business produced utensils, decoration products, and souvenirs. Most establishments had been certified with the CPS for 2 years upward. Their major products were awarded 1–3 stars.

The investigation on the operation conditions of the business revealed that most products were self-produced and self-sold. The production and the business operation were made in the same place. The production area was about 50–100 square meters. Their business had never been awarded with any other standard before. The products were sold in their establishments. Their target markets were in the nearby areas. The sign of the CPS was displayed at the sale spot. No expense was needed for CPS application. After being certified with CPS, the number of members was increased less than 5. Their business was supported by the Department of Community Development. The ratio of machines and manpower used was 20: 80. Currently, the business earned more than spent.

The study also showed, as a whole and by-aspect, that the business benefited from the CPS slightly.

In the study, the benefits gained from the CPS by establishments with different background were compared. No differences were found as a whole among establishments with different major products, length of time after being certified, and number of stars awarded. However the detail investigation revealed different gains in 3, 1 and 4 matters respectively among establishments with those three different backgrounds.

As for the need for promotion and support from related agents, it was found that most establishments wanted the government sector to help with marketing matter. They wanted the government to find markets for them, to help them with circulating fun or long-term and low interest rate loan, to seriously and continuously promote and support them, and to organize more exhibitions both in Bangkok and in regions. In addition, the Community Product Standard should be made widely known to consumers.