

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการนำเสนอผลการศึกษา “การพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน” จะนำเสนอในรูปแบบการเปรียบเทียบศักยภาพและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอ กลุ่มแปรรูปผ้าทอ กลุ่มอาหาร และกลุ่มของใช้ของตกแต่ง ที่มีศักยภาพในระดับดีกับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนา เพื่อสร้างแนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน (Community Business Development Model : CD-Model) โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมีลำดับการนำเสนอ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
3. พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน
4. การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนของภาครัฐ
5. สังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน
6. แนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน (Community Business Development Model : CD-Model)

มีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

การวิเคราะห์ศักยภาพห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มธุรกิจชุมชน กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสายของห่วงโซ่อุปทานถือว่าเป็นค่าใช้จ่าย หากมีการบริหารและจัดการให้กิจกรรมเหล่านี้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ย่อมจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำลงด้วย นั่นหมายถึงต้นทุนในการผลิตก็จะลดลงด้วย โดยจะทำการศึกษาดังนี้

1. กระบวนการจัดหา (Procurement) โดยศึกษาถึงกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ ส่วนประกอบ (Raw Material/ component suppliers) จัดหาจากแหล่งใด รูปแบบต้นทุนการจัดหา
2. กระบวนการขนส่ง (Transportation) โดยศึกษาถึงกระบวนการขนส่งวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต กระบวนการขนส่งภายในกระบวนการผลิต และกระบวนการขนส่งจากแหล่งผลิตถึงผู้ค้าหรือผู้บริโภค

3. กระบวนการจัดเก็บ (Warehousing) โดยศึกษาถึงกระบวนการจัดเก็บและนำไปใช้วัตถุดิบและปัจจัยการผลิต และกระบวนการจัดเก็บสินค้าก่อนส่งต่อให้ผู้ค้าหรือผู้บริโภค
4. กระบวนการกระจายสินค้า (Distribution) โดยศึกษาถึงกระบวนการกระจายสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้ค้าหรือผู้บริโภค

การศึกษานี้จึงทำการวิเคราะห์ศักยภาพของห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ศักยภาพ ดังนี้

(1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ

พบว่า

(ก) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอเป็นระดับดั้งเดิมและภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) เป็นกลุ่มที่มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) โดยขึ้นทะเบียนกับอุตสาหกรรมจังหวัด (ร้อยละ 37.50) รองลงมา คือ สำนักงานพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 31.25) และกระทรวงพาณิชย์ (ร้อยละ 18.75) ตามลำดับ รางวัลที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับประเทศ (ร้อยละ 50.00) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 40.00) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 50.00) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 60.00) และมีจำนวนสมาชิกลงหุ้นระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 60.00) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม (ร้อยละ 80.00) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 1-7 คน (ร้อยละ 75.00) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 87.50) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 87.50) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 58.33) การทำงานของคณะกรรมการกลุ่ม ส่วนใหญ่คณะกรรมการกลุ่มจะทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 75.00) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากประธานหรือผู้นำมีความสามารถ คล่องตัวสามารถทำงานในหน้าที่อื่นๆ ได้ (ร้อยละ 25.00) โดยในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 80.00)

ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 60.00) โดยมีลวดลายของผ้าทอสวยงามแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ลายผ้าทอทันสมัย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 30.00) โดยผ้าทอมีคุณภาพดี เนื้อผ้าแน่น สีผ้าทอไม่ตกเพราะทอจากผ้าฝ้ายล้วนไม่ย้อมสี และมีลักษณะเด่นทางด้านมาตรฐานการผลิตที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ 10.00) โดยเฉพาะผ้าทอลายน้ำไหล ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านราคา (ร้อยละ 30.00) โดยราคาผ้าทอ มีราคาสูงขึ้นจากปีที่แล้ว เนื่องจากต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสูงขึ้น รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านกระบวนการผลิต (ร้อยละ 20.00) โดยใช้เวลาในการทอานาน และขั้นตอนการขึ้นฝ้าย จะมีเมล็ดฝ้ายติดอยู่ ทำให้เป็นจุดด้อยของผ้าฝ้าย ลักษณะด้อยทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 10.00) โดยการย้อมสียังต้องพัฒนา ลักษณะด้อยทางด้านความคงทน (ร้อยละ 10.00) โดยสีไม่มีความคงทน ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 10.00) โดยบรรจุภัณฑ์ไม่มีมิติและไม่สวยงาม ลักษณะด้อยทางด้านการบริหารงาน (ร้อยละ 10.00) โดยด้านบทบาทของคณะกรรมการไม่ชัดเจน และลักษณะด้อยทางด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 10.00) โดยวัตถุดิบที่มีอยู่ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอเป็นระดับประยุกต์ (ร้อยละ 70.00) เป็นกลุ่มที่มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) โดยขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 50.00) รองลงมา คือ อุตสาหกรรมจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร และกระทรวงพาณิชย์ (ร้อยละ 12.50 เท่ากัน) และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผลิตภัณฑ์ชุมชน (ร้อยละ 6.25 เท่ากัน) ตามลำดับ รางวัลได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับจังหวัดและระดับอำเภอ (ร้อยละ 20.00 เท่ากัน) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 50.00) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 50.00) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 80.00) และมีจำนวนสมาชิกลงทุนระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 80.00) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 1-7 คน (ร้อยละ 77.78) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 100.00) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 77.78) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 88.89) การทำงานของคณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่คณะกรรมการกลุ่มจะทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 77.78) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากประธานหรือผู้นำมีความสามารถ คล่องตัว สามารถทำงานในหน้าที่อื่นๆได้ และแต่งตั้งหน้าที่เพียงในนาม เพื่อให้สามารถจดทะเบียน และได้รับความช่วยเหลือ ตามระเบียบการจดทะเบียนกลุ่มของหน่วยงานภาครัฐ (ร้อยละ 11.11 เท่ากัน)) โดยในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการและไม่มีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

ลักษณะเด่นของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 80.00) โดยรูปแบบและลวดลายมีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น มีความงามของเนื้อผ้า รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 10.00) โดยมีคุณภาพของเนื้อผ้าทอ และลักษณะเด่นทางด้าน

ความประณีต (ร้อยละ 10.00) โดยผ้าทอมีความประณีต โดยเฉพาะการทำผ้าไหมลายยกดอกตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 20.00) โดยทางกลุ่มไม่มีวัตถุดิบ ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างจังหวัดต้องสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ลักษณะด้อยทางด้านกระบวนการผลิต (ร้อยละ 20.00) โดยใช้ระยะเวลาในการทำงาน คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยทำ หรือทำไม่เป็นผลิตไม่ทันตามความต้องการของลูกค้า รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 10.00) โดยต้องเพิ่มมาตรฐาน คุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ ลักษณะด้อยทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 10.00) โดยแรงงานบางคนยังผลิตไม่ได้มาตรฐาน ลักษณะด้อยทางด้านความคงทน (ร้อยละ 10.00) โดยต้องเก็บรักษาให้ดี เพราะผ้าบางชิ้นเย็บมือ หากนำไปซักเครื่องอาจทำให้เสียหายได้ ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 10.00) โดยบรรจุภัณฑ์ใช้กล่องธรรมดา ไม่สะดุดตา ลักษณะด้อยทางด้านราคา (ร้อยละ 10.00) โดยมีคู่แข่งมาก เกิดการแข่งขันด้านราคาสูง และลักษณะด้อยทางด้านความประณีต (ร้อยละ 10.00) โดยบางคนเพิ่งเริ่มทอใหม่ ฝีมือจึงยังไม่ค่อยดี ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4-1

(ข) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ (ร้อยละ 66.67) มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 83.33) โดยส่วนใหญ่จดทะเบียนกลุ่มกับสำนักงานพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 52.38) รองลงมาคือ อุตสาหกรรมจังหวัดและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ร้อยละ 14.29 เท่ากัน) รางวัลที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับจังหวัด (ร้อยละ 33.33) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 33.33) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มชาวบ้าน/สหกรณ์ (จดทะเบียน) (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 58.33) และมีจำนวนสมาชิกลงทะเบียนระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 58.33) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 100.00) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 1-7 คน (ร้อยละ 58.33) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 91.67) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 100.00) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 43.75) การทำงานของคณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 100.00) โดยในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 75.00)

ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพดี ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 75.00) โดยผ้าปักมี

รูปแบบ ลวดลาย สี สันสวยงาม เน้นลักษณะลวดลายและเอกลักษณ์ของกลุ่มชน ความเป็นกลุ่มชน เช่น กลุ่มชนไทลื้อ รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 16.67) โดยสินค้าที่ผลิตมีคุณภาพสูง ทำด้วยความประณีต คุณภาพสีทนนาน และลักษณะเด่นทางด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 8.33) โดยผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายจึงทำให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึงทุกกลุ่ม และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 33.33) โดยการผลิตยังมีมาตรฐานไม่สม่ำเสมอ การเพิ่มขนาดให้ใหญ่ขึ้น ยังไม่ได้มาตรฐาน รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านกระบวนการผลิต (ร้อยละ 25.00) โดยใช้เวลาในการปักงาน แรงงานที่ใช้ในการปักไม่พอ ผลิตได้ช้าไม่ทันตามความต้องการของลูกค้า ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 16.67) โดยบรรจุภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ไม่สวยงาม ไม่โดดเด่นมากนัก ลักษณะด้อยทางการตลาด (ร้อยละ 16.67) โดยไม่มีตลาด ตลาดแคบ ตลาดหายาก และลักษณะด้อยทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 8.33) โดยใช้เวลาในการผลิตนาน แต่ราคาที่ออกมาค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ (ร้อยละ 50.00) มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 100.00) โดยส่วนใหญ่จดทะเบียนกลุ่มกับสำนักพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 77.78) รองลงมา คือ กรมส่งเสริมการเกษตรและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ร้อยละ 11.11 เท่ากัน) รางวัลที่ส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับประเทศและระดับภาค (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 50.00) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 62.50) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 62.50) และมีจำนวนสมาชิกลงหุ้นระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 100.00) คณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 100.00) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 8-15 คน (ร้อยละ 75.00) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 100.00) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 87.50) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 87.50) การทำงานของคณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 87.50) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากมีงานหลักที่ต้องรับผิดชอบ (ร้อยละ 12.50) โดยในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 62.50)

ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 25.00) โดยมีการตัดเย็บแน่นหนา เนื้อผ้าดี มีความคงทน ลักษณะเด่นทางด้านความประณีต (ร้อยละ 25.00) โดยผ้าทุกชิ้นเย็บมือด้วยความประณีต สม่ำเสมอ สวยงาม รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 12.50) โดยมีลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทลื้อ สีไม่ตก ลักษณะเด่นทางด้าน

บรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 12.50) โดยได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์จากกรมอุตสาหกรรม ด้านบรรจุภัณฑ์ (กสอ.) ลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 12.50) โดยมีความเป็นธรรมชาติในการผลิต และลักษณะเด่นทางด้านผลิตวัตถุดิบขึ้นเอง (ร้อยละ 12.50) โดยใช้วัตถุดิบที่ผลิตเอง ผ้าไหมที่ใช้ทำก็เป็นไหมที่มาจากเลี้ยงเอง ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 50.00) โดยใช้เวลาในการผลิตนาน ไม่คุ้มกับต้นทุนที่เสียไป ประกอบกับเศรษฐกิจซบเซา จึงขายราคาสูงไม่ได้ทั้งๆที่ต้นทุนสูง รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 12.50) โดยไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่มาตรฐาน เนื่องจากขายที่บ้าน ลักษณะด้อยทางด้านความประณีต (ร้อยละ 12.50) โดยการผสมสีฝีมือยังไม่สวย แรงงานขาดฝีมือ ลักษณะด้อยทางการใช้ได้หลายโอกาส (ร้อยละ 12.50) โดยยังไม่มีชุดที่ใช้ในโอกาสสำคัญ และลักษณะด้อยทางด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 12.50) โดยผ้าทอที่นำมาแปรรูป ยังซ้ำกับตลาดอื่นๆ ยังไม่มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4-1

(ค) กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดี

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตรเป็นภูมิปัญญาระดับดั้งเดิม (ร้อยละ 63.64) มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 100.00) โดยขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 32.14) รองลงมาคือ กระทรวงสาธารณสุข (อย.) (ร้อยละ 25.00) กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ร้อยละ 14.29 เท่ากัน) ตามลำดับ รางวัลสูงสุดที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับประเทศ (ร้อยละ 45.45) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 18.18) มีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 63.64) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 63.64) และมีจำนวนสมาชิกลงหุ้นระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 81.82) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 90.91) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 1-7 คน (ร้อยละ 70.00) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 90.00) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 90.00) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 30.43) การทำงานของคณะกรรมการส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 63.64) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากสมาชิกทุกคนช่วยกันทำทุกส่วนไม่ว่าหน้าที่ไหน (ร้อยละ 18.18) ในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 81.82)

ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพดี ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 27.27) โดยมีคุณภาพการผลิต GMP สามารถส่งออกไปอเมริกาได้ มาตรฐานอย. ใช้บรรจุภัณฑ์จากใบตอง ไม่ใช้สีสังเคราะห์ คุณภาพได้มาตรฐานคัดก่อนนำออกจำหน่าย รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้าน

มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 18.18) โดยได้มาตรฐาน 5 ดาว สะอาดและมีเครื่องมือทันสมัย ลักษณะเด่นทางด้านรสชาติ (ร้อยละ 18.18) โดยมีความหอมหวาน อร่อย สด สีสีนสวยงามเสมอ ลักษณะเด่นทางด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ร้อยละ 18.18) โดยมีการนำวัฒนธรรมชาติมาทำเป็นสีผสมในผลิตภัณฑ์ มีการใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพ สะอาด ลักษณะเด่นทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 9.09) โดยมีราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป และลักษณะเด่นทางด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 9.09) โดยใช้วัตถุดิบของท้องถิ่น สดปลอดภัย ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านการจัดเก็บ (ร้อยละ 36.16) โดยมีข้อจำกัดด้านอายุของสินค้า ระยะเวลาในการเก็บรักษาไม่นาน ควรมีโรงผลิตที่ได้มาตรฐานมากกว่านี้ รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 18.18) โดยการผลิตยังคงเป็นแบบเดิม ยังต้องใช้เวลาในการผลิตนานพอสมควร ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 18.18) โดยบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมีปัญหาเรื่องเงินทุน และตลาดไม่ใหญ่ ไม่สามารถผลิตครั้งละมากๆ ได้ ลักษณะด้อยทางด้านราคา (ร้อยละ 9.09) โดยใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ราคาสูง ลักษณะด้อยทางด้านเก็บรักษา (ร้อยละ 9.09) โดยมีระยะเวลาในการเก็บรักษาไม่นาน ลักษณะด้อยทางด้านการบำบัดน้ำเสีย (ร้อยละ 9.09) โดยยังไม่มีบ่อบำบัดน้ำเสีย และลักษณะด้อยทางด้านเทคโนโลยีในการผลิต (ร้อยละ 9.09) โดยเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและผลผลิตทางการเกษตรเป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ (ร้อยละ 77.78) เป็นกลุ่มที่มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 77.78) โดยขึ้นทะเบียนกับสำนักพัฒนาชุมชน กระทรวงสาธารณสุข (อย.) และกรมส่งเสริมการเกษตร (ร้อยละ 28.57 เท่ากัน) รางวัลสูงสุดที่ได้รับส่วนใหญ่ไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 88.89) และได้รับรางวัลระดับจังหวัดเพียง (ร้อยละ 11.11) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 77.78) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 88.89) และมีจำนวนสมาชิกลงหุ้นระหว่าง 0-15 คน (ร้อยละ 88.89) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 77.78) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 1-7 คน (ร้อยละ 71.43) คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 85.71) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 100.00) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 60.00) ส่วนการทำงานของคณะกรรมการส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 71.43) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากส่วนใหญ่มีงานหลักที่ต้องรับผิดชอบ และเป็นการแต่งตั้งเพียงในนาม เพื่อให้สามารถจดทะเบียน และรับความช่วยเหลือตามระเบียบการจดทะเบียนกลุ่มของหน่วยงานภาครัฐ (ร้อยละ 14.29 เท่ากัน) ในการบริหารจัดการกลุ่มไม่มีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 55.56)

ลักษณะเด่นของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 33.33) โดยทำสดใหม่ ตลอด มีความสะอาด สีสันทสวยงาม รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 22.22) โดยแตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป ให้ความรู้สึกเป็นสินค้าชุมชน ลักษณะเด่นทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 11.11) โดยผลิตภัณฑ์มีสีสด หอม สะอาด ลักษณะเด่นทางด้านรสชาติ (ร้อยละ 11.11) โดยมีรสชาติอร่อย ลักษณะเด่นทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 11.11) และลักษณะเด่นทางด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 11.11) โดยวัตถุดิบปลูกเอง หรือซื้อภายในชุมชน ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 22.22) โดยเครื่องมือการผลิตยังไม่ทันสมัย เช่น การตากแห้งยังไม่มีการใช้เครื่องอบ ลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 22.22) โดยบรรจุภัณฑ์มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนสูง และยังไม่โดดเด่น ไม่มีเอกลักษณ์พื้นบ้าน ลักษณะด้อยทางด้านเทคโนโลยีในการผลิต (ร้อยละ 22.22) โดยควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และเพิ่มกำลังการผลิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านคุณภาพ (ร้อยละ 11.11) โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสม่ำเสมอต้องได้รับการพัฒนา ลักษณะด้อยทางด้านราคา (ร้อยละ 11.11) เนื่องจากวัตถุดิบมีราคาสูง ราคาสินค้าจึงแพง และลักษณะด้อยทางด้านการเก็บรักษา (ร้อยละ 11.11) โดยใช้วัตถุดิบที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน เช่น กะทิ เป็นต้น ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4-1

(ง) กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตของใช้ตกแต่งเป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ (ร้อยละ 85.71) เป็นกลุ่มที่มีการจดทะเบียนกลุ่ม (ร้อยละ 71.43) โดยขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 66.67) รองลงมาคือ อุตสาหกรรมจังหวัดและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ร้อยละ 16.67 เท่ากัน) ตามลำดับ รางวัลสูงสุดที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับประเทศ (ร้อยละ 42.86) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 42.86) กลุ่มมีรูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 42.86) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 85.71) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 57.14) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 8-15 คน (ร้อยละ 75.00) ไม่มีการลงหุ้นของสมาชิก คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.00) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 100.00) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 57.14) การทำงานของคณะกรรมการส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 75.00) และไม่ทำตามหน้าที่ เนื่องจากประธานหรือผู้นำมีความสามารถ คล่องตัว สามารถทำงานในหน้าที่อื่นๆ ได้ (ร้อยละ 25.00) ในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 100.00)



ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านรูปทรงความทันสมัย (ร้อยละ 42.86) โดยมีลวดลายไม่เหมือนใคร มีรูปทรง รูปแบบ ลวดลายที่หลากหลาย มีศิลปะความเป็นไทยประยุกต์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน มีความทันสมัย รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 14.29) โดยมีการรับประกันคุณภาพ หากมีปัญหามีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ ลักษณะเด่นทางด้านความชำนาญ (ร้อยละ 14.29) โดยผู้ผลิตมีความชำนาญในการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความสวยงาม ลักษณะเด่นทางด้านความคงทน (ร้อยละ 14.29) และลักษณะเด่นทางด้านเป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก (ร้อยละ 14.29) โดยมีการผสมผสานงานวัตถุดิบเหลือใช้กับงานหัตถศิลป์อย่างลงตัว ก่อให้เกิดงานที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ตามลำดับ

ลักษณะด้อยของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 28.57) โดยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติอาจมีความบอบบาง ไม่ทนทาน รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 14.29) โดยมีสารที่เป็นอันตราย ลักษณะด้อยทางด้านความคงทน (ร้อยละ 14.29) โดยเนื้อไม้ค่อนข้างดูแลยาก ไวต่อสภาพอากาศ ลักษณะด้อยทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 14.29) โดยราคาขายในประเทศไม่ได้ เพราะเป็นงานแฮนด์เมด ตั้งราคาส่งให้ชาวต่างชาติ ลักษณะด้อยทางด้านรูปแบบลวดลาย (ร้อยละ 14.29) โดยผ้าที่ใช้ตัดเย็บยังไม่มีลวดลายโดดเด่น และลักษณะด้อยทางการลอกเลียนแบบ (ร้อยละ 14.29) โดยมีการลอกเลียนแบบได้ง่าย ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ระดับภูมิปัญญาที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งเป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ (ร้อยละ 53.85) เป็นกลุ่มที่มีการจดทะเบียน (ร้อยละ 100.00) โดยขึ้นทะเบียนกับสำนักพัฒนาชุมชน (ร้อยละ 47.37) รองลงมา คือ อุตสาหกรรมจังหวัดและกระทรวงพาณิชย์ (ร้อยละ 21.05 เท่ากัน) และกรมส่งเสริมการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน (ร้อยละ 5.26 เท่ากัน) รางวัลสูงสุดที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับรางวัลระดับประเทศ (ร้อยละ 23.08) และไม่ได้รับรางวัล (ร้อยละ 46.15) รูปแบบการประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 61.54) มีจำนวนสมาชิกต่ำกว่า 20 คน (ร้อยละ 92.31) มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรม (ร้อยละ 84.62) มีจำนวนคณะกรรมการอยู่ระหว่าง 8-15 คน (ร้อยละ 54.55) ไม่มีการลงหุ้นของสมาชิก คณะกรรมการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.64) อายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 81.82) โดยคณะกรรมการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 33.33) ส่วนการทำงานของคณะกรรมการส่วนใหญ่ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่ (ร้อยละ 100.00) ในการบริหารจัดการกลุ่มมีแผนในการดำเนินการ (ร้อยละ 81.82)

ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นทางด้านมาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 23.08) โดยผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีเทคนิคการตัดต่อลายผ้า มีการเย็บที่ละเอียด มีความแข็งแรงคงทนได้มาตรฐาน ลักษณะเด่นทางด้านความคงทน (ร้อยละ 23.08) โดยมี

ความคงทน มีอายุการใช้งานนานกว่า 20 ปี เก็บได้นาน มีความสวยงามเป็นธรรมชาติ ใช้ของที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์จึงมีความคงทน รองลงมา คือ ลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบลวดลาย มีรูปทรงความทันสมัย (ร้อยละ 15.38) โดยมีการปรับปรุงรูปแบบให้เข้ากับยุคและสมัยตลอดเวลา ลักษณะเด่นทางด้านเป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก (ร้อยละ 15.38) โดยผลิตภัณฑ์เสียงไม่เพี้ยน เสียงได้มาตรฐานตามลูกคีย์บอร์ด มีลวดลาย และลักษณะโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีแบบเดียวในประเทศ ลดภาวะโลกร้อนโดยใช้ไม้ไผ่เส้นใยแคลเซียม ลักษณะเด่นทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 7.69) โดยสินค้ามีราคาถูก สวยงาม ลักษณะเด่นทางด้านเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร (ร้อยละ 7.69) โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกลุ่มอื่น ทั้งรูปแบบและสี และลักษณะเด่นทางด้านความเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน (ร้อยละ 7.69) โดยเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดวิธีการทำมายาวนาน ตามลำดับ

ส่วนลักษณะด้อยของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะด้อยทางด้านบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 30.77) โดยขาดบุคลากรที่มีความรู้ และความชำนาญในการผลิต เมื่อเก็บผลิตภัณฑ์ไว้นานสีของผลิตภัณฑ์จะเพี้ยน ต้นทุนทางการผลิตสูงขึ้นเนื่องจากต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป รองลงมา คือ ลักษณะด้อยทางด้านรูปทรงความทันสมัย (ร้อยละ 15.38) โดยการออกแบบไม่มีความทันสมัยมากพอ สีไม่สวย เพราะทาสีหลากหลายไม่ได้ จะทำให้เสียงเพี้ยน ลักษณะด้อยทางด้านราคาถูก (ร้อยละ 15.38) โดยผลิตภัณฑ์มีรูปทรงสวยงาม มีราคา ใช้เวลาทำนาน ราคาถูกจึงไม่คุ้ม ลักษณะด้อยทางด้านความปลอดภัย (ร้อยละ 7.69) โดยลักษณะสิ่งแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย ลักษณะด้อยทางการใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง (ร้อยละ 7.69) โดยต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายในการใช้ประโยชน์ ลักษณะด้อยทางด้านวัตถุดิบราคาสูง (ร้อยละ 7.69) โดยวัตถุดิบที่ใช้มีต้นทุนสูง (เส้นใยแคลเซียม) ลักษณะด้อยทางการบริหารจัดการภายในกลุ่ม (ร้อยละ 7.69) โดยสมาชิกในกลุ่มมีอายุมากและมีครอบครัวไม่สามารถออกไปแสดงสินค้าในแต่ละจังหวัดได้ และลักษณะด้อยทางด้านรูปแบบลวดลาย (ร้อยละ 7.69) โดยสินค้าไม่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นเท่าที่ควร ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง				
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ													
รางวัลที่ได้รับสูงสุด																	
ไม่ได้รับรางวัล	4	40.00	5	50.00	4	33.33	4	50.00	2	18.18	8	88.89	3	42.86	6	46.15	
ได้รับรางวัล																	
- ระดับนานาชาติ	0	0.00	0	0.00	1	8.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
- ระดับประเทศ	5	50.00	0	0.00	2	16.67	2	25.00	5	45.45	0	0.00	3	42.86	3	23.08	
- ระดับภาค	1	10.00	1	10.00	1	8.33	2	25.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	1	7.69	
- ระดับจังหวัด	0	0.00	2	20.00	4	33.33	0	0.00	4	36.36	1	11.11	0	0.00	2	15.38	
- ระดับอำเภอ	0	0.00	2	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00	
รูปแบบการประกอบการ																	
ผู้ประกอบการอิสระ (ไม่จดทะเบียนการค้า)	2	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	28.57	1	7.69	
ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs)	1	10.00	2	20.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18	1	11.11	2	28.57	1	7.69	
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	5	50.00	5	50.00	6	50.00	5	62.50	7	63.64	7	77.78	3	42.86	8	61.54	
กลุ่มชาวบ้าน/สหกรณ์ (จดทะเบียน)	2	20.00	3	30.00	6	50.00	3	37.50	2	18.18	1	11.11	0	0.00	3	23.08	
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00	
จำนวนสมาชิก																	
ต่ำกว่า 20 คน	6	60.00	8	80.00	7	58.33	5	62.50	7	63.64	8	88.89	6	85.71	12	92.31	
20-50 คน	4	40.00	2	20.00	4	33.33	1	12.50	2	18.18	1	11.11	1	14.29	1	7.69	
51-100 คน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	2	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
100 คนขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	1	8.33	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00	

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
จำนวนสมาชิกลงทะเบียน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	7	100.00	13	100.00
ไม่มีการลงทะเบียน	6	60.00	8	80.00	7	58.33	8	100.00	9	81.82	8	88.89	0	0.00	0	0.00
1-15 คน	2	20.00	2	20.00	4	33.33	0	0.00	0	0.00	1	11.11	0	0.00	0	0.00
16-30 คน	2	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00
31-45 คน	0	0.00	0	0.00	1	8.33	0	0.00	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00
46 คนขึ้นไป	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00
รวม																
มีโครงสร้างคณะกรรมการในการดำเนินงาน																
กิจกรรมกลุ่ม	8	80.00	9	90.00	12	100.00	8	100.00	10	90.91	7	77.78	4	57.14	11	84.62
มีโครงสร้างคณะกรรมการ	2	20.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	2	22.22	3	42.86	2	15.38
ไม่มีโครงสร้างคณะกรรมการ	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00
รวม																
จำนวนคณะกรรมการ	6	75.00	7	77.78	7	58.33	2	25.00	7	70.00	5	71.43	1	25.00	5	45.45
1-7 คน	2	25.00	2	22.22	5	41.67	6	75.00	3	30.00	2	28.57	3	75.00	6	54.55
8-15 คน	8	100.00	9	100.00	12	100.00	8	100.00	10	100.00	7	100.00	4	100.00	11	100.00
รวม																
เพศคณะกรรมการ																
ผู้ชาย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	1	25.00	2	18.18
ผู้หญิง	7	87.50	9	100.00	11	91.67	8	100.00	9	90.00	6	85.71	3	75.00	7	63.64
ผู้ชายและผู้หญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน	1	12.50	0	0.00	1	8.33	0	0.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18
รวม	8	100.00	9	100.00	12	100.00	8	100.00	10	100.00	7	100.00	4	100.00	11	100.00

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง							
	ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการ พัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการ พัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการ พัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการ พัฒนา					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ																
อาชุนะกรรมกร																				
20-50 ปี	7	87.50	7	77.78			12	100.00	7	87.50			9	90.00	7	100.00	4	100.00	9	81.82
51-80 ปี	1	12.50	2	22.22			0	0.00	1	12.50			1	10.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18
รวม	8	100.00	9	100.00	12	100.00	12	100.00	8	100.00	10	100.00	10	100.00	7	100.00	4	100.00	11	100.00
อาชีพหลักของคณะกรรมการกลุ่ม ⁽¹⁾																				
ว่างงาน	0	0.00	0	0.00	2	12.50			1	12.50			3	13.04	0	0.00	1	14.29	2	11.11
เกษตรกร	7	58.33	8	88.89	7	43.75			7	87.50			7	30.43	6	60.00	4	57.14	6	33.33
รับจ้าง	2	16.67	0	0.00	2	12.50			0	0.00			3	13.04	0	0.00	1	14.29	5	27.78
พนักงานบริษัท	0	0.00	0	0.00	0	0.00			0	0.00			1	4.35	1	10.00	0	0.00	0	0.00
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	1	8.33	0	0.00	0	0.00			0	0.00			4	17.39	3	30.00	0	0.00	3	16.67
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1	8.33	0	0.00	0	0.00			0	0.00			2	8.70	0	0.00	0	0.00	0	0.00
นักการเมืองส่วนท้องถิ่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00			0	0.00			1	4.35	0	0.00	0	0.00	1	5.56
แม่บ้าน	1	8.33	1	11.11	4	25.00			0	0.00			1	4.35	0	0.00	1	14.29	0	0.00
เกษียณอายุ	0	0.00	0	0.00	1	6.25			0	0.00			1	4.35	0	0.00	0	0.00	1	5.56
รวม	12	100.00	9	100.00	16	100.00	16	100.00	8	100.00	23	100.00	10	100.00	7	100.00	18	100.00	18	100.00

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
มีแผนการดำเนินงาน																
มีแผน	8	80.00	5	50.00	9	75.00	5	62.50	9	81.82	4	44.44	4	100.00	9	81.82
ไม่มีแผน	2	20.00	5	50.00	3	25.00	3	37.50	2	18.18	5	55.56	0	0.00	2	18.18
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	4	100.00	11	100.00
ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์																
คุณภาพ	3	30.00	1	10.00	2	16.67	2	25.00	3	27.27	3	33.33	0	0.00	0	0.00
มาตรฐานการผลิต	1	10.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	2	18.18	1	11.11	1	14.29	3	23.08
รสชาติ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18	1	11.11	0	0.00	0	0.00
รูปแบบและสวดลาย	6	60.00	8	80.00	9	75.00	1	12.50	0	0.00	0	0.00	3	42.86	2	15.38
ความประณีต	0	0.00	1	10.00	0	0.00	2	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ความชำนาญ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	0	0.00
บรรจุภัณฑ์	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	0	0.00	2	22.22	0	0.00	0	0.00
ราคาถูก	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	1	11.11	0	0.00	1	7.69
มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18	0	0.00	0	0.00	1	7.69
ผลิตภัณฑ์ขึ้นเองในท้องถิ่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	1	9.09	1	11.11	0	0.00	0	0.00
ความคงทน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	3	23.08
เป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	15.38
เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	0	0.00	0	0.00	1	8.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง					
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ														
ลักษณะด้อยของผลิตภัณฑ์																		
คุณภาพ	1	10.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	11.11	0	0.00	0	0.00	0	0.00
มาตรฐานการผลิต	0	0.00	1	10.00	4	33.33	0	0.00	2	18.18	2	22.22	2	28.57	0	0.00	0	0.00
ต้นทุน	1	10.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	0	0.00	0	0.00
ความปลอดภัย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	2	15.38
รูปทรงความทันสมัย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	1	7.69
รูปแบบและลวดลาย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	1	7.69	1	7.69
บรรจุภัณฑ์	1	10.00	1	10.00	2	16.67	1	12.50	2	18.18	2	22.22	0	0.00	4	30.77	2	15.38
ราคาถูก	3	30.00	1	10.00	1	8.33	4	50.00	1	9.09	1	11.11	1	14.29	0	0.00	0	0.00
ความประณีต	0	0.00	1	10.00	0	0.00	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การบริหารงาน	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
วัสดุดี	1	10.00	2	20.00	0	0.00	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69
กระบวนการผลิต	2	20.00	2	20.00	3	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การจัดเก็บ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	36.16	1	11.11	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้ได้หลายโอกาส	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69
การบำบัดน้ำเสีย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เทคโนโลยีในการผลิต	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	9.09	2	22.22	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การตลาด	0	0.00	0	0.00	2	16.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การลอกเลียนแบบ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	0	0.00	0	0.00
การบริหารจัดการ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00	13	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล หมายถึง (1) ตอบได้หลายข้อ

(2) การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

พบว่า ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี กับธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ส่วนใหญ่มีกระบวนการคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันในกระบวนการ แสดงดังตารางที่ 4-2 ดังนี้

(ก) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ มีความแตกต่างใน**1. กระบวนการจัดหา**

- ทุน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาแหล่งสำคัญ 2 แหล่งคือ การลงหุ้นของสมาชิกกลุ่ม และจากประธาน/เจ้าของ
- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งจัดหาในชุมชน (อำเภอ) เท่านั้น

2. กระบวนการขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการขนส่งหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเองเท่านั้น

(ข) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ มีความแตกต่างใน**1. กระบวนการจัดหา**

- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งจัดหาในชุมชน (อำเภอ) และต่างจังหวัด

2. กระบวนการขนส่ง

- วัตถุดิบ กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งโดยให้ทางร้านค้าจัดส่งให้ ขนส่งด้วยตัวเอง และการฝากซื้อ

(ค) กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร มีความแตกต่างใน

1. กระบวนการขนส่ง

- วัตถุดิบ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งด้วยตัวเอง ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งโดยให้ทางร้านค้าจัดส่งให้
- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งด้วยตัวเอง ให้ทางร้านค้าจัดส่งให้ และขนส่งโดยฝากรถประจำทาง ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งด้วยตัวเองเท่านั้น

(ง) กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง มีความแตกต่างใน

1. กระบวนการจัดหา

- วัตถุดิบ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งต่างจังหวัด ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งนอกชุมชน (ในจังหวัด)
- แรงงาน กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาแรงงานจากการมาสมัครขอทำงานเองของแรงงาน ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากสมาชิกกลุ่ม
- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากแหล่งภายนอกชุมชน (ในจังหวัด) ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากแหล่งในชุมชน (ในอำเภอ) และต่างจังหวัด

2. กระบวนการขนส่ง

- วัตถุดิบ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเอง และฝากซื้อ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเอง และให้ทางร้านค้าจัดส่งให้

3. กระบวนการกระจายสินค้า

- ผู้ค้าส่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย โดยลูกค้าที่มาจากต่างประเทศมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย โดยลูกค้าที่มาจากในจังหวัดมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต

ตารางที่ 4-2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ

รายการ	ผ้าทอ			แปรรูปผ้าทอ			อาหาร / แปรรูปเกษตร			ของใช้ของตกแต่ง						
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา				
	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ		
กระบวนการจัดหา																
(1) วัตถุดิบ																
ก. แหล่งจัดหา																
- ในชุมชน (ในอำเภอ)	2	20.00	0	0.00	4	33.33	4	50.00	6	54.55	3	33.33	2	28.57	5	38.46
- นอกชุมชน (ในจังหวัด)	4	40.00	3	30.00	3	25.00	1	12.50	4	36.36	3	33.33	1	14.29	6	46.15
- ต่างจังหวัด	4	40.00	7	70.00	5	41.67	3	37.50	1	9.09	3	33.33	4	57.14	2	15.38
ข. ต้นทุน (เฉลี่ยต่อปี)	248,098.00 บาท		84,630 บาท		154,265.00 บาท		81,074 บาท		1,022,667.00 บาท		1,251,619.00 บาท		134,556.00 บาท		45,802.00 บาท	
(2) แรงงาน																
ก. แหล่งจัดหา																
- ในชุมชน (ในอำเภอ)	101	24.16	84	34.29	44	6.62	54	33.75	24	13.71	27	16.67	3	3.16	21	11.86
- นอกชุมชน (ในจังหวัด)	317	75.84	161	65.71	621	93.38	86	53.75	151	86.29	135	83.33	92	96.84	156	88.14
- ต่างจังหวัด	0	0.00	0	0.00	0	0.00	20	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ข. วิธีการจัดหา (ส่วนใหญ่/ทั้งหมด)																
- เป็นสมาชิกกลุ่ม	8	80.00	9	90.00	9	75.00	7	87.50	8	72.73	7	77.78	2	28.57	8	61.54
- แรงงานอาสาสมัครของตนเอง	2	20.00	1	10.00	1	8.33	0	0.00	3	27.27	1	11.11	5	71.43	3	23.08
- เป็นเครือข่ายกัน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	11.11	0	0.00	2	15.38
- ประธาน คณะกรรมการ หรือสมาชิกกลุ่มช่วยจัดหา/ชักชวนแรงงาน	0	0.00	0	0.00	2	16.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- คัดเลือกผู้ทำเป็นในชุมชน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ		แปรรูปผ้าทอ		อาหาร / แปรรูปเกษตร		ของใช้ของตกแต่ง							
	ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ							
	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี	ในระดับดี						
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
(3) <i>ก. แผลงจิตทา (สวนใหญ่/ทั้งหมด)</i>														
- มาจากการลงทุนของสมาชิกกลุ่ม	1	6.67	7	43.75	2	15.38	4	21.05	2	11.11	4	22.22		
- มาจากประธาน/เจ้าของ	3	20.00	4	25.00	2	15.38	3	15.79	4	27.78	5	27.78		
- มาจากคณะกรรมการกลุ่ม	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	15.79	0	0.00	0	0.00		
- มาจากการช่วยเหลือของหน่วยงานส่วนท้องถิ่น	4	26.67	0	0.00	3	23.08	1	5.26	1	5.56	3	16.67		
- จากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน	1	6.67	1	6.25	2	15.38	4	21.05	2	11.11	2	11.11		
- จากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่น	1	6.67	2	12.50	1	7.69	2	10.53	3	16.67	2	11.11		
- จากการกู้ยืมสถาบันการเงิน	2	13.33	2	12.50	0	0.00	2	10.53	4	22.22	1	5.56		
- กู้ยืมจากต่างประเทศ	1	6.67	0	0.00	1	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00		
- เงินทุนหรือกู้ยืมจากแหล่งอื่นๆ	2	13.33	0	0.00	1	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00		
(4) <i>บ. รร. ภูมิกิษฐ์/ชวดา</i>														
ก. แผลงจิตทา														
- ในชุมชน (ในอำเภอ)	3	37.50	2	100.00	1	50.00	4	28.57	2	25.00	2	33.33	3	42.86
- นอกชุมชน (ในจังหวัด)	2	25.00	0	0.00	0	0.00	6	42.86	4	75.00	4	66.67	1	14.29
- ต่างจังหวัด	3	37.50	0	0.00	4	40.00	4	28.57	0	0.00	0	0.00	3	42.86
ข. ต้นทุนจิตทา (ต่อปี)	39,326.00 บาท	5,825.00 บาท	21,508.00 บาท	36,605.00 บาท	206,550.00 บาท	55,223.00 บาท	12,765.71 บาท	285,411.54 บาท						

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระบวนการขนส่ง																
(1) วัสดุต้น																
ก. วิธีการขนส่ง																
- ขนส่งด้วยตัวเอง	5	50.00	3	30.00	5	41.67	2	25.00	7	63.64	3	33.33	4	57.14	8	61.54
- ผักซ้อ	0	0.00	3	30.00	1	8.33	1	12.50	0	0.00	1	11.11	2	28.57	0	0.00
- ให้ทางร้านค้าจัดส่งให้	2	20.00	2	20.00	4	33.33	5	62.50	4	36.36	5	55.56	0	0.00	4	30.77
- ผักกรรประจําทาง	2	20.00	1	10.00	1	8.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	14.29	1	7.69
- มาขายถึงที่	0	0.00	0	0.00	1	8.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ส่งทางพัสดุไปรษณีย์	1	10.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ข. ต้นทุนการขนส่ง (ต่อปี)																
3,450.00 บาท 2,220.00 บาท 2,940.00 บาท 260.00 บาท 500.00 บาท 670.00 บาท 2,300.00 บาท 300.00 บาท																
(2) บรรณักษ์/ฉลาด																
ก. วิธีการขนส่ง																
- ขนส่งด้วยตัวเอง	4	50.00	2	100.00	7	70.00	3	60.00	7	50.00	8	100.00	5	83.33	3	50.00
- ผักซ้อ	3	37.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ให้ทางร้านค้าจัดส่งให้	0	0.00	0	0.00	2	20.00	2	40.00	6	42.86	0	0.00	1	16.67	2	33.33
- ผักกรรประจําทาง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.14	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- มาขายถึงที่	0	0.00	0	0.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	16.67
- ส่งทางพัสดุไปรษณีย์	1	12.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ข. ต้นทุนการขนส่ง (ต่อปี)																
1,300.00 บาท 18,500.00 บาท 4,440.00 บาท 650.00 บาท 2,000.00 บาท 1,700.00 บาท 3,100.00 บาท 450.00 บาท																

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ				แปรรูปผ้าทอ				อาหาร / แปรรูปเกษตร				ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ การพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ การพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ การพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพใน ระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับ การพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
กระบวนการจัดเก็บ																
(1) ยึดเงิน																
ก. วิธีการจัดเก็บ																
- จัดเก็บ ณ ที่ทำการ/แหล่งผลิต	5	50.00	5	50.00	7	58.33	6	75.00	8	72.73	7	77.78	6	85.71	10	76.92
- จัดเก็บ ณ บ้านสมาชิก	5	50.00	5	50.00	5	41.67	2	25.00	3	27.27	2	22.22	1	14.29	3	23.08
ข. ปริมาณการจัดเก็บ																
- จัดเก็บในปริมาณที่เพียงพอกับการผลิต	8	80.00	7	70.00	9	75.00	5	62.50	7	63.64	6	66.67	5	71.43	8	61.54
- จัดเก็บในปริมาณที่เลือกจากการผลิตครั้งก่อนหน้า	2	20.00	3	30.00	1	8.33	1	12.50	2	18.18	3	33.33	0	0.00	1	7.69
- ไม่มีการจัดเก็บ เมื่อมีการผลิตถึงสั่งจำหน่ายผลิต	0	0.00	0	0.00	2	16.67	2	25.00	2	18.18	0	0.00	2	28.57	4	30.77
ค. ต้นทุนในการจัดเก็บ (ต่อปี)	0.00 บาท		0.00 บาท													
(2) บรรจุภัณฑ์/ตลาด																
ก. วิธีการจัดเก็บ																
- จัดเก็บ ณ ที่ทำการ/แหล่งผลิต	6	60.00	6	60.00	8	66.67	8	100.00	10	90.91	9	100.00	7	100.00	11	84.62
- จัดเก็บ ณ บ้านสมาชิก	4	40.00	4	40.00	4	33.33	0	0.00	1	9.09	0	0.00	0	0.00	2	15.38



ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

รายการ	ผ้าทอ			แปรรูปผ้าทอ			อาหาร / แปรรูปเกษตร			ของใช้ของตกแต่ง						
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
กระบวนการกระจายสินค้า																
(1) ผู้บริโภค																
ก. แหล่งขาย																
- ลูกค้านำรับ ณ แหล่งผลิต																
• มาจากในตัวจังหวัด	6	42.86	2	40.00	8	50.00	6	60.00	6	50.00	1	12.50	3	27.27	4	66.67
• มาจากต่างจังหวัด	6	42.86	3	60.00	6	37.50	4	40.00	3	25.00	3	37.50	3	27.27	1	16.67
• มาจากต่างประเทศ	2	14.29	0	0.00	2	12.50	0	0.00	2	16.67	2	25.00	5	45.45	1	16.67
- นำไปส่งให้ลูกค้า																
• ลูกค้าในตัวจังหวัด	6	46.15	4	44.44	4	40.00	3	50.00	5	38.46	5	38.46	2	33.33	4	40.00
• ลูกค้าต่างจังหวัด	5	38.46	5	55.56	5	50.00	2	33.33	6	46.15	5	38.46	3	50.00	5	50.00
• ลูกค้าต่างประเทศ	1	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	1	7.69	0	0.00	0	0.00
• ส่งออกผ่านตัวแทน	1	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	1	7.69	1	16.67	1	10.00
• ลูกค้าจากแหล่งอื่นตามคำสั่ง	0	0.00	0	0.00	1	10.00	1	16.67	0	0.00	1	7.69	0	0.00	0	0.00
(2) ผู้ค้าปลีก																
ก. แหล่งขาย																
- ขายที่แหล่งผลิต	7	46.67	7	50.00	12	63.16	7	53.85	8	42.11	9	47.37	5	83.33	9	56.25
- ขายที่ร้านค้าในชุมชน	4	26.67	3	21.43	3	15.79	1	7.69	5	26.32	4	21.05	0	0.00	2	12.50
- ขายที่ตลาด	3	20.00	2	14.29	2	10.53	1	7.69	4	21.05	4	21.05	0	0.00	2	12.50
- ออกขายตามงานเทศกาลต่างๆ	1	6.67	2	14.29	1	5.26	3	23.08	2	10.53	2	10.53	1	16.67	3	18.75
- ขาย ณ ศูนย์ลือชีพ	0	0.00	0	0.00	1	5.26	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ขาย ณ ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00	12	100.00	8	100.00	11	100.00	9	100.00	7	100.00	13	100.00

ที่มา : จากภาคผนวก จ. - ภาคผนวก ซ. หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(3) ปัญหาและความต้องการให้รัฐช่วยเหลือของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ พบว่า

(ก) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาต้นทุนมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ ขอบประมาณจากหน่วยงานรัฐบาลให้ช่วยสนับสนุนด้านทุน

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 71.43) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ หาแรงงานเพิ่มในชุมชน ชักชวนคนมาเข้ากลุ่ม และเพิ่มค่าแรงให้แก่แรงงาน

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและราคาสูง (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ หาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม และขอให้รัฐช่วยพยุงราคาค่าวัตถุดิบ

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ราคาสูง (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ ให้คนรุ่นเก่าสอนคนรุ่นใหม่

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาขาดแคลนตลาดและแหล่งจำหน่าย (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ใช้การประชาสัมพันธ์ในลักษณะปากต่อปากบอกต่อกันไป และหาตลาดรองรับใหม่ๆเพิ่ม

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 46.15) ด้านเงินทุนและด้านการตลาด (ร้อยละ 23.08 เท่ากัน) โดยกลุ่มเหล่านี้ จะไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากกลุ่ม NGO

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้รัฐสนับสนุนในนโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 31.82) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการส่งเสริมการตลาด การจัดงานแสดงสินค้า โดยไม่มีการเก็บค่าเช่าบูธ จัดหาตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และตลาดที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและสินค้าของกลุ่ม นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 22.73) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการพัฒนาเครื่องมือในการผลิตให้เร็วขึ้น ทันท่วงทีความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้ผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความรู้ มีการจัดฝึกอบรมความรู้ การจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นโยบายด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 18.18) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยประกันราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จัดหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกให้ และส่งเสริมการเลี้ยงไหม นโยบายด้านทุน (ร้อยละ 13.64) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยจัดหาแหล่งเงินทุน เงินกู้ยืมแบบไม่มีดอกเบี้ย และช่วยสนับสนุนครุภัณฑ์ เครื่องมือในการผลิต นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 9.09) โดยทางกลุ่มต้องการให้

มีการจัดอบรมและฝึกแรงงานให้มีความรู้ใหม่ๆ และด้านภาพรวม (ร้อยละ 4.55) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือดูแล ปรับปรุงให้ดีขึ้น

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ กู้จากกองทุนหมู่บ้าน หรือ ธกส. ยึดตามระเบียบของกลุ่มเกี่ยวกับการรวมหุ้น

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ หาแรงงานเพิ่ม

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและราคาสูง (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ หาซื้อวัตถุดิบจากร้านค้าต่างจังหวัด ประสานกลุ่มเครือข่ายเพื่อขอต่อรองราคาวัตถุดิบ และพยายามใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้คุณภาพต่ำ (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ พยายามกระจายความรู้เดิมสู่คนรุ่นใหม่

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ออกบูธให้มากขึ้น

6. ปัญหาอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับการผลิตและสภาพอากาศ (ร้อยละ 100.00) ปัญหาฝนตกทำให้การย้อมไม้ได้ผลมากน้อย และผลิตไม่ทันตามคำสั่งของลูกค้า โดยทางกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหา คือ หาสมาชิกที่ทอผ้าได้เข้ามาผลิตเพิ่มขึ้น ให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านสิ่งของและการฝึกอบรม (ร้อยละ 26.67 เท่ากัน) กลุ่มธุรกิจได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน (ร้อยละ 50.00)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนนโยบายด้านทุน (ร้อยละ 33.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้สนับสนุนงบประมาณในกิจกรรมหรือกิจการชุมชน สนับสนุนเงินทุนในการผลิต และเงินทุนให้เปล่า นโยบายด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 26.67) โดยทางกลุ่มต้องการให้สนับสนุนวัตถุดิบ เช่น เส้นด้าย กี่กระตุก ส่งเสริมให้มีวัตถุดิบภายในชุมชน นโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 26.67) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยจัดหาตลาดวางขายสินค้าให้กว้างขวางมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์แนะนำลูกค้าและตลาดให้ทางกลุ่ม นโยบายเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 13.33)

โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการช่วยอบรม ดูงาน ส่งเสริมเทคโนโลยีเครื่องปั่นด้าย เครื่องทอผ้า แสดง
 ดังตารางที่ 4-3

(ข) กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ปัญหาปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาขาดแคลน (ร้อยละ 57.14) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ ขอความช่วยเหลือจากรัฐบาล กู้ธนาคาร (ธกส., ออมสิน)
2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 75.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ ฝึกให้ลูกหลานทำต่อ
3. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลน (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ พัฒนาจักรปักให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ
4. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ขอความช่วยเหลือจาก NGO พาณิชย์จังหวัด หาแหล่งตลาดใหม่ๆ เพิ่มเติม และเน้นการประชาสัมพันธ์

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 50.00) กลุ่มธุรกิจได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน (ร้อยละ 100.00)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้รัฐสนับสนุนในนโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 50.00) โดยทางกลุ่มต้องการหาตลาดเพิ่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขยายตลาดให้กว้างขวางมากกว่านี้ ให้รัฐเข้ามาอุดหนุนผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์ให้ขยายตลาดได้มากขึ้น นโยบายด้านทุน (ร้อยละ 27.78) โดยทางกลุ่มต้องการเงินทุนหมุนเวียน สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 16.67) โดยทางกลุ่มต้องการให้สนับสนุนเรื่องเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องมือปักผ้า และนโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 5.56) โดยทางกลุ่มต้องการให้ช่วยในเรื่องการศึกษาดูงาน อบรมฝีมือแรงงาน

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ปัญหาปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน เป็นปัญหาขาดแคลน (ร้อยละ 60.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ ขายสินค้าให้คนอื่นแทน เนื่องจากลูกค้าสั่งตัดแล้วไม่มารับสินค้า ส่งเสริมเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 75.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ สอนให้คนรุ่นใหม่สืบทอดภูมิปัญญาต่อ ส่งงานให้กลุ่มอื่น (เครือข่าย) ช่วยทำแทน พยายามหาแรงงานเรื่อยๆ

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านวัตถุดิบราคาแพง (ร้อยละ 75.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ ปรับขึ้นราคาสินค้า

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลน ราคาแพง คุณภาพต่ำและอื่นๆ (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ ให้องค์กรสนับสนุนทางการตลาดและเงินทุน ซื้อจักรใหม่ เนื่องจากจักรเครื่องเล็กเย็บได้ช้า

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ หาตลาดใหม่อยู่เสมอ

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 38.46)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มธุรกิจต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนนโยบายด้านทุน (ร้อยละ 33.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้เพิ่มเงินทุน หรือสนับสนุนเงินทุนให้เปล่า และควรที่จะให้มีการกู้เงินที่มีดอกเบี้ยต่ำ นโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 22.22) โดยทางกลุ่มต้องการให้ขยายตลาดให้มากขึ้น หาแหล่งตลาดใหม่ๆ และควรให้มีการจัดงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 16.67) โดยทางกลุ่มต้องการเครื่องทอผ้าไฟฟ้า อยากให้นักวิชาการมาให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงไหม และการย้อมสี ให้ภาครัฐสนับสนุนเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย นโยบายด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 11.11) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยควบคุมราคาใยไหมประดิษฐ์ ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกไหมเอง เพราะราคาถูกกว่าซื้อจากในตัวเมือง นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 5.56) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการเพิ่มค่าแรง และด้านภาพรวม (ร้อยละ 11.11) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยพยุงเศรษฐกิจให้ดีขึ้น เพราะว่าเศรษฐกิจดี อย่างเป็นทางการไปด้วย แสดงดังตารางที่ 4-3

(ค) กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาขาดแคลน (ร้อยละ 71.43) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ พยายามกู้ให้น้อยลง และหารายได้เพิ่มเพื่อหาเงินทุนหมุนเวียน

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ จ้างกลุ่มแม่บ้านเพิ่มขึ้น จ้างนักเรียนช่วงปิดเทอมมาทำทดแทน จ้างคนภายในจังหวัด และเพิ่มทักษะให้แก่แรงงาน

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านวัตถุดิบขาดแคลน ราคาแพงและคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ ซื้อจากต่างจังหวัด และหาแหล่งซื้อใหม่ๆ

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลน (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ ประสานขอเครื่องมือจากทางภาครัฐ และให้รัฐสนับสนุนอย่างจริงจังมากกว่านี้

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ให้ภาครัฐพาไปตลาดน้ำ 4 ภาค งดการส่งสินค้าให้กับตลาดที่มีปัญหา ให้ภาครัฐสนับสนุนอย่างจริงจัง ปัญหาด้านอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับปัญหาขาดแคลน และคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 50.00)

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 36.84) กลุ่มธุรกิจได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุนและด้านการรับรองมาตรฐาน (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้รัฐสนับสนุนในนโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 35.00) โดยทางกลุ่มต้องการเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ต้องการเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรต่างๆ และมีการฝึกสอนผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นโยบายด้านทุน (ร้อยละ 20.00) โดยทางกลุ่มต้องการเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เงินสนับสนุนรายปี และเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มากขึ้น นโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 15.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้ภาครัฐพาไปออกบูธและช่วยค่าเช่าบูธ ต้องการตลาดใหม่เพิ่มทางฝั่งยุโรป และตะวันออกกลาง นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 5.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการจัดอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จัดหาแรงงานที่มีฝีมือ ด้านภาพรวม (ร้อยละ 25.00) โดยทางกลุ่มต้องการสถานที่ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่และมีความใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ความช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายในการสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย และต้องการให้สนับสนุนภาพรวมทั้งหมดทุกๆ ด้าน

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน เป็นปัญหาทุนขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ หาแหล่งทุนเพิ่ม

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลนและคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ จ้างแรงงานต่างด้าว

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านวัตถุดิบราคาแพง (ร้อยละ 75.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ จ้างปลูกข้าว (วัตถุดิบ) เอง ให้รัฐช่วยประกันราคา

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลนและคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ ทำโรงเรียนใหม่ พัฒนาเป็นเตาแก๊ส

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ออกบูธให้มากขึ้น

6. ปัญหาด้านอื่นๆ เป็นปัญหาเกี่ยวกับปัญหาาราคาแพง (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอื่นๆ คือ คิดค้นออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ประหยัดต้นทุน

การสนับสนุนที่เคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 52.94) กลุ่มธุรกิจได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 100.00)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มธุรกิจต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนนโยบายด้านทุน (ร้อยละ 37.50) โดยทางกลุ่มต้องการให้สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า เงินกู้แบบไม่มีดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 18.75) โดยทางกลุ่มต้องการเครื่องทุ่นแรงที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องอัด เครื่องตาก เครื่องอบ เตาอบพลังงานแสงอาทิตย์ ต้องการเทคโนโลยีในการเก็บรักษาวัตถุดิบให้อยู่ได้นานขึ้น และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมากขึ้น นโยบายด้านตลาด โดยทางกลุ่มต้องการจัดงานออกบูธแสดงสินค้าโดยไม่ต้องเสียค่าเช่าบูธ นโยบายวัตถุดิบ (ร้อยละ 6.25) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยประกันราคาวัตถุดิบไม่ให้สูงเกินไป ด้านภาพรวม (ร้อยละ 25.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ให้ตัวแทนเกษตรกร ผู้ผลิตเข้ามามีบทบาทโดยตรง มีการวางแผนระยะยาวเพื่อแก้ปัญหาระยะยาว แสดงดังตารางที่ 4-3

(ง) กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาทุนขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ ให้ลูกค้าช่วยจ่ายเงินมัดจำ พยายามออมไว้ เพิ่มทุนเพื่อขยายกลุ่ม

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน (ร้อยละ 60.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ แจ้งลูกค้า ขอผลัดการส่งสินค้า ควบคุมแรงงานด้วยตนเอง

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านวัตถุดิบขาดแคลน และราคาแพง (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ ใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้คุณภาพต่ำ (ร้อยละ 66.67) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ คอยฝึกฝนตนเองและกลุ่ม

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 50.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ฝึกนักการตลาดใหม่ เพื่อเจาะตลาดประชาสัมพันธ์ หาดตลาดเพิ่มเรื่อยๆ

6. ปัญหาด้านอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับสินค้าถูกเลียนแบบ (ร้อยละ 100.00) กลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาสินค้าถูกเลียนแบบ คือ พยายามคิดแบบใหม่ไปเรื่อยๆ ไม่ให้ซ้ำอันเดิม

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 40.00) กลุ่มธุรกิจได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน (ร้อยละ 100.00)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้รัฐสนับสนุนในนโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 33.33) โดยทางกลุ่มต้องการหาดตลาดให้มากขึ้นเพื่อระบายสินค้า หาดตลาดต่างประเทศ ให้หน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบ แบ่งส่วนงานรับผิดชอบฝ่ายส่งเสริมการตลาดอย่างเดียว จัดงานโชว์สินค้า นโยบายด้านทุน (ร้อยละ 20.00) โดยทางกลุ่มต้องการเงินทุนให้เปล่า เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 13.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้จัดอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 13.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีให้กับแรงงาน นโยบายด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 6.67) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง ด้านภาพรวม (ร้อยละ 13.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลืออย่างจริงจังและต่อเนื่อง จากเริ่มต้นจนถึงปลาย ไม่ควรแยกแยะตามความรับผิดชอบว่าเป็นส่วนไหน แต่ควรให้มีหน่วยงานที่รวบรวมแล้วดำเนินการ

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ปัญหาหลักในปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน เป็นปัญหาทุนขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านทุน คือ กู้เงินทุนหมุนเวียน เพิ่มราคาขาย

2. ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาแรงงานขาดแคลน ราคาแพงและคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแรงงาน คือ หาแรงงานเพิ่ม

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านวัตถุดิบราคาแพง (ร้อยละ 60.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบ คือ เพิ่มราคาขายของผลิตภัณฑ์ หาแหล่งวัตถุดิบทดแทนให้เพียงพอ

4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ คือ ใช้การกระจายข่าวสารทางเว็บไซต์

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ผลิตให้น้อยลง ออกบูธไกลๆ

การสนับสนุนที่เคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านเงินทุน การฝึกอบรมและด้านการตลาด (ร้อยละ 26.67 เท่ากัน)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนนโยบายด้านทุน (ร้อยละ 40.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน จัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ให้ยืมโดยปลอดดอกเบี้ย ติดตามผลการพัฒนาด้วย นโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 40.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้ตลาดรองรับสินค้า ขยายตลาดให้มีช่องทางกระจายสินค้ามากที่สุด จัดแสดงสินค้าในสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายเยอะๆ นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 10.00) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 10.00) โดยทางกลุ่มต้องการเครื่องจักรในการผลิตสินค้า เพื่อประหยัดเวลา การคิดรูปแบบใหม่ๆ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 ปัญหาและการเสริมจากภาครัฐของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ

รายการ	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ				ผลิตภัณฑ์แปรูป้าทอ				ผลิตภัณฑ์อาหาร				ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
ปัญหาปัจจุบันของกลุ่มทุน	0	0.00	6	100.00	4	57.14	3	60.00	5	71.43	1	100.00	3	100.00	5	100.00
	-	-	-	-	2	28.57	1	20.00	2	28.57	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	0	0.00	0	0.00	1	14.29	1	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
แรงงาน	5	71.43	1	100.00	3	75.00	3	75.00	4	66.67	1	50.00	3	60.00	1	33.33
	1	14.29	0	0.00	0	0.00	1	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33
	0	0.00	0	0.00	1	25.00	0	0.00	2	33.33	1	50.00	2	40.00	1	33.33
	1	14.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	1	50.00	2	50.00	0	0.00	1	25.00	1	33.33	1	25.00	1	50.00	2	40.00
วัตถุดิบ	1	50.00	2	50.00	0	0.00	1	25.00	1	33.33	1	25.00	1	50.00	2	40.00
	1	50.00	2	50.00	0	0.00	3	75.00	1	33.33	3	75.00	1	50.00	3	60.00
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เทคโนโลยี/ความรู้	0	0.00	1	33.33	2	66.67	1	25.00	6	66.67	2	50.00	0	0.00	2	100.00
	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	25.00	2	22.22	0	0.00	1	33.33	0	0.00
	0	0.00	2	66.67	1	33.33	1	25.00	1	11.11	2	50.00	2	66.67	0	0.00
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รายการ	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ				ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ				ผลิตภัณฑ์อาหาร				ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง			
	ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ		ธุรกิจที่มีศักยภาพ		ธุรกิจที่ควรได้รับ	
	ในระดบ	การพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาด																
- ปัญหาตลาดขาดแคลน	4	100.00	2	100.00	6	100.00	3	100.00	4	66.67	2	66.67	3	50.00	6	100.00
- ปัญหาตลาดราคาแพง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	16.67	1	33.33	1	16.67	0	0.00
- ปัญหาตลาดคุณภาพต่ำ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33	0	0.00
- ปัญหาตลาดอื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	16.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ปัญหาอื่นๆ																
- ปัญหาอื่นๆ ขาดแคลน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ปัญหาอื่นๆ ราคาแพง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00
- ปัญหาอื่นๆ คุณภาพต่ำ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ปัญหาเส้นด้ายถูกเปลี่ยนแปลง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00
- ปัญหาอื่นๆ (ไม่ระบุ)	0	0.00	3	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การสนับสนุนจากภาครัฐ																
- ด้านเงินทุน	3	23.08	2	13.33	3	16.67	3	23.08	3	15.79	3	17.65	0	0.00	4	26.67
- ด้านสิ่งของ	0	0.00	4	26.67	1	5.56	1	7.70	4	21.05	2	11.76	0	0.00	2	13.33
- ด้านการฝึกอบรม	6	46.15	4	26.67	9	50.00	5	38.46	7	36.84	9	52.94	4	40.00	4	26.67
- ด้านการตลาด	3	23.08	3	20.00	0	0.00	0	0.00	3	15.79	2	11.76	3	30.00	4	26.67
- ด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ รับรองมาตรฐาน	1	7.69	2	13.33	5	27.78	4	30.77	2	10.53	1	5.88	3	30.00	1	6.67

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รายการ	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ				ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ				ผลิตภัณฑ์อาหาร				ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง					
	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา		ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ														
การสนับสนุนจาก NGO																		
- ด้านเงินทุน	0	0.00	2	50.00	1	100.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00
- ด้านสิ่งของ	0	0.00	1	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ด้านการฝึกอบรม	0	0.00	1	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ด้านการรับรองมาตรฐาน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	50.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน																		
- ด้านทุน	3	13.64	5	33.33	5	27.78	6	33.33	4	20.00	6	37.50	3	20.00	8	40.00	2	10.00
- แรงงาน	2	9.09	0	0.00	1	5.56	1	5.56	1	5.00	0	0.00	2	13.33	2	10.00	0	0.00
- วัสดุุดิบ	4	18.18	4	26.67	0	0.00	2	11.11	0	0.00	1	6.25	1	6.67	0	0.00	2	10.00
- เทคโนโลยี/ความรู้	5	22.73	2	13.33	3	16.67	3	16.67	7	35.00	3	18.75	2	13.33	2	10.00	8	40.00
- ตลาด	7	31.82	4	26.67	9	50.00	4	22.22	3	15.00	2	12.50	5	33.33	8	40.00	0	0.00
- ภาพรวม	1	4.55	0	0.00	0	0.00	2	11.11	5	25.00	4	25.00	2	13.33	2	10.00	0	0.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

4.2 การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงทำการศึกษา การนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้เปรียบเทียบระบบบริหารจัดการของธุรกิจชุมชนและ ระดับเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มธุรกิจชุมชน ได้ดังนี้

(ก) การนำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ได้นำหลักการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นองค์ประกอบในการเปรียบเทียบ คือ

1. ธุรกิจมีการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และให้เกิด ประโยชน์สูงสุด เหมาะสมกับปริมาณการผลิตของธุรกิจ ตามหลักของความพอประมาณ
2. ธุรกิจมีการวางแผน โดยพิจารณาถึงความพร้อมในด้านศักยภาพของธุรกิจและ สามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ตามหลักของความมีเหตุผล
3. ธุรกิจมีการบริหารรายรับให้สมดุลกับรายจ่าย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของธุรกิจอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ตามหลักของการมีภูมิคุ้มกัน
4. ธุรกิจมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆ ระหว่างสมาชิก ส่งเสริมให้ ความรู้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ และสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่ผู้ที่สนใจได้ ตามเงื่อนไขความรู้
5. ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่เอาัดเอาเปรียบ มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่าง เท่าเทียมกัน มีการเสริมสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งของธุรกิจ ตามเงื่อนไขคุณธรรม

ผลการวิเคราะห์การนำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีกับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ที่เหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4-4 เปรียบเทียบการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ที่เหมือนกันและแตกต่างกันของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี และธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
1. ความพอประมาณ	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มมีการวางแผน จัดการการดำเนินงานธุรกิจอย่างเหมาะสม และได้รับรางวัลระดับต่างๆ - กลุ่มมีการนำภูมิปัญญามาประยุกต์เพื่อให้เกิดความพอดีกับผลิตภัณฑ์ - กลุ่มมีการดำเนินการขึ้นทะเบียนธุรกิจชุมชนจากหน่วยงาน - กลุ่มมีการระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบตามตำแหน่งของคณะกรรมการ และปฏิบัติตามหน้าที่ 	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดียังคงให้ความสำคัญกับการคงภูมิปัญญาระดับดั้งเดิมเป็นหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีประธานหรือผู้นำมีความสามารถ คล่องตัวสามารถทำหน้าที่อื่นๆได้
	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แรงงานของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม อยู่ในวัยทำงาน มีทักษะและศักยภาพเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ มีจำนวนแรงงานเหมาะสมสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า - แรงงานเอาใจใส่ในการทำงาน ทำให้มีการพัฒนาฝีมือของแรงงาน และทำให้ผลผลิตที่ได้ออกมามีคุณภาพ - แรงงานมีทักษะ ความชำนาญเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความประณีต 	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
1. ความพอประมาณ (ต่อ)	3. ด้านการเงิน <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มมีเงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนอย่างเหมาะสม กับลักษณะของธุรกิจ - กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอ ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก - กลุ่มมีการผลิตอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดปี 	3. ด้านการเงิน <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีเงินทุนส่วนใหญ่มาจากประธานกลุ่มหรือเจ้าของกิจการ ส่วนกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนา เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการลงทุนของสมาชิก
	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเองภายในกลุ่ม - มีการวางแผนช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างเหมาะสม - มีการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น - มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ให้กลุ่มเป็นที่รู้จัก และมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่น - มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ขนาดรสชาติ เพื่อให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และทันสมัย 	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชน - วัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชนสามารถจัดหาได้เมื่อขาดแคลน 	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี มีวัตถุดิบและทรัพยากรในชุมชนเหลือเพื่อแต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนามีวัตถุดิบและทรัพยากรในชุมชนใกล้ที่จะขาดแคลนแล้ว

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
2. ความมีเหตุผล	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ - วิเคราะห์ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของกลุ่ม เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม - มีกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน - มีการดำเนินการขึ้นทะเบียนธุรกิจจากหน่วยงาน - มีระดับภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ เพื่อให้เกิดการพัฒนา ทันสมัยและตรงต่อความต้องการ 	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี แม้จะเป็นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาแต่ยังคงอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาดั้งเดิม
	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้แรงงานตามความสามารถ และตามทักษะของแรงงานในแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาความรู้และทักษะแรงงาน เพื่อให้แรงงานมีศักยภาพมากขึ้น - มีการถ่ายทอดความรู้แก่แรงงานรุ่นใหม่ เพื่อสืบสานภูมิปัญญาต่อไป 	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	<p>3. ด้านการเงิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการวางแผนการจัดการทางการเงิน และคำนึงถึงทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม - มีการวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางการแก้ไข ปัญหาสำหรับกลุ่ม - ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านเงินทุน 	<p>3. ด้านการเงิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินชุมชน เพื่อนำมาเป็นทุนหมุนเวียนในการผลิต แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนามีการกู้ยืมเงินดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นทุนหมุนเวียนในการผลิต

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
2. ความมีเหตุผล (ต่อ)	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - มีการวิเคราะห์ตลาด และวางแผนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ - มีการขยายช่องทางการตลาด และแหล่งกระจายสินค้าอย่างรอบคอบ - มีการปรับเปลี่ยน ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น - มีการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากรูปแบบเดิวยังคงได้รับความนิยม 	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเป็นวัตถุดิบในการผลิต - ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนบางอย่างขาดแคลน จึงมีการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน 	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการบริหารจัดการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิต - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการวางแผนการใช้ทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชนที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของกลุ่ม
3. การมีภูมิคุ้มกัน	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ <ul style="list-style-type: none"> - มีการรวมกลุ่มสมาชิก กลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม - มีการวิเคราะห์ และคำนึงถึงโอกาสต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบ - มีการกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการ และตำแหน่งหน้าที่อย่างชัดเจน - คณะกรรมการปฏิบัติตามหน้าที่ และรับผิดชอบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
3. การมีภูมิคุ้มกัน (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน - ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ และการรับรองมาตรฐาน 	
	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการพัฒนาทักษะ ฝีมือแรงงาน ให้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน - มีการอบรมความรู้ และคงรูปแบบ เอกลักษณ์ ลวดลายผลิตภัณฑ์ประจำกลุ่ม - แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม อยู่ในวัยทำงาน และมีลักษณะเหมาะสมกับงาน ทำให้ผลิตผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง - มีการแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต - มีการเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน ให้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ประณีต และมีคุณภาพ รักษามาตรฐานการผลิต และผลิตตามความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้องและตรงตามเวลา 	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	<p>3. ด้านการเงิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการบริหารเงินทุนของกลุ่ม เพื่อให้สมดุลกับการผลิต - มีการวางแผนทางการเงิน เมื่อเงินทุนไม่เพียงพอในการผลิต โดยส่วนใหญ่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินชุมชน - มีการผลิตอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายตลอดทั้งปี - ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ NGO ด้านเงินทุน 	<p>3. ด้านการเงิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและต่อเนื่อง แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนามีการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบแต่ไม่ต่อเนื่อง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

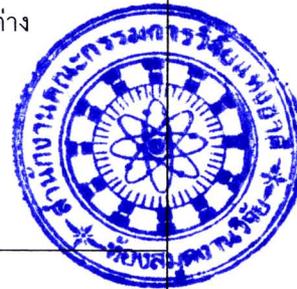
องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
3. การมีภูมิคุ้มกัน (ต่อ)	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - มีการวางแผนช่องทางทางการตลาด โดยมีการขายส่งมากกว่าขายปลีก - มีการวางแผนการขาย โดยการขายส่ง ส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด - มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มหลากหลายวิธี - ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด 	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆในแต่ละปี เพื่อขยายช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์
	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - มีการบริหารจัดการการนำทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบ - คำนึงถึงความเพียงพอของทรัพยากรภายในชุมชน และการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน 	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ ทรัพยากรอย่างเหมาะสม แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนามีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ ทรัพยากร ไม่ครอบคลุม
4. เงื่อนไขความรู้	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ <ul style="list-style-type: none"> - มีการเรียนรู้และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมของกลุ่ม - มีการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ออกสู่ภายนอก - มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ ฝึกอบรม 	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
4. เจือินไขความรู้ (ต่อ)	2. ด้านแรงงาน <ul style="list-style-type: none"> - มีการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน - มีการเข้าร่วมการฝึกอบรมต่างๆที่ทางหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น - มีการฝึกฝนฝีมือจนเกิดประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความสวยงาม ประณีต ได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการของลูกค้า 	2. ด้านแรงงาน <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีเน้นการคงหลักของการผลิตและคงความรู้ด้านภูมิปัญญาดั้งเดิม
	3. ด้านการเงิน <ul style="list-style-type: none"> - มีการเรียนรู้การจัดการทางการเงินของกลุ่ม ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ - ศึกษาแหล่งเงินทุนของกิจการ และแนวทางการปฏิบัติเมื่อเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอ 	3. ด้านการเงิน <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - มีการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ - มีการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด - มีการพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ ปรับเปลี่ยนรูปแบบขนาด เพิ่มรสชาติ เปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ - มีการอนุรักษ์เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากได้รับความนิยม 	4. ด้านการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง
	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - มีการศึกษา พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุดิบ ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด - มีการเรียนรู้การบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
5. เงื่อนไขคุณธรรม	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ - มีความกระตือรือร้น และรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง - มีการช่วยเหลือ พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม - มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ - ไม่มีความแตกต่าง
	2. ด้านแรงงาน - มีความซื่อสัตย์ในการทำงาน - มีความรับผิดชอบ และมีความตรงต่อเวลา เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามที่สูงค่ากำหนด - มีความตั้งใจ ขยัน อดทน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สวยงาม ประณีตและได้มาตรฐาน	2. ด้านแรงงาน - ไม่มีความแตกต่าง
	3. ด้านการเงิน - มีความซื่อสัตย์สุจริตในการบริหารจัดการเงินทุนของกิจการ - มีสติ มีความรับผิดชอบและรอบคอบในการจัดการทางการเงิน	3. ด้านการเงิน - ไม่มีความแตกต่าง
	4. ด้านการตลาด - รู้จักสร้างความสัมพันธ์กับตลาด หน่วยงานภายนอก - มีการช่วยเหลือ ร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด	4. ด้านการตลาด - ไม่มีความแตกต่าง
	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม - คำนึงถึงผลเสีย ผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต - มีการช่วยเหลือและร่วมมือกันในการบริหารจัดการ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม - ไม่มีความแตกต่าง



(ข) ระดับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ระดับของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียง สามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่หนึ่ง เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน ที่เน้นความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัว
- 2) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สอง เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ที่เน้นความพอเพียงในระดับกลุ่มหรือองค์กร
- 3) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สาม เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ที่เน้นความพอเพียงในระดับเครือข่าย

จากกลุ่มธุรกิจชุมชนทุกประเภทและทุกศักยภาพที่ได้ทำการศึกษา พบว่า เป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สอง คือ เป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ที่เน้นความพอเพียงในระดับกลุ่มหรือองค์กร คือ มีการรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ เพื่อร่วมกันดำเนินงานในด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การตลาด ความเป็นอยู่ สุวีถีการ การศึกษา สังคมและศาสนา โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยราชการ มูลนิธิ และเอกชน

แต่จะเห็นได้ว่าระดับของการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้นยังไม่ได้ยึดหลักการพัฒนาตามลำดับของระดับเศรษฐกิจพอเพียง แต่กลับเป็นการพัฒนาที่เข้าขั้นตอนของระดับเศรษฐกิจพอเพียง ในลักษณะที่กลุ่มมีศักยภาพและความสามารถผ่านระดับเศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สองเพื่อเข้าสู่เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สาม คือ เมื่อกลุ่มหรือองค์กร มีความพอเพียงในระดับที่สองแล้ว ก็ควรจะร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อการสร้างเครือข่าย ควรมีการติดต่อร่วมมือกับกลุ่มการเงินและบริษัทต่างๆ ทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การตลาด การจำหน่าย และการบริหารจัดการ เพื่อการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งในด้านสุวีถีการ การศึกษา สังคมและศาสนา ให้สมประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย ซึ่งกลุ่มจะไม่มี การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว แต่จะกลับเป็นภาพของกระบวนการวนซ้ำระดับเศรษฐกิจพอเพียงโดยการแบ่งแยกกลุ่มหรือแตกกลุ่มย่อยเพื่อดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่สอง เป็นการประกอบตนเองโดยมุ่งไปที่ผลประโยชน์ตนเองหรือกลุ่มย่อยเป็นหลัก ซึ่งผิดไปจากหลักวัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มุ่งสร้างรายได้เสริมให้กับมวลสมาชิก และสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน ไม่ได้เป็นการพัฒนาตนเองให้มีความเข้มแข็ง เป็นอิสระ (Independent) แล้วจึงค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาเป็นการแลกเปลี่ยน การรวมกลุ่มช่วยเหลือกัน จนนำไปสู่การพึ่งพิงอิงกัน (Inter-dependent) สงเคราะห์เกื้อกูล ร่วมมือกัน และประสานกับโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

4.3 พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นและความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนจะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้บริโภคในเขตภาคเหนือตอนบน ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยกระจายตามจังหวัดต่างๆ ตามสัดส่วนของประชากร สามารถแบ่งผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 259 คน (ร้อยละ 64.75) เพศชายจำนวน 141 คน (ร้อยละ 35.25) มีอายุระหว่าง 15-30 ปี (ร้อยละ 48.75) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ร้อยละ 55.25) มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท (ร้อยละ 34.25) ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ (ร้อยละ 29.75) รองลงมาคือ นักศึกษา (ร้อยละ 19.50) พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 15.25) และเจ้าของกิจการ/ค้าขาย (ร้อยละ 14.25) ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	141	35.25
หญิง	259	64.75
รวม	400	100.00
อายุ		
อายุ 15-30 ปี	195	48.75
อายุ 31-45 ปี	113	28.25
อายุ 46-60 ปี	80	20
อายุ 61-75 ปี	10	2.5
อายุ 76 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	16	4.00
ประถมศึกษา	48	12.00
มัธยมศึกษา	28	7.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	49	12.25
อนุปริญญา	38	9.50
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	221	55.25
รวม	400	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	119	29.75
5,000 - 10,000 บาท	137	34.25
10,001 - 15,000 บาท	81	20.25
มากกว่า 15,000 บาท	63	15.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	119	29.75
พนักงานบริษัทเอกชน	61	15.25
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	57	14.25
แม่บ้าน	41	10.25
นักศึกษา	78	19.50
ลูกจ้างชั่วคราว	17	4.25
เกษตรกร	11	2.75
รับจ้างทั่วไป	11	2.75
ผู้สูงอายุ	4	1.00
วิศวกร	1	0.25
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

พฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ในรอบปีที่ผ่านมาผู้บริโภคมีการซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชน (ร้อยละ 86.00) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบซื้อ คือ ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร (ร้อยละ 35.77) รองลงมา คือ ประเภทของใช้ของตกแต่ง (ร้อยละ 27.87) ประเภทแปรรูปผ้าทอ (ร้อยละ 19.82) และ ประเภทผ้าทอ (ร้อยละ 16.54) ตามลำดับ โดยมี ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนครั้ง (ร้อยละ 38.50)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (ร้อยละ 16.88) รองลงมา คือ ศูนย์ OTOP ชุมชน/อำเภอ/จังหวัด (ร้อยละ 15.97) ร้านค้าชุมชน (ร้อยละ 14.79) และร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก (ร้อยละ 14.34) ตามลำดับ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคส่วนมาก คือ ตัวผู้บริโภคเอง (ร้อยละ 73.50) รองลงมา คือ ครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 21.50) และเพื่อนสนิท/เพื่อนที่ทำงาน (ร้อยละ 3.00) ตามลำดับ

เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค สามารถแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์เป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอส่วนใหญ่ คือ รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 52.89) รองลงมา คือ มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 14.05) ความประณีต (ร้อยละ 10.74) และคุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ 9.09) ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอส่วนใหญ่ คือ รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 57.97) รองลงมา คือ คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ 12.32) มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ 10.87) และความประณีต (ร้อยละ 8.70) ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารส่วนใหญ่ คือ รสชาติ (ร้อยละ 71.73) รองลงมา คือ คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ 9.70) หาซื้อง่าย (ร้อยละ 6.75) และบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 4.22) ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งส่วนใหญ่ คือ สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง (ร้อยละ 38.25) รองลงมา คือ รูปทรง ความทันสมัย (ร้อยละ 18.58) ราคาถูก (ร้อยละ 9.84) และคงทน (ร้อยละ 9.29) ตามลำดับ แสดงดัง ตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้บริโภค

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การซื้อผลิตภัณฑ์ในรอบปี		
ไม่ซื้อ	56	14.00
ซื้อ	344	86.00
รวม	400	100.00
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ซื้อ⁽¹⁾		
ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ	111	16.54
ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ	133	19.82
ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร	240	35.77
ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง	187	27.87
รวม	671	100.00
ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์		
มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	66	16.50
เดือนละครั้ง	81	20.25
2-3 เดือนครั้ง	154	38.50
ปีละครั้ง	99	24.75
รวม	400	100.00
แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์⁽¹⁾		
งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ	186	16.88
ศูนย์ OTOP ชุมชน/อำเภอ/จังหวัด	176	15.97
ร้านค้าชุมชน	163	14.79
ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก	158	14.34
สถานที่ท่องเที่ยว	128	11.62
สหกรณ์/ร้านค้าของกลุ่มผู้ผลิต	81	7.35
ห้างสรรพสินค้า	81	7.35
สถานีขนส่ง	44	3.99
ตัวแทนจำหน่ายถึงบ้าน	43	3.90
ปั้มน้ำมัน	26	2.36
โรงแรม	8	0.73
อินเทอร์เน็ต	8	0.73
รวม	1,102	100.00

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์		
ตัวท่านเอง	294	73.50
ครอบครัว/ญาติ	86	21.50
เพื่อนสนิท/เพื่อนที่ทำงาน	12	3.00
ดารา/ผู้มีชื่อเสียงในสังคม	1	0.25
ที่ทำงาน	7	1.75
รวม	400	100.00
เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์		
ประเภทผ้าทอ		
- มาตรฐานการผลิต	17	14.05
- คุณภาพ/ระดับดาว	11	9.09
- บรรจุภัณฑ์	3	2.48
- รูปแบบและลวดลาย	64	52.89
- ความประณีต	13	10.74
- ราคาถูก	6	4.96
- หาซื้อง่าย	4	3.31
- อื่น ๆ	3	2.48
รวม	121	100.00
ประเภทแปรรูปผ้าทอ		
- มาตรฐานการผลิต	15	10.87
- คุณภาพ/ระดับดาว	17	12.32
- บรรจุภัณฑ์	2	1.45
- รูปแบบและลวดลาย	80	57.97
- ความประณีต	12	8.70
- ราคาถูก	5	3.62
- หาซื้อง่าย	4	2.90
- ความพึงพอใจ	3	2.17
รวม	138	100.00

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร		
- บรจุภัณฑ์	10	4.22
- คุณภาพ/ระดับดาว	23	9.70
- รสชาติ	170	71.73
- รูปแบบและลวดลาย	8	3.38
- ความประณีต	1	0.42
- กำลังได้รับความนิยม	2	0.84
- หาซื้อง่าย	16	6.75
- ปริมาณ	7	2.95
รวม	237	100.00
ประเภทของใช้ตกแต่ง		
- ความปลอดภัย	15	8.20
- มาตรฐานการผลิต	13	7.10
- ความชำนาญ	9	4.92
- รูปทรงความทันสมัย	34	18.58
- คงทน	17	9.29
- ราคาถูก	18	9.84
- ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง	70	38.25
- หาซื้อง่าย	6	3.28
- กลิ่นหอม	1	0.55
รวม	183	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ สามารถตอบได้หลายข้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคโดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภค โดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า ในรอบปีที่ผ่านมาผู้บริโภคมีการซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ มีการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ (ร้อยละ 89.19) ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ มีการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ (ร้อยละ 86.47) ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร มีการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร (ร้อยละ 85.00) และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง มีการซื้อผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง (ร้อยละ 85.03) แสดงดังตารางที่ 4-7

ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ แปรรูปผ้าทอ อาหาร และของใช้ของตกแต่ง ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนครั้ง (ร้อยละ 45.95 41.35 42.08 และ 39.57 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-7 การซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนในรอบปีของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์	การซื้อผลิตภัณฑ์ในรอบปี ⁽¹⁾		รวม (ร้อยละ)
	ไม่ซื้อ (ร้อยละ)	ซื้อ (ร้อยละ)	
ผ้าทอ	12 (10.81)	99 (89.19)	111 (100.00)
แปรรูปผ้าทอ	18 (13.53)	115 (86.47)	133 (100.00)
อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร	36 (15.00)	204 (85.00)	240 (100.00)
ของใช้ของตกแต่ง	28 (14.97)	159 (85.03)	187 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

ตารางที่ 4-8 ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการซื้อ				รวม (ร้อยละ)
	มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ)	เดือนละครั้ง (ร้อยละ)	2-3 เดือนครั้ง (ร้อยละ)	ปีละครั้ง (ร้อยละ)	
ผ้าทอ	14 (12.61)	20 (18.02)	51 (45.95)	26 (23.42)	111 (100.00)
แปรรูปผ้าทอ	16 (12.03)	23 (17.29)	55 (41.35)	39 (29.32)	133 (100.00)
อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร	50 (20.83)	55 (22.92)	101 (42.08)	34 (14.17)	240 (100.00)
ของใช้ของตกแต่ง	31 (16.58)	41 (21.93)	74 (39.57)	41 (21.93)	187 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อศึกษาค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภค พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง 301-500 บาท (ร้อยละ 29.73)

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง 101-300 บาท (ร้อยละ 30.08)

ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง 101-300 บาท (ร้อยละ 35.83)

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง 101-300 บาท (ร้อยละ 40.64) แสดงดังตารางที่ 4-9

เมื่อศึกษาแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภค พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (ร้อยละ 19.76)

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ OTOP ชุมชน/อำเภอ/จังหวัด (ร้อยละ 19.12)

ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (ร้อยละ 17.36)

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก (ร้อยละ 15.41) แสดงดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-9 ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อผลิตกลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง (บาท)					รวม (ร้อยละ)
	ต่ำกว่า 100 (ร้อยละ)	101 - 300 (ร้อยละ)	301 - 500 (ร้อยละ)	501 - 1,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 1,000 (ร้อยละ)	
ผ้าทอ	5 (4.50)	27 (24.32)	33 (29.73)	28 (25.23)	18 (16.22)	111 (100.00)
แปรรูปผ้าทอ	2 (1.50)	40 (30.08)	39 (29.32)	28 (21.05)	24 (18.05)	133 (100.00)
อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร	61 (25.42)	86 (35.83)	54 (22.50)	23 (9.58)	16 (6.67)	240 (100.00)
ของใช้ของตกแต่ง	13 (6.95)	76 (40.64)	52 (27.81)	27 (14.44)	19 (10.16)	187 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4-10 แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบการประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์													รวม (ร้อยละ)
	งานแสดง สินค้า/ นิทรรศการ (ร้อยละ)	สถานที่ ท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ศูนย์ OTOP ชุมชน/ อำเภอ/จังหวัด (ร้อยละ)	สหกรณ์/ ร้านค้าของ กลุ่มผู้ผลิต (ร้อยละ)	ร้านค้า ชุมชน (ร้อยละ)	สถานี ขนส่ง (ร้อยละ)	ร้านขาย ของฝาก/ ของที่ระลึก (ร้อยละ)	ห้าง สรรพสินค้า (ร้อยละ)	โรงแรม (ร้อยละ)	ปั้มน้ำมัน (ร้อยละ)	อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ)	ตัวแทน จำหน่าย ถึงบ้าน (ร้อยละ)		
ผ้าทอ	67 (19.76)	39 (11.50)	57 (16.81)	32 (9.44)	40 (11.80)	8 (2.36)	52 (15.34)	23 (6.78)	2 (0.59)	5 (1.47)	1 (0.29)	13 (3.83)	339 (100.00)	
แปรรูปผ้าทอ	73 (18.86)	45 (11.63)	74 (19.12)	32 (8.27)	51 (13.18)	6 (1.55)	52 (13.44)	27 (6.98)	4 (1.03)	4 (1.03)	4 (1.03)	15 (3.88)	387 (100.00)	
อาหาร/ผลิตภัณฑ์ ทางการเกษตร	130 (17.36)	93 (12.42)	100 (13.35)	58 (7.74)	113 (15.09)	31 (4.14)	112 (14.95)	56 (7.48)	5 (0.67)	22 (2.94)	2 (0.27)	27 (3.60)	749 (100.00)	
ของใช้ของ ตกแต่ง	86 (14.10)	84 (13.77)	88 (14.43)	46 (7.54)	81 (13.28)	32 (5.25)	94 (15.41)	48 (7.87)	7 (1.15)	15 (2.46)	7 (1.15)	22 (3.61)	610 (100.00)	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อศึกษาผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภค พบว่า ทุกประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ ตัวผู้บริโภคเอง (ร้อยละ 70.27 71.43 74.17 และ 72.73 ตามลำดับ) แสดงดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์					รวม (ร้อยละ)
	ตัวท่านเอง (ร้อยละ)	ครอบครัว/ ญาติ (ร้อยละ)	เพื่อนสนิท/ เพื่อนที่ ทำงาน (ร้อยละ)	ดารา/ผู้มี ชื่อเสียงใน สังคม (ร้อยละ)	ที่ทำงาน (ร้อยละ)	
ผ้าทอ	78 (70.27)	30 (27.03)	2 (1.80)	1 (0.90)	0 (0.00)	111 (100.00)
แปรรูปผ้าทอ	95 (71.43)	31 (23.31)	6 (4.51)	1 (0.75)	0 (0.00)	133 (100.00)
อาหาร/ผลผลิต ทางการเกษตร	178 (74.17)	54 (22.50)	6 (2.50)	1 (0.42)	1 (0.42)	240 (100.00)
ของใช้ของตกแต่ง	136 (72.73)	40 (21.39)	3 (1.60)	1 (0.53)	7 (3.74)	187 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อศึกษาเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน โดยจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ และแปรรูปผ้าทอ คือ รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ 54.05 และ 60.61 ตามลำดับ) ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร คือ รสชาติ (ร้อยละ 72.53) และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง คือ ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง (ร้อยละ 38.12) แสดงดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชื่อ	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์									
	มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ)	คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ)	บรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ)	รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ)	ความประณีต (ร้อยละ)	ราคาถูก (ร้อยละ)	หาซื้อง่าย (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)
ผ้าทอ	16 (14.41)	8 (7.21)	2 (1.80)	60 (54.05)	13 (11.71)	5 (4.50)	4 (3.60)	3 (2.70)	111 (100.00)	
	มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ)	คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ)	บรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ)	รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ)	ความประณีต (ร้อยละ)	ราคาถูก (ร้อยละ)	หาซื้อง่าย (ร้อยละ)	ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	
แปรรูปผ้าทอ	13 (9.85)	16 (12.12)	2 (1.52)	80 (60.61)	10 (7.58)	4 (3.03)	4 (3.03)	3 (2.27)	132 (100.00)	
	มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ)	คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ)	บรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ)	รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ)	ความประณีต (ร้อยละ)	ราคาถูก (ร้อยละ)	หาซื้อง่าย (ร้อยละ)	ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	
อาหาร/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	9 (3.86)	22 (9.44)	169 (72.53)	8 (3.43)	1 (0.43)	2 (0.86)	15 (6.44)	7 (3.00)	233 (100.00)	
	บรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ)	คุณภาพ/ระดับดาว (ร้อยละ)	รสชาติ (ร้อยละ)	รูปแบบและลวดลาย (ร้อยละ)	ความประณีต (ร้อยละ)	กำลังได้รับความนิยม (ร้อยละ)	หาซื้อง่าย (ร้อยละ)	ปริมาณ (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	
ของใช้ของตกแต่ง	15 (8.29)	13 (7.18)	9 (4.97)	34 (18.78)	17 (9.39)	17 (9.39)	6 (3.31)	1 (0.55)	181 (100.00)	
	ความปลอดภัย (ร้อยละ)	มาตรฐานการผลิต (ร้อยละ)	ความชำนาญ (ร้อยละ)	รูปทรงความทันสมัย (ร้อยละ)	คงทน (ร้อยละ)	ราคาถูก (ร้อยละ)	หาซื้อง่าย (ร้อยละ)	กลิ่นหอม (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนแต่ละประเภท พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจทางด้านคุณภาพ ระดับมาก (ร้อยละ 32.00) ด้านมาตรฐานการผลิต ระดับมาก (ร้อยละ 32.25) ด้านความคงทน ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็น (ร้อยละ 28.75) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 28.50) ด้านบรรจุภัณฑ์ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.50) ด้านรูปแบบและลวดลาย ระดับมาก (ร้อยละ 31.50) ด้านราคา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 34.75) ด้านความประณีต ระดับมาก (ร้อยละ 31.00) และด้านความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมาก (ร้อยละ 28.50) แสดงดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ

ผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ						รวม (ร้อยละ)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	ไม่มีความเห็น (ร้อยละ)	
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ							
- ด้านคุณภาพ	41 (10.25)	128 (32.00)	107 (26.75)	7 (1.75)	0 (0.00)	117 (29.25)	400 (100.00)
- ด้านมาตรฐานการผลิต	20 (5.00)	129 (32.25)	112 (28.00)	21 (5.25)	2 (0.50)	116 (29.00)	400 (100.00)
- ด้านความคงทน	29 (7.25)	114 (28.50)	106 (26.50)	34 (8.50)	2 (0.50)	115 (28.75)	400 (100.00)
- ด้านบรรจุภัณฑ์	12 (3.00)	75 (18.75)	150 (37.50)	41 (10.25)	7 (1.75)	115 (28.75)	400 (100.00)
- ด้านรูปแบบและลวดลาย	44 (11.00)	126 (31.50)	92 (23.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	114 (28.50)	400 (100.00)
- ด้านราคา	22 (5.50)	83 (20.75)	139 (34.75)	37 (9.25)	4 (1.00)	115 (28.75)	400 (100.00)
- ด้านความประณีต	40 (10.00)	124 (31.00)	101 (25.25)	22 (5.50)	0 (0.00)	113 (28.25)	400 (100.00)
- ด้านความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์	45 (11.25)	114 (28.50)	101 (25.25)	25 (6.25)	3 (0.75)	112 (28.00)	400 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล



ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจทางด้านคุณภาพ ระดับมาก (ร้อยละ 30.00) ด้านมาตรฐานการผลิต ระดับมาก (ร้อยละ 33.00) ด้านความคงทน ระดับมาก (ร้อยละ 30.50) ด้านบรรจุภัณฑ์ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 36.25) ด้านรูปแบบและลวดลาย ระดับมาก (ร้อยละ 29.75) ด้านราคา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.00) ด้านความประณีต ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็น (ร้อยละ 28.00) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 27.50) และด้านความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 28.25) แสดงดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ

ผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ						รวม (ร้อยละ)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	ไม่มีความเห็น (ร้อยละ)	
ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ							
- ด้านคุณภาพ	42 (10.50)	120 (30.00)	112 (28.00)	13 (3.25)	0 (0.00)	113 (28.25)	400 (100.00)
- ด้านมาตรฐานการผลิต	27 (6.75)	132 (33.00)	101 (25.25)	25 (6.25)	1 (0.25)	114 (28.50)	400 (100.00)
- ด้านความคงทน	31 (7.75)	122 (30.50)	109 (27.25)	25 (6.25)	1 (0.25)	112 (28.00)	400 (100.00)
- ด้านบรรจุภัณฑ์	12 (3.00)	84 (21.00)	145 (36.25)	44 (11.00)	2 (0.50)	113 (28.25)	400 (100.00)
- ด้านรูปแบบและลวดลาย	47 (11.75)	119 (29.75)	92 (23.00)	28 (7.00)	2 (0.50)	112 (28.00)	400 (100.00)
- ด้านราคา	23 (5.75)	82 (20.50)	132 (33.00)	45 (11.25)	6 (1.50)	112 (28.00)	400 (100.00)
- ด้านความประณีต	44 (11.00)	110 (27.50)	102 (25.50)	31 (7.75)	1 (0.25)	112 (28.00)	400 (100.00)
- ด้านความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์	46 (11.50)	107 (26.75)	113 (28.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	110 (27.50)	400 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร ผู้บริโภคมีความพึงพอใจทางด้านคุณภาพ ระดับมาก (ร้อยละ 42.50) ด้านมาตรฐานการผลิต ระดับมาก (ร้อยละ 36.00) ด้านรสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.00) ด้านบรรจุภัณฑ์ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.00) ด้านการจัดเก็บ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 38.00) ด้านการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้าน ระดับมาก (ร้อยละ 32.00) ด้านราคา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 34.00) และด้านการเก็บรักษาได้นาน มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.25) แสดงดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

ผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ						รวม (ร้อยละ)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	ไม่มี ความเห็น (ร้อยละ)	
ผลิตภัณฑ์อาหาร							
- ด้านคุณภาพ	38 (9.50)	170 (42.50)	113 (28.25)	9 (2.25)	0 (0.00)	70 (17.50)	400 (100.00)
- ด้านมาตรฐานการผลิต	16 (4.00)	144 (36.00)	140 (35.00)	24 (6.00)	3 (0.75)	73 (18.25)	400 (100.00)
- ด้านรสชาติ	55 (13.75)	123 (30.75)	132 (33.00)	21 (5.25)	2 (0.50)	67 (16.75)	400 (100.00)
- ด้านบรรจุภัณฑ์	20 (5.00)	109 (27.25)	148 (37.00)	50 (12.50)	4 (1.00)	69 (17.25)	400 (100.00)
- ด้านการจัดเก็บ	24 (6.00)	100 (25.00)	152 (38.00)	50 (12.50)	4 (1.00)	70 (17.50)	400 (100.00)
- ด้านการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้าน	49 (12.25)	128 (32.00)	126 (31.50)	24 (6.00)	4 (1.00)	69 (17.25)	400 (100.00)
- ด้านราคา	45 (11.25)	120 (30.00)	136 (34.00)	28 (7.00)	4 (1.00)	67 (16.75)	400 (100.00)
- ด้านการเก็บรักษาได้นาน	27 (6.75)	97 (24.25)	149 (37.25)	50 (12.50)	8 (2.00)	69 (17.25)	400 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจทางด้านความปลอดภัย ระดับมาก (ร้อยละ 30.00) ด้านมาตรฐานการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 32.75) ด้านความชำนาญ ระดับมาก (ร้อยละ 29.50) ด้านรูปทรงความทันสมัย ระดับมาก (ร้อยละ 29.25) ด้านความคงทน ระดับมาก (ร้อยละ 29.00) ด้านราคา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 30.75) ด้านการเป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก ระดับปานกลาง (ร้อยละ 35.75) และด้านความหลากหลายในการใช้ประโยชน์ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ร้อยละ 29.50) แสดงดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง

ผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ						รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความเห็น	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง							
- ความปลอดภัย	41 (10.25)	120 (30.00)	111 (27.75)	21 (5.25)	0 (0.00)	107 (26.75)	400 (100.00)
- ด้านมาตรฐานการผลิต	27 (6.75)	116 (29.00)	131 (32.75)	19 (4.75)	0 (0.00)	107 (26.75)	400 (100.00)
- ด้านความชำนาญ	41 (10.25)	118 (29.50)	116 (29.00)	18 (4.50)	1 (0.25)	106 (26.50)	400 (100.00)
- ด้านรูปทรงความทันสมัย	38 (9.50)	117 (29.25)	108 (27.00)	30 (7.50)	2 (0.50)	105 (26.25)	400 (100.00)
- ด้านความคงทน	34 (8.50)	116 (29.00)	113 (28.25)	32 (8.00)	0 (0.00)	105 (26.25)	400 (100.00)
- ด้านราคา	31 (7.75)	104 (26.00)	123 (30.75)	32 (8.00)	4 (1.00)	106 (26.50)	400 (100.00)
- การเป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก	21 (5.25)	84 (21.00)	143 (35.75)	40 (10.00)	4 (1.00)	108 (27.00)	400 (100.00)
- ด้านความหลากหลายในการใช้ประโยชน์	46 (11.50)	95 (23.75)	118 (29.50)	33 (8.25)	3 (0.75)	105 (26.25)	400 (100.00)

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อหน่วยงานภาครัฐที่เข้าไปพัฒนาจุดเด่นและกำจัดจุด ด้อยของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเข้าไปพัฒนาจุดเด่นและกำจัดจุด
ด้อยของหน่วยงานภาครัฐ ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์
พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าไปพัฒนาจุดเด่น
ของผลิตภัณฑ์ที่ควรส่งเสริมให้มากยิ่งขึ้นของหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่งเสริมทางด้านการสร้าง
เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (ร้อยละ 80.00) และควรกำจัดจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันที่มีตลาด
แคบหายาก (ร้อยละ 43.10)

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าไป
พัฒนาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ควรส่งเสริมให้มากยิ่งขึ้นของหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่งเสริมทางด้านการ
สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (ร้อยละ 63.24) และควรกำจัดจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันที่มีตลาด
แคบหายาก (ร้อยละ 38.81)

ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการ
เข้าไปพัฒนาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ควรส่งเสริมให้มากยิ่งขึ้นของหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่งเสริม
ทางด้านการเพิ่มคุณภาพ/รสชาติอร่อย (ร้อยละ 69.62) และควรกำจัดจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ใน
ปัจจุบันว่ามีบรรจุภัณฑ์ที่ไม่น่าสนใจ (ร้อยละ 52.50)

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าไป
พัฒนาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ควรส่งเสริมให้มากยิ่งขึ้นของหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่งเสริมทางด้านการ
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม (ร้อยละ 38.38) และควรกำจัดจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันที่มี
ตลาดแคบหายาก (ร้อยละ 46.03) แสดงดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเข้าไปพัฒนาจุดเด่นและกำจัดจุดด้อยของ
หน่วยงานภาครัฐ ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอที่หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปส่งเสริม		
สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	92	80.00
สามารถปรับราคาให้เพิ่มสูงได้	7	6.09
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม	7	6.09
เพิ่มคุณภาพ/รสชาติอร่อย	7	6.09
อื่น ๆ	2	1.74
รวม	115	100.00
จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอที่หน่วยงานภาครัฐควรกำจัด		
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	42	36.21
ตลาดแคบหาซื้อยาก	50	43.10
บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	16	13.79
คุณภาพไม่ดี/รสชาติไม่อร่อย	5	4.31
อื่น ๆ	3	2.59
รวม	116	100.00
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอที่หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปส่งเสริม		
สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	86	63.24
สามารถปรับราคาให้เพิ่มสูงได้	16	11.76
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม	13	9.56
เพิ่มคุณภาพ/รสชาติอร่อย	16	11.76
อื่น ๆ	5	3.68
รวม	136	100.00
จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอที่หน่วยงานภาครัฐควรกำจัด		
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	36	26.87
ตลาดแคบหาซื้อยาก	52	38.81
บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	27	20.15
คุณภาพไม่ดี/รสชาติไม่อร่อย	16	11.94
อื่น ๆ	3	2.24
รวม	134	100.00

ตารางที่ 4-17 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปส่งเสริม		
สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	23	9.70
สามารถปรับราคาให้เพิ่มสูงได้	7	2.95
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม	39	16.46
เพิ่มคุณภาพ/รสชาติอร่อย	165	69.62
อื่น ๆ	3	1.27
รวม	237	100.00
จุดด้อยของผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่หน่วยงานภาครัฐควรกำจัด		
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	27	11.25
ตลาดแคบหาซื้อยาก	44	18.33
บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	126	52.50
คุณภาพไม่ดี/รสชาติไม่อร่อย	37	15.42
ไม่มีมาตรฐานรับรอง	6	2.50
รวม	240	100.00
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งที่หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปส่งเสริม		
สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	70	37.84
สามารถปรับราคาให้เพิ่มสูงได้	21	11.35
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม	71	38.38
เพิ่มคุณภาพ/รสชาติอร่อย	16	8.65
เป็นที่ต้องการของตลาด/ผู้บริโภค	6	3.24
ทันสมัย	1	0.54
รวม	185	100.00
จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งที่หน่วยงานภาครัฐควรกำจัด		
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	48	25.40
ตลาดแคบหาซื้อยาก	87	46.03
บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	38	20.11
คุณภาพไม่ดี/รสชาติไม่อร่อย	12	6.35
ไม่มีสื่อ/โฆษณาประชาสัมพันธ์	4	2.12
รวม	189	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับการดำเนินการ หรือนโยบายของภาครัฐต่อธุรกิจชุมชน ต่างๆ

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับการดำเนินการ หรือนโยบายของภาครัฐต่อธุรกิจชุมชน
ต่างๆ มีดังนี้

1. ด้านการวางแผนและการบริหารจัดการ

- รัฐควรสนับสนุนทำการตลาดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลับมาได้รับความนิยม
- การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง ทำให้ขาดการพัฒนาแบบต่อยอด ควรมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เช่น งาน OTOP ประจำปี
- ปรับเปลี่ยนนโยบายที่ช่วยส่งเสริมให้สามารถดำเนินธุรกิจแบบพึ่งตนเองมากขึ้น และค่อยเป็นค่อยไป
- นำผลของการศึกษาวิจัยไปใช้ประกอบการดำเนินนโยบายเพื่อสามารถแก้ไขได้อย่างตรงจุด
- ส่งเสริมเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้โดดเด่นและมีคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา
- อยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย และยังคงรูปแบบท้องถิ่นเอาไว้
- ควรมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน และบัญชี เป็นต้น
- รัฐควรกระตุ้นกลุ่มที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ให้มีการพัฒนามากกว่า 3 ดาวขึ้นไป
- ควรมีการให้ทุกฝ่าย โดยเฉพาะชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้อง และนำข้อเสนอเข้าสู่แผนระดับต่างๆ เพื่อการพัฒนาอย่างสอดคล้องกัน
- ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ และผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม รวมถึงคุณภาพของสินค้า
- ในการอบรมควรมีผู้ที่เชี่ยวชาญมาเป็นวิทยากร
- รัฐควรส่งเสริมให้กลุ่มมีความก้าวหน้าและไม่ล้มละลาย
- ควรมีการจัดแสดงสินค้าเพื่อเป็นกำลังใจให้กับชาวบ้านและกลุ่มต่างๆ
- ควรรักษาเอกลักษณ์ของสินค้าไว้ให้คงเดิม
- ควรจัดหาสถานที่เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ให้ทั่วถึงทุกจังหวัด
- อยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย และยังคงรูปแบบท้องถิ่นเอาไว้
- รัฐควรสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้ชัดเจน เพราะปัจจุบันนี้สินค้าของหลายๆที่ซ้ำกัน และตัดราคากันเอง
- ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีการส่งออกมากขึ้น

- นโยบายที่จะช่วยได้ต้องปฏิบัติจริงไม่ใช่เพียงแต่ตัวนโยบาย
- ส่งเสริมการใช้สินค้าในประเทศมากกว่าสินค้าต่างประเทศ
- รมรณรงค์ให้มีการแต่งชุดพื้นเมืองของหน่วยงานราชการต่างๆเพื่อเป็นแบบอย่าง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมาซื้อผลิตภัณฑ์
- รัฐบาลควรมีนโยบายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงมากกว่านโยบายที่เป็นนามธรรมไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้
- อยากให้นำสินค้า OTOP ของแต่ละหมู่บ้านมารวมที่เดียวกัน เพื่อจัดตั้งให้เป็นตลาดสำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
- ควรมีศูนย์ธุรกิจชุมชนที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย
- ควรมีการจัดการอบรมผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนด้านจริยธรรมธุรกิจ
- ควรมีการจดลิขสิทธิ์สินค้า
- ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ และผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม รวมถึงคุณภาพของสินค้า
- เพิ่มจุดขายให้กับสินค้าเพื่อนำไปแข่งขันกับสินค้าอื่นๆเพื่อที่จะได้ระดับดาว
- ถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังที่มีความสนใจ เพื่อเป็นการสานต่อภูมิปัญญาไทย
- ควรรนำภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP
- ควรส่งเสริมธุรกิจ และเข้าถึงกลุ่มธุรกิจให้มากขึ้น และรักษาคุณภาพให้คงที่

2. ด้านการผลิต

- อยากให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบทันสมัยและสวยงามมากขึ้น
- รัฐควรจัดให้มีเครื่องจักรใหม่ๆมาใช้
- เพิ่มคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- ควรมีการอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย
- ควรมีการฝึกอบรมการออกแบบใหม่ๆ ผสมผสานระหว่างศิลปะพื้นบ้านและหลักวิชาการ เทคโนโลยีให้แก่คนรุ่นใหม่
- สินค้า OTOP ต้องพัฒนาอีกมาก เช่น วัตถุดิบที่ใช้ควรมีความทันสมัยในการผลิต
- ภาครัฐควรมีหน่วยงานเข้ามาตรวจสอบมาตรฐานการผลิต เกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้บริโภค
- รัฐควรสนับสนุนให้มีการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า
- ด้านการผลิตอาหารควรมีการควบคุมคุณภาพให้ได้คุณภาพที่แน่นอน เน้นความสะอาดปลอดภัย ควรจะมีหน่วยงานที่ควบคุมมาตรฐานตรวจสอบการผลิต คุณภาพทุกครั้ง

ที่ทำการผลิต เนื่องจากบางครั้งสินค้าที่ซื้อมามีคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ที่ด้อยกว่าครั้งแรกที่ซื้อมา

- ควรมีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ด้านการตลาดและการผลิตมากขึ้น เพื่อการพัฒนาที่ถูกต้อง
- ผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด

3. ด้านการเงิน

- ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับกลุ่ม ซึ่งประสบปัญหาจากการตลาด OTOP ขบเซา
- ผลิตภัณฑ์ควรมีราคาถูกและหาซื้อง่าย
- ส่งเสริมเรื่องมาตรฐานทางด้านราคาของสินค้าในระดับต่างๆ อย่างชัดเจน
- สนับสนุนด้านเงินทุนให้กับกลุ่ม
- ราคาของสินค้าไม่สมดุล คือ สินค้าบางอย่างราคาแพง บางอย่างราคาถูก ควรมีการปรับปรุงราคาให้เหมาะสม
- ภาครัฐควรจัดทุนสนับสนุนให้แก่ธุรกิจของชุมชนอย่างเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเอง
- เรื่องราคาผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาราคาให้เท่าเทียมกัน ไม่แพงมากเพราะจะขายไม่ได้
- ภาครัฐควรจัดทุนสนับสนุนให้แก่ธุรกิจของชุมชนอย่างเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเอง

4. ด้านการตลาด

- ควรมีแหล่งการขาย การตลาดเกี่ยวกับ OTOP มากขึ้นกว่าเดิม
- ภาครัฐควรขยายตลาดของผ้าทอให้มากขึ้น จัดหางบประมาณและจัดหาแหล่งวัตถุดิบให้กลุ่มของผ้าทอ
- รัฐควรมีการให้ความรู้ด้านการตลาดควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้า เพราะทุกวันนี้กลุ่ม OTOP ส่วนใหญ่แค่สามารถผลิตได้ แต่ไม่มีการขยายตลาดเพิ่มขึ้น รอแต่การแสดงสินค้าตามงานต่างๆ เท่านั้น
- ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้
- เพิ่มช่องทางด้านการตลาดเพื่อกระจายสินค้า
- ให้รัฐบาลเข้ามาช่วยดูแล และให้ความรู้เรื่องการตลาด
- ส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- สนับสนุนระบบด้านตลาดและการบริการ

- ควรมีการให้ความสนับสนุนกับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและหาตลาดให้กับธุรกิจนั้นๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิต และนำรายได้เข้าธุรกิจที่ทำอย่างถาวร
- ทางภาครัฐควรจะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชุมชนในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนหลายๆพื้นที่ และเข้ามาช่วยผลักดันให้สินค้าของชุมชนสามารถเป็นสินค้าส่งออกได้
- ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวสินค้าในวารสาร หนังสือพิมพ์ต่างๆ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- ภาครัฐควรมีนโยบายที่น่าสนใจและจัดหางบประมาณให้เพียงพอให้กับกลุ่มชาวบ้าน และจัดหาตลาดใหม่ๆขึ้น
- ควรมีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ด้านการตลาดและการผลิตมากขึ้น เพื่อการพัฒนาที่ถูกต้อง

4.4 การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนของภาครัฐ

การศึกษาการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนของภาครัฐจะเป็นการศึกษาถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจชุมชนของหน่วยงานในสังกัด แนวนโยบายที่ได้ดำเนินการในอดีต วิธีการดำเนินงาน และปัญหาในการดำเนินการ เพื่อจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

โดยทำการเก็บข้อมูลจากหัวหน้าหรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดหรืออำเภอที่ดูแลหรือรับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน จำนวนทั้งหมด 122 หน่วยงาน (รายละเอียดหน่วยงานในภาคผนวก ข.) โดยวิธีการสุ่มเก็บในพื้นที่ที่มีความสอดคล้องกับการเลือกกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน เช่น ถ้าเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้าทอในพื้นที่จังหวัดน่าน ก็จะมีการเก็บข้อมูลหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดน่าน เป็นต้น และนำเสนอผลการศึกษาโดยทำการจัดกลุ่มหน่วยงานตามกระทรวงที่หน่วยงานสังกัด ได้ผลดังนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่หน่วยงานภาครัฐเข้าไปส่งเสริมและพัฒนา

จากการศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่หน่วยงานภาครัฐได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนาในอดีต พบว่า หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ (ร้อยละ 43.75) อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร (ร้อยละ 29.17) ของใช้ของตกแต่ง (ร้อยละ 16.67) และแปรรูปผ้าทอ (ร้อยละ 10.42)

กระทรวงมหาดไทยเข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอและของใช้ของตกแต่งเท่ากัน (ร้อยละ 27.78) อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร (ร้อยละ 25.93) และแปรรูปผ้าทอ (ร้อยละ 18.52)

กระทรวงพาณิชย์เข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ และของใช้ของตกแต่ง
เท่ากัน (ร้อยละ 37.50) แปรรูปผ้าทอ และอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร เท่ากัน (ร้อยละ 12.50) ป

กระทรวงอุตสาหกรรมเข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง (ร้อย
ละ 50.00) ผ้าทอ (ร้อยละ 33.33) และอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร (ร้อยละ 16.67)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทาง
การเกษตร (ร้อยละ 100.00) เพียงอย่างเดียว แสดงดังตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่หน่วยงานรับผิดชอบ ให้ความสนใจผลิต
มากที่สุด

หน่วยงานในสังกัด	ประเภทผลิตภัณฑ์				
	ผ้าทอ (ร้อยละ)	แปรรูปผ้าทอ (ร้อยละ)	อาหาร/ผลผลิต ทางการเกษตร (ร้อยละ)	ของใช้ของ ตกแต่ง (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)
กระทรวงศึกษาธิการ	21 (43.75)	5 (10.42)	14 (29.17)	8 (16.67)	48 (100.00)
กระทรวงมหาดไทย	15 (27.78)	10 (18.52)	14 (25.93)	15 (27.78)	54 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์	3 (37.50)	1 (12.50)	1 (12.50)	3 (37.50)	8 (100.00)
กระทรวงอุตสาหกรรม	2 (33.33)	0 (0.00)	1 (16.67)	3 (50.00)	6 (100.00)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)	0 (0.00)	6 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการนำผลการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในภาคผนวก ณ. มาวิเคราะห์โดยพิจารณาจากความเห็นในแต่ละประเด็นของศักยภาพ หากปรากฏว่าความเห็นส่วนใหญ่ของกระทรวงใดกระทรวงหนึ่งให้ความเห็นในประเด็นศักยภาพว่ามีระดับน้อยถือว่า ผลลัพธ์นั้นๆ ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าวศักยภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา มีดังนี้ (ตารางที่ 4-19)

ภาพรวม พบว่า ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เพราะมีความเห็นต่อระดับศักยภาพในระดับน้อยปรากฏในความเห็นของหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรม

กลุ่มธุรกิจผ้าทอ พบว่า ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านบริหารจัดการวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหามากที่สุด เพราะมีความเห็นต่อระดับศักยภาพในระดับน้อยปรากฏในความเห็นของหน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงเกษตรฯ

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าพบว่า ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านบริหารจัดการวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหามากที่สุด เพราะมีความเห็นต่อระดับศักยภาพในระดับน้อยปรากฏในความเห็นของหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงเกษตรฯ

กลุ่มธุรกิจอาหาร/แปรรูปเกษตร พบว่า ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เพราะมีความเห็นต่อระดับศักยภาพในระดับน้อยปรากฏในความเห็นของหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรม

กลุ่มธุรกิจของใช้ของตกแต่ง พบว่า ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหามากที่สุด เพราะมีความเห็นต่อระดับศักยภาพในระดับน้อยปรากฏในความเห็นของหน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงเกษตรฯ

ตารางที่ 4-19 ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของหน่วยงานรัฐต่อศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านต่างๆ

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน				
	ผ้าทอ	แปรรูปผ้าทอ	อาหาร/แปรรูปเกษตร	ของใช้ของตกแต่ง	ภาพรวม
ด้านบริหารจัดการเงินทุน					
- ก.ศึกษาธิการ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
- ก.เกษตรฯ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ด้านบริหารจัดการวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น					
- ก.ศึกษาธิการ	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง/มาก	มาก	มาก	ปานกลาง/มาก
- ก.อุตสาหกรรม	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก
- ก.เกษตรฯ	น้อย/มาก	น้อย/ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
ด้านฝีมือแรงงาน					
- ก.ศึกษาธิการ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
- ก.มหาดไทย	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	มาก
- ก.เกษตรฯ	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต					
- ก.ศึกษาธิการ	น้อย/ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.อุตสาหกรรม	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง
- ก.เกษตรฯ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน				
	ผ้าทอ	แปรรูปผ้าทอ	อาหาร/แปรรูปเกษตร	ของใช้ของตกแต่ง	ภาพรวม
ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ					
- ก.ศึกษาธิการ	มาก	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	มาก	มาก	มากที่สุด	ปานกลาง	มาก
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	มาก	ปานกลาง
- ก.เกษตรฯ	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า					
- ก.ศึกษาธิการ	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
- ก.พาณิชย์	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง/มาก
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง
- ก.เกษตรฯ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม					
- ก.ศึกษาธิการ	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง/มาก
- ก.พาณิชย์	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง/มาก	ปานกลาง/มาก	น้อย/ปานกลาง	มาก	น้อย/มาก
- ก.เกษตรฯ	มาก	ปานกลาง	มาก	น้อย/ปานกลาง/มาก	ปานกลาง/มาก
ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด					
- ก.ศึกษาธิการ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย/ปานกลาง/มาก	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
- ก.อุตสาหกรรม	น้อย/ปานกลาง	น้อย/ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย
- ก.เกษตรฯ	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน				
	ผ้าทอ	แปรรูปผ้าทอ	อาหาร/แปรรูปเกษตร	ของใช้ของตกแต่ง	ภาพรวม
ด้านความสามารถด้านการแก้ไข้ปัญหา					
- ก.ศึกษาธิการ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.มหาดไทย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.พาณิชย์	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.อุตสาหกรรม	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ก.เกษตรฯ	น้อย/ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	น้อย/ปานกลาง/มาก	ปานกลาง

ที่มา: จากภาคผนวก ฉ.

ปัญหา แนวทางแก้ไข้ปัญหาและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

การศึกษาปัญหา แนวทางแก้ไข้ปัญหา และข้อเสนอแนะในการส่งเสริมพัฒนาากลุ่มธุรกิจชุมชนที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงเกษตรฯ โดยจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 4-20 ถึง 4-23

ตารางที่ 4-20 ปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการบริหารจัดการ 1. การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาตนเอง ไม่สามัคคี 2. เจ้าหน้าที่ของรัฐขาดประสิทธิภาพจริง มีความรู้น้อยกว่าผู้ผลิต	1. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 2. เจ้าหน้าที่ที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ 3. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม	1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการ อย่างมืออาชีพ พึ่งพา ตัวเองได้ 3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงใหม่ ความหลากหลายยิ่งขึ้น 4. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การส่งเสริม การตลาด
ด้านวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ 1. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 2. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และราคาสูง	1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 2. ทางสนับสนุนมากกว่านี้	5. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 6. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 7. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 8. สนับสนุนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น 9. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุ ภัณฑ์ 10. มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อน ออกจำหน่าย
ด้านแรงงาน 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด	1. สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง	
ด้านเงินทุน 1. ขาดแคลนเงินทุน 2. นำเงินทุนไปใช้ผิดวัตถุประสงค์	1. หาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือให้ทุนสนับสนุนเพื่อดำเนินการ 2. สนับสนุนให้กลุ่มดำเนิน การตามแผนงาน	
ด้านการผลิต 1. ผลิตไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มไม่เวลาทำ/ตลาดนิยมเป็นช่วงๆ 2. ผ้าทอ ต้องใช้เวลาในการทำงาน ถ้าราคาถูกจะได้อะไรไม่คุ้มทุน 3. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่ หลากหลาย 4. มีการปรับมาตรฐานที่ยากขึ้น กลุ่มตามไม่ทัน 5. คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ	1. สนับสนุนเรื่องมาตรฐานอย่างจริงจัง ดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 2. จำหน่ายให้สมาชิกในราคากันเอง 3. สนับสนุนให้กลุ่มผลิตสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการ 4. ส่งเสริมให้มีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม 5. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 6. ให้ความรู้ควบคุมมาตรฐานให้คงที่	

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการตลาด 1. ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก สิ้นค้าขายไม่ได้ 2. การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 3. พ่อค้าคนกลางกดราคา 4. ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางการขาย การตลาด	1. จัดสถานที่แสดงผลภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย 2. สนับสนุนให้กลุ่มผลิตสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการ 3. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง 4. นำผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบให้กลุ่มแปรรูปผ้าทอ ใช้อเอง 5. อบรมให้ความรู้ด้านทักษะการขาย การตลาด	11. สนับสนุนเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 12. ให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ให้ มาก 13. หน่วยงานควรรสนับสนุนในส่วนที่ กลุ่มขาดจริง อย่งตรงไปตรงมา 14. เน้นการส่งเสริมที่เอาไปใช้ได้จริง

ที่มา: จากภาคผนวก ญ.

ตารางที่ 4-21 ปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการบริหารจัดการ 1. กลังไม่มีการพัฒนาตัวเอง ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ 2. เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความรู้จริง มีความรู้น้อยกว่ากลุ่ม 3. ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	1. ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ 2. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริ่งจิงเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง 3. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ จากประสบการณ์จริงมาแนะนำ	1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 4. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคาวัตถุดิบ 5. ส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์
ด้านวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ 1. วัตถุดิบราคาสูง ขาดแคลน หายาก ต้นทุนสูง	1. ส่งเสริมการสร้างแหล่งผลิตวัตถุดิบ	6. ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต
ด้านแรงงาน 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์	1. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน ศึกษาดูงาน 2. ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นอย่างจริงจัง	7. ส่งเสริมเรื่องคุณภาพ มาตรฐาน จนสามารถส่งออกได้
ด้านเงินทุน 1. ขาดแคลนเงินทุน	1. หางสนับสนุนมากกว่านี้	8. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด
ด้านการผลิต 1. ขาดความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาประยุกต์ให้หลากหลาย 2. แหล่งผลิตคับแคบ การผลิตไม่ต่อเนื่อง 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ 4. มีการลอกเลียนแบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่เป็นเอกลักษณ์ 5. กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครื่องชอยตลาด 6. ทำตามคนอื่นทำ ไม่หลากหลาย	1. เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลาย ๆ กลุ่ม 2. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่ 3. กระจายแหล่งผลิต เช่นรับไปทำที่บ้าน 4. เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลาย ๆ กลุ่ม 5. ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย	9. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ อย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 10. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการตลาด 1. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หยาก ขาดการประชาสัมพันธ์ 2. กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 3. พ่อค้าคนกลางกดราคา	1. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ 2. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง	11. สนับสนุนให้มีการประยุกต์ รั้งขงภูมิ ปัญหาท้องถิ่น 12. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความเป็นมาของ ผลิตภัณฑ์

ที่มา: จากภาคผนวก ญ.

ตารางที่ 4-22 ปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการบริหารจัดการ 1. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตนเอง ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ 2. เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความรู้จริง มีความรู้น้อยกว่ากลุ่ม	1. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 2. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ	1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจนต่อเนื่อง และจริงจัง 2. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประสานงานที่ดีกว่านี้ 3. ควรมีส่วนวิเคราะห์มาตรฐานอาหารแต่ละจังหวัด 4. เน้นการส่งเสริมที่กลุ่มสามารถนำไปใช้ได้จริง 5. ส่งเสริม สร้างคุณค่าให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป
ด้านวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ 1. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และมีราคาสูง	1. สนับสนุน ส่งเสริมการรักษาวัตถุดิบภายในชุมชน	
ด้านแรงงาน 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์ 2. แรงงานน้อย ผลิตตามคำสั่งซื้อไม่ทัน	1. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนามือแรงงาน 2. ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นอย่างจริงจัง	
ด้านเงินทุน 1. ขาดแคลนเงินทุน	1. ทางสนับสนุนให้มากกว่านี้	
ด้านการผลิต 1. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 2. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ 4. ขาดการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรมเพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ของ กลุ่ม	1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. พาศึกษาดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 3. ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรม	6. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 7. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 8. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 9. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ 10. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยี มาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
<p>ด้านการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หยาก ตัวใครตัวมัน 2. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 2. สร้างเครือข่าย ศึกษาดูงาน ประชาสัมพันธ์ 3. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง 	<ol style="list-style-type: none"> 11. สนับสนุน และส่งเสริมในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 12. ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 13. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่งตรงไปตรงมา 14. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 15. ควรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกจำหน่าย 16. ส่วนที่ดำเนินการให้มาตรฐาน ควรจะดำเนินการให้โดยเร็ว 17. กลุ่มควรใส่ใจ มีความรับผิดชอบร่วมกัน 18. กลุ่มควรใส่ใจเกี่ยวกับสถานที่ผลิตให้มากกว่านี้ 19. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 20. ให้ความสำคัญกับการลงมือทำมากกว่าการยัดข้อมูลจากเอกสาร

ที่มา: จากภาคผนวก ญ.

ตารางที่ 4-23 ปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
ด้านการบริหารจัดการ 1. การดำเนินงานไม่ต่อเนื่องกลุ่มจึงไม่มีความใส่ใจอย่างจริงจัง 2. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตัวเอง ไม่มีความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ	1. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 2. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ 3. นโยบายควรต่อเนื่องและจริงจัง มีการติดตามประเมินผล 4. สมาชิกกลุ่มควรให้ความใส่ใจ รับผิดชอบร่วมกัน	1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. เน้นการส่งเสริมที่กลุ่มสามารถนำไปใช้ได้จริง 3. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริงโดยตรงไปตรงมา 4. กระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตผู้ประกอบการ และชุมชน 5. ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ 6. สนับสนุนเรื่องการจดลิขสิทธิ์ ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์ 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ 8. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 9. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ 10. จัดอบรมเกี่ยวกับการตั้ง การสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม
ด้านวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ 1. วัตถุดิบหายาก ขาดแคลน มีราคาสูง 2. ขาดวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิต	1. ส่งเสริมให้ผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อลดต้นทุน	
ด้านแรงงาน 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์	1. กระตุ้นให้เพิ่มสมาชิก ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มาเรียนรู้ และสืบทอด 2. ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นอย่างจริงจัง	
ด้านเงินทุน 1. ขาดแคลนเงินทุน 2. กลุ่มไม่กล้าลงทุน ไม่กล้าผลิตสินค้าใหม่ๆ	1. หางสนับสนุนมากกว่านี้ 2. ให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินทุน	
ด้านการผลิต 1. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 2. คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน 3. สถานที่ผลิตคับแคบ ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม 4. ผลิตตามแบบผู้ผลิตรายอื่น ไม่หลากหลาย	1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. กระจายงานให้ไปที่บ้าน 3. สนับสนุนให้กลุ่มดำเนินการขอมาตรฐานรองรับ 4. ต้องให้ความรู้เรื่องธุรกิจโครงสร้างองค์กร (CE) เพื่อผลิตสิ่งใหม่ๆ	

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ข้อเสนอแนะ
<p>ด้านการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ไม่มีความรู้ 2. ขาดการประชาสัมพันธ์ กลุ่มผู้ติดตามเกินไป สินค้าตลาด 3. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หาดตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 2. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง 	<ol style="list-style-type: none"> 11. พาไปศึกษาดูงานกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพ 12. ให้ความรู้ สนับสนุนเกี่ยวกับการจัดการ และรักษาสีเมล็ดลอม 13. ผลิตผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับผู้บริโภคทุกกลุ่ม ขยายฐานผู้บริโภค 14. สนับสนุนเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง 15. ให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 16. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 17. อำนวยความสะดวกในการขนย้าย

ที่มา: จากภาคผนวก ญ.

4.5 **สังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน**

จากผลการสังเคราะห์นโยบายที่รัฐได้ดำเนินการในอดีตนำมาพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์ ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain)ของธุรกิจชุมชน นำพฤติกรรม การบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนของภาครัฐ และข้อเสนอแนะจากธุรกิจชุมชน ผู้บริโภคและหน่วยงานภาครัฐ นำมาสังเคราะห์และประมวลผลเพื่อนำสู่แนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน ได้ดังนี้

นโยบายของภาครัฐในอดีต

จากการสังเคราะห์นโยบาย OTOP นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และโครงการไทยเข้มแข็ง (ตารางที่ 4-28 หน้า 157) พบว่า

ด้านทุน จากนโยบายต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มมีความคล่องตัวทางการเงินทั้งเงินทุนให้เปล่าและเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ทำให้กลุ่มมีเงินทุนใช้จ่ายผลิตสินค้าและบริหารจัดการ แต่กลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถในการบริหารเงินทุน ระบบการเงิน และบัญชีเท่าที่ควร อาจเป็นการสร้างภาระหนี้ให้กลุ่มได้ การปล่อยกู้ควรมีการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม ความสามารถในการชำระคืน ภาระทางการเงิน ณ ปัจจุบันของกลุ่ม

ด้านการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากนโยบายต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มผลิตสินค้าได้มาตรฐานสร้างความพึงพอใจให้ผู้ซื้อ เกิดความรู้และแนวคิดที่จะพัฒนาสร้างสรรค์ต่อยอดให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย เกิดการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ ได้รับโอกาสในการเรียนรู้ สืบทอดและถ่ายทอดภูมิปัญญาให้เกิดความยั่งยืน แต่การผลักดันกลุ่มต่างๆ ต้องคำนึงถึงศักยภาพและความต้องการของกลุ่ม ต้องมีการสนับสนุนและผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง ต้องอาศัยความเป็นพันธมิตรกับภาคเอกชนและรัฐเพื่อส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต เกิดการประยุกต์ใช้ระหว่างภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในทางกลับกันการสนับสนุนเทคโนโลยีให้กลุ่มซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน ผู้หญิง ผู้สูงอายุ จะไม่มีความรู้และความสามารถในการเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาต่อยอดไปทีละขั้น อย่างเป็นระบบและไม่ก้าวกระโดด

ด้านการตลาด/ส่งเสริมการตลาด จากนโยบายต่างๆ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นที่รู้จัก ขยายตลาดให้กว้างขวาง สร้างรายได้ให้ชุมชน เกิดการหมุนเวียนของเงินทุน ผู้ซื้อได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาสินค้า เกิดการกระจายสินค้า ผลักดันให้เกิดการส่งออก ขยายตลาดสินค้าในต่างประเทศ แต่ในทางปฏิบัติยังมีกลุ่มอีกมากที่ยังปัญหาในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเนื่องจากตัวแปรพื้นฐานของกลุ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ขาดทักษะด้านการตลาด ทั้งนี้ต้องอาศัยหน่วยงานภายนอกคอยประสานงานและประชาสัมพันธ์ถึงความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคต

ด้านสิ่งแวดล้อม จากนโยบายต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มมีการดูแลใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลาย มีแผนและแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สร้างสมดุลและเกิดความยั่งยืนของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม แต่เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง การผลิตในลักษณะทุนนิยมเน้นปริมาณผลผลิต จึงทำให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี

ศักยภาพของธุรกิจชุมชน

จากผลการศึกษาธุรกิจชุมชนแต่ละประเภทและแต่ละศักยภาพของธุรกิจชุมชน **ส่วนใหญ่** พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา ดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการ รักษาระดับภูมิปัญญาโดยเฉพาะภูมิปัญญาดั้งเดิม การมีแผนธุรกิจร่วมในระหว่างสมาชิก การสร้างแหล่งที่มาวัตถุดิบในชุมชน/จังหวัด การลดค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ บรรจภัณฑ์ และฉลาก การเพิ่มคุณภาพการทอ การเสริมแรงงานรุ่นใหม่ในธุรกิจ แหล่งเงินทุนที่หลากหลาย การจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและต่อเนื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ การรักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดใหม่ และการส่งเสริมด้านการตลาดจากรัฐบาล จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 4-24

ตารางที่ 4-24 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
1. ระดับภูมิปัญญา	ดั้งเดิม , ประยุกต์	ประยุกต์
2. แผนธุรกิจร่วมในระหว่างสมาชิก	มี	ไม่มี
3. แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ในชุมชน / จังหวัด	ต่างจังหวัด
4. ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ บรรจภัณฑ์ ฉลาก	สูง	ต่ำ
5. คุณภาพการทอ	ผ้าทอเนื้อผ้าแน่นตลอดผืน	ทอไม่ได้มาตรฐาน
6. แรงงานรุ่นใหม่	ชักชวนโดยให้ค่าแรงที่เหมาะสม	หายาก เพราะงานใช้ฝีมือ ผลิตนาน
7. เงินทุน	มาจากหลากหลายแหล่ง	มาจากสมาชิกกลุ่ม
8. การจัดทำบัญชีรับ-จ่าย	ทำเป็นระบบ ต่อเนื่อง	ทำเป็นระบบแต่ไม่ต่อเนื่อง
9. ประสบการณ์ดำเนินธุรกิจ	เกินกว่า 20 ปี	ไม่ถึง 10 ปี

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
10. การตลาด	รักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดใหม่	ขายลูกค้าเดิม ไม่ขยายตลาดใหม่
11. ความต้องการช่วยเหลือจากรัฐ	ด้านตลาด ส่งเสริมการตลาด	ด้านเงินทุน

ที่มา : จากภาคผนวก จ. - ภาคผนวก ซ.

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการปรับปรุงการออกแบบรูปแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือกลุ่มชน ควรหาแหล่งเงินทุนให้หลากหลาย จัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและต่อเนื่อง ควรจัดทำแผนการตลาดเพื่อวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันจะส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหาแหล่งวัตถุดิบราคาไม่แพงและเพียงพอ จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
1. รูปแบบลวดลาย	ลักษณะลวดลายโดดเด่นแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่มชน	ผลิตภัณฑ์ไม่โดดเด่น พบทั่วไปในตลาด
2. เงินทุน	ไม่เพียงพอ แก้ปัญหาโดยกู้เพิ่ม	เพียงพอ
3. การจัดทำบัญชีรับ-จ่าย	ทำเป็นระบบ ต่อเนื่อง	ทำเป็นระบบแต่ไม่ต่อเนื่อง
4. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ไม่ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ไม่ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
5. ปัญหาด้านวัตถุดิบ	ไม่มีปัญหา	วัตถุดิบมีราคาแพง เริ่มขาดแคลน

ที่มา : จากภาคผนวก จ. - ภาคผนวก ซ.

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการผลิตสินค้าที่แสดงถึงความดั้งเดิมของภูมิปัญญา แสดงถึงเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น การผลิตให้ได้คุณภาพรสชาติจนได้รับรางวัลจะส่งผลต่อยอดขาย ควรมีแผนดำเนินกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ ทางการตลาดควรรักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดลูกค้าใหม่ โดยภาครัฐรัฐเข้ามาส่งเสริม

พัฒนาความรู้ เทคโนโลยี และสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุน จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 4-26

ตารางที่ 4-26 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
1. ระดับภูมิปัญญา	ดั้งเดิม	ประยุกต์
2. รางวัลที่ได้รับ	เคยได้รับรางวัลระดับประเทศ	ไม่เคยได้รับ
3. แผนดำเนินการ	มีแผน	ไม่มีแผน
4. เงินทุนหมุนเวียน	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ แก้ปัญหาโดยกู้เพิ่ม
5. การตลาด	รักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดใหม่	ขายลูกค้าเดิม ไม่ขยายตลาดใหม่
6. ความต้องการช่วยเหลือจากรัฐ	ด้านเทคโนโลยี ความรู้ และทุน	ด้านเงินทุน

ที่มา : จากภาคผนวก จ. – ภาคผนวก ซ.

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างลักษณะเด่นในรูปแบบ ลวดลาย รูปทรงความทันสมัย สร้างแรงงานจากผู้ที่มีความรักในงานประดิษฐ์ มีความคิดสร้างสรรค์ ควรดำเนินกิจกรรมในรูปแบบการบริหารโดยมีผู้นำที่เข้มแข็งกล้าลงทุน และตลาดที่จะสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้ดีคือ ตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งจากการประยุกต์ภูมิปัญญาไทย ได้รับความสนใจจากต่างประเทศมาก ในขณะที่ตลาดที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าประจำได้แก่กลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดในเมืองใหญ่ๆ กทม. และต่างประเทศ แต่ปัญหาที่ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากรัฐคือ การพัฒนาฝีมือความรู้ และพัฒนาเทคโนโลยีให้มีคุณภาพสูงขึ้น ดังตารางที่ 4-27



ตารางที่ 4-27 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่ง

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
1. ระดับภูมิปัญญา	ประยุกต์	ดั้งเดิม , ประยุกต์
2. ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์	รูปแบบ ลวดลาย รูปทรงความทันสมัย	การรับรองมาตรฐาน , ความคงทน
3. ลักษณะด้อยของผลิตภัณฑ์	การรับรองมาตรฐาน	บรรจุภัณฑ์
4. การได้มาของแรงงาน	แรงงานอาสาสมัครทำด้วยตัวเอง	เป็นสมาชิกกลุ่ม
5. เงินทุน	มาจากประธาน / เจ้าของกิจการ	มาจากหลากหลายแหล่ง
6. การขายส่ง	ขายให้ลูกค้ามารับเองจากต่างประเทศ	ขายให้ลูกค้ามารับเองจากตัวจังหวัด
7. ลูกค้าประจำ	จากต่างจังหวัด, กทม. และต่างประเทศ	ในชุมชน และต่างจังหวัด
8. ปัญหา	เทคโนโลยีคุณภาพต่ำ	ไม่ได้รับการพัฒนาด้านความรู้

ที่มา : จากภาคผนวก จ. - ภาคผนวก ซ.

ห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain)ของธุรกิจชุมชน

จากการสังเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain)ของธุรกิจชุมชนในกลุ่มที่มีศักยภาพดี และกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนา พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะห่วงโซ่อุปทานคล้ายคลึงกันแต่มีความแตกต่างในกระบวนการจัดหาปัจจัยการผลิต กระบวนการขนส่ง และกระบวนการกระจายสินค้าในส่วนทุน วัตถุดิบ แรงงาน บรรจุภัณฑ์/ฉลาก และผู้ค้าส่ง คือ ในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพดีจะมีความหลากหลายในการจัดหาขนส่ง และกระจายสินค้า แต่กลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาจะไม่มี ความหลากหลาย ซึ่งเป็นผลมาจากการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีความเป็นมืออาชีพ การผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพได้มาตรฐานมีลักษณะเฉพาะแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือชุมชน ซึ่งส่งผลต่อยอดขายที่มีสูงกว่ากลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนา

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการสังเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากกลุ่มธุรกิจชุมชน (ตารางที่ 4-29) เพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน พบว่า

ด้านทุน กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาด้านต้นทุนเงินทุน(อัตราดอกเบี้ย)มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น และเงินทุนไม่เพียงพอ โดยเสนอแนวทางแก้ไข คือ รัฐควรใช้มาตรการทางการเงินในการลดต้นทุนเงินทุน(อัตราดอกเบี้ย)ของธุรกิจชุมชน ขยายเวลาชำระคืนเงินทุน และหาแหล่งเงินทุนในระบบที่มีความยืดหยุ่นมีเงื่อนไขการให้เงินทุนตามสภาพของธุรกิจชุมชน

ด้านแรงงาน กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานคุณภาพที่มีฝีมือและมีภูมิปัญญา โดยเสนอแนวทางแก้ไข คือ รัฐควรส่งเสริมการสร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จ้างเด็กเยาวชนทำการผลิตในช่วงปิดเทอมหรือว่าง จ้างผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล ส่งเสริมการฝึกอบรมเพิ่มภูมิปัญญาให้แรงงานฝีมือ กระตุ้นความสนใจให้แรงงานเข้ามาทำงาน เช่น เพิ่มค่าแรง เพิ่มสวัสดิการจูงใจ และส่งเสริมการคงและอนุรักษ์ครอบครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลานในครอบครัว

ด้านวัตถุดิบ กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ และการเพิ่มสูงขึ้นของราคา โดยเสนอแนวทางแก้ไข คือ รัฐควรส่งเสริมและพัฒนาเพิ่มแหล่งผลิตวัตถุดิบในจังหวัด ใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด ควบคุมราคาวัตถุดิบ และสร้างอำนาจต่อรองให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนโดยสร้างเครือข่ายในการรับซื้อวัตถุดิบ

ด้านเทคโนโลยี/ความรู้ กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาเครื่องมือ/เทคโนโลยีที่ไม่มีสามารถเพิ่มกำลังการผลิตและ/หรือเพิ่มคุณภาพผลผลิต และภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริม/สนับสนุนให้อนุรักษ์/เห็นคุณค่า โดยเสนอแนวทางแก้ไขคือ ด้านการอนุรักษ์ รัฐควรส่งเสริมการจัดโครงการปราชญ์ภูมิปัญญาสอน/ถ่ายทอดความรู้ให้คนรุ่นใหม่ใช้ภูมิปัญญาที่มีในชุมชนทำการผลิต จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี รัฐควรสนับสนุนเครื่องมือ/เทคโนโลยี/เงินทุนต้นทุนต่ำเพื่อซื้อความรู้/เทคโนโลยีใหม่ ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์(Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของภูมิปัญญา จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

ด้านการตลาด กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาขาดแคลนหรือไม่มีแหล่งจำหน่ายราคาจำหน่ายไม่คุ้มกับต้นทุนที่ได้ลงทุน และผลิตภัณฑ์ถูกเลียนแบบ โดยเสนอแนวทางแก้ไขคือ ธุรกิจชุมชนยังคงต้องดำเนินการตลาดแบบปากต่อปาก และหาตลาดรองรับใหม่ ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น โดยรัฐควรจัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหมุนวนไปแต่ละจังหวัด 52 สัปดาห์ 77 จังหวัด ซึ่งเป็นงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วประเทศประจำปีของแต่ละจังหวัด รัฐส่งเสริมพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากเพื่อเพิ่มมูลค่า ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์(Creative Economy) เพิ่มคุณค่าและมูลค่า กลุ่มควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดเวลา รัฐจัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน และจัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา

ด้านอื่นๆ กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาสภาพอากาศ เช่น อากาศชื้นทำให้การย้อมสีผ้าไม่มีคุณภาพ อาหารขึ้นราหรือมีกลิ่นเหม็นหืน ของตกแต่งประเภทไม้ชิ้นรา โดยเสนอแนว

ทางแก้ไขคือ รัฐบาลควรสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เต่า/เตี๋ยองอบ ห้องควมคุมอุณหภูมิ

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค

จากการสังเคราะห์ (ตารางที่ 4-30) พบว่า ผู้บริโภคเห็นว่าจุดเด่นที่ควรได้รับการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน คือ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คุณภาพ/รสชาติที่เป็นมาตรฐาน และจุดด้อยที่ต้องกำจัด คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีตลาดแคบหาซื้อยาก ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ และได้เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. รัฐควรสนับสนุนนโยบาย OTOP ให้กลับมาได้รับความนิยมและทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจแบบพึ่งตนเองและร่วมเครือข่ายโดยมีระบบบริหารจัดการและวางแผนกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอำเภอ
2. ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนำแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยสร้างคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา
4. มีกิจกรรมดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ธุรกิจชุมชน
5. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางการตลาดและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องและหมุนเวียน จัดทำนิตยสาร หรือวารสารวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
6. พัฒนาเว็บไซต์ OTOP เดิมให้สามารถดำเนินในกิจกรรมขายสินค้าในระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผล
7. ออกกฎให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกๆวันศุกร์
8. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการจัดอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อมีการประชุม สัมมนา หรืออบรม
9. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะต้องมีการให้ของที่ระลึก
10. รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของสังคม เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สามารถนำภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาลดหย่อนภาษีได้

ข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐ

จากการสังเคราะห์ พบว่า ข้อเสนอแนะของหน่วยงานภาครัฐต่อแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน มีดังนี้

1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง และจริงจัง
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประสานงานที่ดีกว่านี้
3. ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ
4. สนับสนุนเรื่องการจดลิขสิทธิ์ ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์
5. จัดอบรมเกี่ยวกับการตั้ง การสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม
6. ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้
7. ส่งเสริม สร้างคุณค่าให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป
8. ควรมีศูนย์วิเคราะห์มาตรฐานอาหารแต่ละจังหวัด
9. เน้นการส่งเสริมที่กลุ่มสามารถนำไปใช้ได้จริง
10. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ
12. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด ประชาสัมพันธ์
13. กระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และชุมชน
14. พาไปศึกษาดูงานกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพ
15. ให้ความรู้ สนับสนุนเกี่ยวกับการจัดการ และรักษาสิ่งแวดล้อม
16. ผลิตผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับผู้บริโภคทุกกลุ่ม ขยายฐานผู้บริโภค
17. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจภัณฑ์
18. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์
19. สนับสนุน และส่งเสริมในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
20. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่างตรงไปตรงมา
21. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน
22. ควรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกจำหน่าย
23. ส่วนที่ดำเนินการให้มาตรฐาน ควรจะดำเนินการให้โดยเร็ว
24. กลุ่มควรใส่ใจ มีความรับผิดชอบต่อร่วมกัน
25. กลุ่มควรใส่ใจเกี่ยวกับสถานที่ผลิตให้มากกว่านี้
26. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง
27. ให้ความสำคัญกับการลงมือทำ มากกว่าการยึดข้อมูลจากเอกสาร

ตารางที่ 4-28 สังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในอดีต

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. ด้านเงินทุน	OTOP	<ul style="list-style-type: none"> - เงิน CEO 40,000 ล้านบาท - เงินท้องถิ่น อบต. แห่งละ 5 ล้านบาท - เงินท้องถิ่น เทศบาลแห่งละ 12 ล้านบาท - เงิน กทบ. SML 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มมีคล่องตัวในเรื่องเงินทุนที่จะใช้จ่ายในการผลิตสินค้า และใช้ในการบริหารจัดการมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินทุนได้มั่งงาย ไม่ว่าจะเป็นเงินทุนให้เปล่า หรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ แต่กลุ่มส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารจัดการเรื่องเงินทุน ระบบการเงิน และระบบบัญชี ฉะนั้นเงินที่ได้มาไม่ได้เกิดประโยชน์เท่าที่ควร และอาจเป็นการสร้างภาระหนี้สินให้กับกลุ่มในระยะยาว
	โครงการไทยเข้มแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงวิสาหกิจชุมชนที่มีการลงทุนกระจายไปทั่วประเทศ - ให้ความช่วยเหลือของรัฐเข้ามาปล่อยกู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - จัดสรรงบประมาณในการเข้าไปช่วยเหลือ และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต่าง ๆ มากกว่าที่เคย และทั่วถึงมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มทั่วประเทศได้รับเงินทุน เพื่อใช้หมุนเวียนภายในกลุ่มอย่างทั่วถึง - สร้างทางเลือกในด้านเงินทุนให้กับกลุ่ม โดยการปล่อยกู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - การปล่อยกู้ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของกลุ่ม ว่ามีความเข้มแข็งระดับใด และกลุ่มมีความสามารถพอที่จะชำระหนี้คืนได้หรือไม่ - ไม่มีการศึกษาด้านเหตุผลของปัญหาทางการเงินของกลุ่ม ซึ่งบางกลุ่มไม่มีความรู้ หรือมีความรู้ในด้านการบริหารจัดการเงินทุน ทำให้กลุ่มไม่สามารถนำเงินที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ก่อให้กลุ่มเกิดภาวะหนี้สินในระยะยาว
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	OTOP	<ul style="list-style-type: none"> - ผลักดันโครงการ เพื่อคิดค้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาคุณภาพตรงใจตลาด - สนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี เพื่อรองรับการพัฒนา และปรับปรุงสินค้า - มีนโยบายที่เน้น คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (มผช.) 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าตรงใจตลาด สร้างรายได้ให้ ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่กลุ่ม - กลุ่มมีทักษะ ความรู้ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมทั้งจะพัฒนาและปรับปรุงสินค้าต่อไป - กลุ่มมีเป้าหมายที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด (มผช.) 	<ul style="list-style-type: none"> - การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงศักยภาพ และความต้องการของกลุ่ม ประเมินว่ากลุ่มสามารถพัฒนาได้ระดับไหน ต้องมีการสนับสนุนและผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	OTOP (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - ผลักดันโครงการ เพื่อคัดค้านสินค้าที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาคุณภาพตรงใจตลาด - สนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี เพื่อรองรับการพัฒนา และปรับปรุงสินค้า - มีนโยบายที่เน้น คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (มผช.) 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าตรงใจตลาด สร้างรายได้ให้ ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่กลุ่ม - กลุ่มมีทักษะ ความรู้ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมทั้งจะพัฒนาและปรับปรุงสินค้าต่อไป - กลุ่มมีเป้าหมายที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด (มผช.) 	<ul style="list-style-type: none"> - การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงศักยภาพ และความต้องการของกลุ่ม ประเมินว่ากลุ่มสามารถพัฒนาได้ระดับไหน ต้องมีการสนับสนุนและผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง
เศรษฐกิจพอเพียง	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับคุณภาพของผลผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยี การจัดการ และการเชื่อมโยงกับระบบตลาด - เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคแรงงาน ภาคเอกชน และภาครัฐ ให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาคุณภาพ และฝีมือของแรงงานในระดับต่าง ๆ - ให้โอกาสในการเรียนรู้ การศึกษา การฝึกอาชีพสำหรับกลุ่ม และลูกหลาน - ให้ความสำคัญคู่กับการลงทุนเพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านเทคโนโลยี และการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศเป็นส่วนรวม 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มมีความรู้ที่จะพัฒนาต่อยอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย ทันต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น - มีการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ - ได้รับโอกาสในการเรียนรู้ และถ่ายทอดภูมิปัญญา ภูมิปัญญาได้รับการอนุรักษ์ไว้ และพร้อมที่จะพัฒนาต่อยอดโดยลูกหลาน คนรุ่นใหม่ ก่อให้เกิดความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องอาศัยความเป็นพันธมิตรระหว่างเอกชนและรัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการบริหารจัดการในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม หากดำเนินการไม่ต่อเนื่องอาจเป็นปัญหากับกลุ่มมากว่าเดิม - การส่งเสริมเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องพัฒนาให้ไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ของตลาดปัจจุบัน 	

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	เศรษฐกิจ พอเพียง (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - อาศัยความเป็นพันธมิตรระหว่างเอกชนและรัฐมีกำลัง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการบริหารจัดการในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม - เร่งรัดให้มีการสร้างปัญญาในสังคม เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อสร้างความสามารถของประเทศอย่างยั่งยืน ตลอดจนสนับสนุนให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันสร้างนวัตกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่จากการพัฒนาทักษะและประยุกต์จากฐานความรู้เดิม มีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม - มีบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาเดิม บวกกับความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาสู่ตลาดที่กว้างขวางขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน ไม่มีความรู้และความสามารถในเรื่องนวัตกรรมสมัยใหม่ จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็ง และเกิดความชำนาญในภูมิปัญญาเดิม และดำเนินการพัฒนาต่อยอดความคิดไปทีละขั้น อย่างเป็นระบบ ไม่ก้าวกระโดด
	โครงการ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการต้องได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม - สร้างระบบประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับภาคการผลิตเพื่อปรับทิศทางการศึกษา ให้ตอบสนองของความต้องการบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน 		

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
3. ด้าน การตลาด/ ส่งเสริม การตลาด	<p>OTOP</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นตัวกลางในการหาสถานที่จัดงานเพื่อแสดงสินค้า - ผลักดันการขยายช่องทางการตลาดสู่การส่งออกต่างประเทศ - สนับสนุนให้กลุ่มเข้าสู่กระบวนการที่เริ่มต้นจากตลาด คือตลาดต้องการอะไร ก็ผลิตตามความต้องการของตลาด ไม่ใช่ผลิตแล้วค่อยไปหาตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น กลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น - เกิดการขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น - การผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของตลาด ไม่เกิดสินค้าค้างสต็อก ทำให้สินค้าถูกจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับกลุ่ม เกิดการหมุนเวียนของเงินทุน กลุ่มประสบผลสำเร็จ เกิดความเข้มแข็ง และสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - ในทางปฏิบัติแล้ว ยังมีกลุ่มจำนวนน้อยที่รู้เรื่องการตลาดอย่างแท้จริง อาจเป็นเพราะสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านธรรมดา ไม่มีอำนาจในการต่อรอง ขาดความรู้ ทักษะในด้านการตลาด ทั้งนี้ต้องอาศัยหน่วยงาน หรือองค์กรภายนอกคอยประสานงานกับกลุ่มถึงความต้องการของตลาดในปัจจุบัน 	
เศรษฐกิจพอเพียง	<ul style="list-style-type: none"> - จัดการดำเนินการที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนและการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนบุคคลและอาศัยกลไกการตลาดเสรีเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันด้วยความเป็นธรรม - ส่งเสริมและผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการ โดยมีภาคเอกชนเป็นกลไกขับเคลื่อน ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมทั้งสร้างเสถียรภาพของราคาสินค้าที่มีความเป็นธรรมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงจากการใช้ความคิด ภูมิปัญญา การพัฒนา และการผลิต - ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาสินค้า - ผลักดันการส่งออก สร้างรายได้ให้กับประเทศ สร้างรายได้ให้กับกลุ่มเข้มแข็ง มีแรง มีพลังที่จะสร้างสรรคงานต่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - ภาชนะนำเข้า - ส่งออก - กลุ่มจะส่งออกได้ก็ต่อเมื่อมีการร่วมมือกับทุกฝ่าย อย่างเข้มแข็งจริงๆ จะต้องมีความรู้ในเรื่องการตลาดส่งออกอย่างแท้จริง จึงจะมีอำนาจในการเจรจา ต่อกองกับคู่ค้าได้ 	

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
3. ด้าน การตลาด/ ส่งเสริม การตลาด (ต่อ)	เศรษฐกิจ พอเพียง (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการลงทุนประเภทที่จะเพิ่มประสิทธิภาพระบบเครือข่ายการจัดส่งสินค้าและพัสดุ ลดต้นทุนการขนส่ง - ดำเนินนโยบายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ที่เป็นประโยชน์กับประเทศชาติและประชาชนโดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสมของภาคประชาสังคม - ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย และกฎระเบียบการค้าให้มีความทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านการค้า สร้างความเป็นธรรมและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน 		

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
3. ด้าน การตลาด/ ส่งเสริม การตลาด (ต่อ)	โครงการไทย เข้มแข็ง	- รัชส. รับซื้อผลผลิตที่ล้นตลาด และการช่วยพยุงเรื่องราว ผลผลิตเกษตร	- สินค้าไม่ค้างสต็อก - เกิดการกระจายสินค้า	- การรับซื้อผลผลิตที่ล้นตลาด เป็นการแก้ปัญหาที่ ปลายเหตุ ควรจะแก้ปัญหาโดยการศึกษา ปริมาณความต้องการของตลาด แล้วผลิตให้ได้ ปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด การ ผลิตสินค้าล้นตลาด ทำให้สูญเสียปัจจัยหลาย ด้าน เช่น เงินทุนสูญเสียไป เป็นต้น และ หากมีนโยบายแบบนี้ต่อไป กลุ่มก็จะไม่รู้จัก บริหารจัดการภายใน กลุ่มไม่เกิดความเข้มแข็ง
4. ด้าน สิ่งแวดล้อม	เศรษฐกิจ พอเพียง	- ปรับปรุงระบบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาค ท้องถิ่น ชุมชน และภาคประชาสังคมอย่างเหมาะสมเพื่อร่วมกัน รักษาและดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่าง ทั่วถึง เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ - สร้างความสมดุลระหว่างการรักษาอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ อย่างยั่งยืนจากทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทรัพยากรชีวภาพ เพื่อสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีที่ สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช่ มาตรการทางเศรษฐกิจที่ผสมผสานกับหลักการบริหาร จัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้กิจการมีส่วนร่วมและเกิด ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย	- ทรัพยากรชีวภาพ เป็นการ สร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่ทำลาย เป็นการดูแลและ สร้างสมดุลให้กับ ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ให้สามารถ ใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน	- มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผล ต่อการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ต้อง อาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ร่วมกันสร้าง จิตสำนึกในการดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการพัฒนา เทคโนโลยี

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมกฎหมาย นโยบายของภาครัฐมนตรีว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หน้า 8 ถึง 23

ตารางที่ 4-29 ข้อเสนอของธุรกิจชุมชนต่อประเด็นปัญหาปัจจุบันและแนวทางแก้ไขที่ควรดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน

ประเด็น	ปัญหาปัจจุบัน	แนวทางแก้ไขที่ควรดำเนินการ
ด้านทุน	1. ต้นทุนเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย)มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น	- ลดต้นทุน(อัตราดอกเบี้ย)เพื่อธุรกิจชุมชนลง - ขยายเวลาชำระคืนเงินทุนเพื่อธุรกิจชุมชน
	2. เงินทุนไม่เพียงพอ	- หาแหล่งเงินทุนในระบบ ที่มีความยืดหยุ่นมีเงื่อนไขการเงินทุนตามสภาพของธุรกิจชุมชน
ด้านแรงงาน	1. แรงงานคุณภาพที่มีฝีมือในภูมิปัญญาขาดแคลน	- สร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จ้างเด็กเยาวชนทำในช่วงปิดเทอมหรือว่าง จ้างผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล - เพิ่มภูมิปัญญาให้แรงงานมีฝีมือเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชน - กระตุ้นความสนใจให้แรงงานเข้ามาทำงานธุรกิจชุมชน เช่น เพิ่มค่าแรงให้แรงงาน เพิ่มสวัสดิการจิตใจ - คงและอนุรักษ์ครอบครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นบรรทัดทกทอดแก่ลูกหลานในครอบครัว
	1. วัตถุดิบขาดแคลน	- พัฒนาและเพิ่มแหล่งผลิตวัตถุดิบในจังหวัด - ใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด
ด้านวัตถุดิบ	2. วัตถุดิบมีราคาเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง	- ควบคุมราคาค่าวัตถุดิบ - สร้างอำนาจต่อรองโดยสร้างเครือข่ายในการรับซื้อวัตถุดิบ
	1. เทคโนโลยีการผลิตใหม่ที่สามารทเพิ่มกำลังการผลิตและ/หรือเพิ่มคุณภาพผลิตมีราคาสูง	- ประชาณภูมิปัญญาสอนคนรุ่นใหม่ ใช้ภูมิปัญญาในการผลิต - รัฐสนับสนุนเงินทุนต้นตำเพื่อซื้อความรู้/เทคโนโลยีใหม่
ด้านเทคโนโลยี/ความรู้	2. ภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนอันเป็นจุดแข็ง/เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้อนุรักษ์หรือเห็นคุณค่า	- ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาให้ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน - จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบต่อภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน
	3. ขาดแคลนเครื่องมือ/เทคโนโลยี	- รัฐสนับสนุนให้เครื่องมือ/เทคโนโลยีแก่กลุ่มธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 4-29 (ต่อ)

ประเด็น	ปัญหาปัจจุบัน	แนวทางแก้ไขที่ควรดำเนินการ
ด้านตลาด	1. ขาดแคลนหรือไม่มีแหล่งจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - การตลาดปากต่อปาก - หาตลาดรองรับใหม่เพิ่ม - ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น - รัฐ/จังหวัดจัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหมุนเวียนไปแต่ละจังหวัด 52 สัปดาห์ 77 จังหวัด (งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วประเทศประจำปีของแต่ละจังหวัด)
	2. ราคาจำหน่ายไม่คุ้มกับต้นทุนที่ลดลง	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาให้ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน - พัฒนาระบบประกันและฉลากเพื่อเพิ่มมูลค่า
	3. ผลิตภัณฑ์ถูกเลียนแบบ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดเวลา - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา
อื่นๆ	1. ปัญหาสภาพอากาศ เช่น อากาศชื้นทำให้การย้อมสีผ้าไม่ได้คุณภาพ ทำให้อาหารขึ้นราหรือมีกลิ่นเหม็นหืน ทำให้ต้องใช้ของตกแต่งประเภทไม้ซินรา	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิ

ที่มา : จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการให้รัฐช่วยเหลือของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ หน้า 92 ถึง 102

ตารางที่ 4-30 พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนของภาครัฐ

รายการ	ประเด็น
พฤติกรรมการบริโภค	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคคือ รูปแบบและรสชาติ ประโยชน์ที่ได้หลายอย่างและรูปแบบความทันสมัยหรือของ การซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อต่อรอบ 101 - 500 บาท แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คืองานแสดงสินค้า/ภัตตาคาร สถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์ OTOP ร้านค้าชุมชน และร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยซื้อไปบริโภคหรือตกแต่งและเป็นของฝาก
จุดเด่นที่ต้องพัฒนา	สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คุณคุณภาพ/รสชาติที่เป็นมาตรฐาน
จุดด้อยที่ต้องกำจัด	ตลาดแคบหาซื้อยาก ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ เกี่ยวกับการ ดำเนินการหรือ นโยบายของภาครัฐ ต่อธุรกิจชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. รัฐควรสนับสนุนนโยบาย OTOP ให้กลับมาได้รับความนิยมและทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจแบบพึ่งตนเองและรวมเครือข่ายโดยมีระบบบริการจัดการและวางแผนกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอำเภอ 2. ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนำแนวทางการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน 3. เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยสร้างคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา 4. มีกิจกรรมดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ธุรกิจชุมชน 5. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางการตลาดและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง และหมุนเวียน จัดทำนิทรรศการหรือวารสารวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 6. พัฒนาเว็บไซต์ OTOP เดิมให้สามารถดำเนินในกิจกรรมขายสินค้าในระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผล 7. ออกกฎให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกๆวันศุกร์ 8. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการจัดอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะมีการประชุม สัมมนาหรืออบรม 9. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะต้องมีการใช้ของที่ระลึก 10. รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของสังคม เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สามารถนำภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาลดหย่อนภาษีได้

ที่มา : จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน หน้า 113 ถึง 131

4.6 แนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน

(Community Business Development Model : CD-Model)

รูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน (CD-Model) เป็นรูปแบบการปฏิบัติเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนที่ได้จากการนำแนวนโยบายเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นแนวนโยบายที่มาจากผลของการศึกษาวิจัยนี้ รวมถึงผลการวิเคราะห์ธุรกิจชุมชนแต่ละประเภทจากการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน ในห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาวิเคราะห์ นำความคิดเห็นของผู้บริโภค การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนของภาครัฐ ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคและหน่วยงานภาครัฐ และแนวนโยบายของรัฐที่ได้ดำเนินการในอดีต มาประมวลเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน อันเป็นแนวทางปฏิบัติของธุรกิจชุมชน แนวทางปฏิบัติด้านการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ และแนวทางปฏิบัติต่อผู้บริโภค ที่มีความสอดคล้อง เชื่อมโยง เป้าหมายเดียวกัน เป็นไปได้ในการปฏิบัติ ได้แนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน (CD-Model) ดังนี้

จากผลสังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน (แผนภาพที่ 4-1) พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนยังคงประสบปัญหาเดิมที่ถือว่าเป็นปัญหาที่มักจะเป็นคำตอบจากการศึกษาวิจัยด้านธุรกิจชุมชนมาโดยตลอดหรือเป็นปัญหาเริ่มแรกตั้งแต่มีการเริ่มดำเนินการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน (OTOP) ทั้งในด้านบริหารจัดการ ทุน แรงงาน วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อม และการตลาด หากมองวิธีการแก้ไขปัญหาที่รัฐบาลแต่ละยุคได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน คือ มีการจัดฝึกอบรมผู้นำกลุ่ม ส่งเสริมการจดทะเบียนกลุ่ม สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ฝึกอบรมสอนจัดทำบัญชี ฝึกอบรมพัฒนาฝีมือ ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ สนับสนุนเทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ให้กลุ่ม สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างจิตสำนึกในการดูแลใส่ใจ สิ่งแวดล้อม ฝึกอบรมด้านการตลาด จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในและต่างประเทศ จัดทำเว็บไซต์ เอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ สร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ จะเห็นว่าแนวทางการดำเนินการดังกล่าวได้ส่งผลต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนไม่มากนักน้อย แต่แนวทางที่ยังคงมีการดำเนินการอยู่ ณ ปัจจุบัน คือ ในด้านทุน ด้านการฝึกอบรมให้ความรู้ การพัฒนาวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ การสร้างจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่การส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ ด้านแรงงาน ด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดยังไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งด้านต่างๆ ดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยหลักหรือตัวแปรสำคัญสู่ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเกิดจากผู้นำที่เข้มแข็ง มีความคล่องตัว มีความเสียสละ มีสมาชิกที่มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน มีแผนธุรกิจที่มีเป้าหมายชัดเจนมีความเป็นไปได้ในกรอบระยะเวลาของแผนธุรกิจ มีหน่วยภาครัฐเข้ามาร่วมบริหารจัดการวางแผนดำเนินการในลักษณะ

ครบวงจรจัดสรรแบ่งปันห่วงโซ่การผลิตให้กระจายในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรโดยชุมชนเพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

แรงงานเพื่อการผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง เรียนรู้ให้เข้าใจภูมิปัญญาจากปราชญ์ชาวบ้านและเรียนรู้ให้เข้าใจเทคโนโลยีนำมาผสมผสานให้การผลิตมีประสิทธิภาพคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาจัดระบบการเรียนรู้หรือหลักสูตรการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับแต่ละสภาพชุมชนและพื้นที่

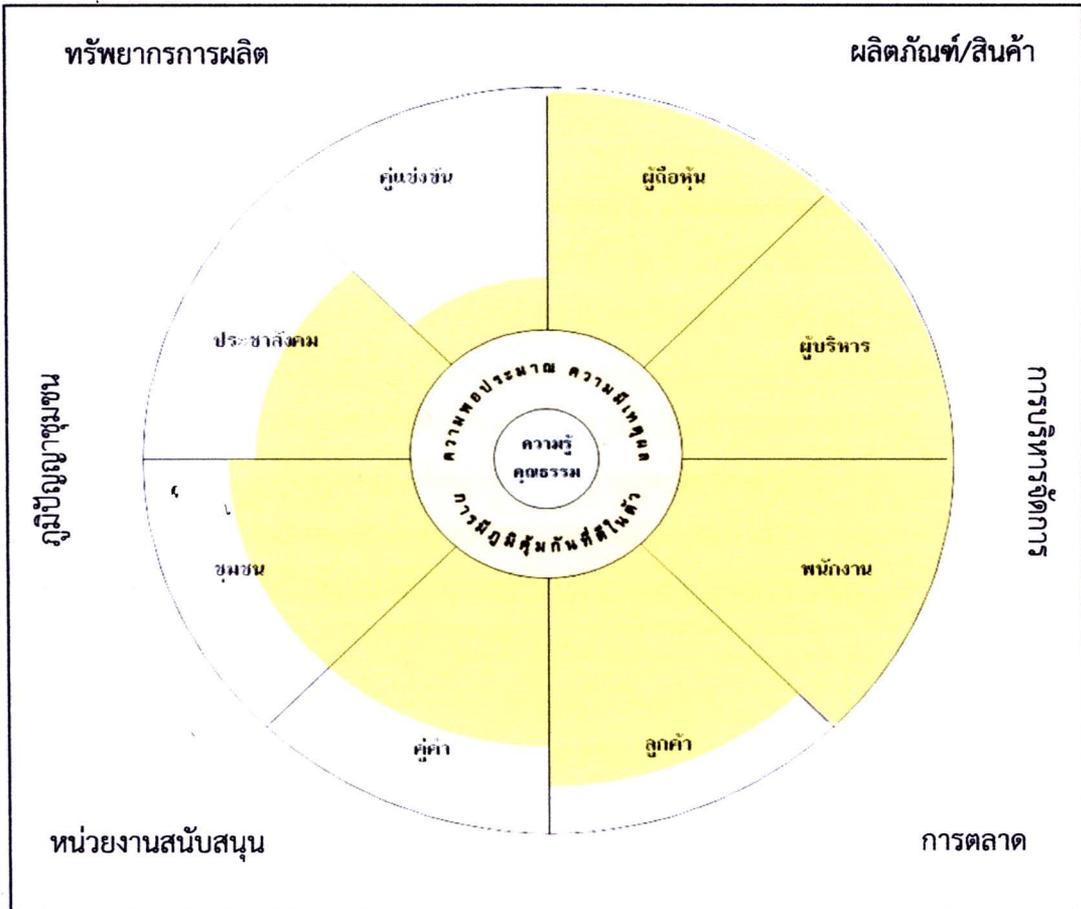
การผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเป็นการผลิตที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย แต่ต้องคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และชุมชน นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เข้าถึงวัฒนธรรม และเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำเทคโนโลยีมาผสมผสานช่วยสร้างคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์

การตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเป็นการตลาดที่มั่นคงสร้างความยั่งยืนให้กับยอดขายของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ด้วยข้อจำกัดในการทำการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชน ดังนั้นรัฐจึงควรเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมจัดให้มีกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี มีการสร้างสื่อเพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 4-1 สังเคราะห์และประมวลแนวนโยบาย

ปัญหา		การแก้ไข		การติดตาม		การประเมินผล		
<p>ด้านบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้นำกลุ่มไม่เข้มแข็ง ไม่คล่องตัว - การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาด้านอง ไม่สามัคคี - การดำเนินงานไม่ต่อเนื่องกลุ่มจึงไม่มีความใส่ใจอย่างจริงจัง - ไม่มีการวางแผนธุรกิจร่วมกันในระยะยาว - ระบบบัญชีไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นปัจจุบัน - เจ้าหน้าที่รัฐมีความรู้ไม่เพียงพอ ไม่สามารถให้คำปรึกษาที่ดีได้ 	<p>ทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดแคลนเงินทุน - นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ - กลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถในการบริหารเงินทุน ระบบการเงิน และบัญชีที่ควร - ต้นทุนเงินทุน(อัตราดอกเบี้ย)มีแนวโน้มสูงขึ้น 	<p>แรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดแรงงานที่มีความรู้ มีฝีมือ มีประสบการณ์ และผู้สืบทอด - แรงงานน้อย ผลิตตามคำสั่งซื้อไม่ทัน - ประชาชน/ภูมิปัญญา ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริม/สนับสนุนให้อยู่คู่กับ/เห็นคุณค่า 	<p>วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดความรู้ เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - วัตถุดิบ ขาดแคลน ราคาสูง 	<p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มไม่มีเวลาทำ/ตลาดนิยมเป็นช่วงๆ - กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครื่องใช้ตลาด - ขาดการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรมเพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ของกลุ่ม - ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่หลากหลาย - ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่เป็นเอกลักษณ์ - มีการปรับมาตรฐานที่ยากเกิน กลุ่มตามไม่ทัน - คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ - แหล่งผลิตคับแคบ การผลิตไม่ต่อเนื่อง - ฝ่าทอ ต้องใช้เวลาในการทำงาน ถ้าราคาถูกลงได้ไม่คุ้มทุน 	<p>สิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม - การผลิตในลักษณะทุนนิยมเน้นปริมาณผลผลิต จึงทำให้เกิดมลพิษ - การทำลายธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง 	<p>การตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ - หาขายไม่ได้ - การออกแบบแบบผลิตภัณฑ์ - ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางการขาย - ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ การสร้างเครือข่ายตลาด 	<p>การติดตาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝึกอบรมผู้นำกลุ่ม - จัดทะเบียนกลุ่ม - จัดฝึกอบรมเงินทุนให้เปล่า - สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ - ฝึกอบรมสอนจัดทำบัญชี 	<p>การติดตาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝึกอบรมด้าน การตลาด - จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในและต่างประเทศ - จัดทำเว็บไซต์ เอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ - สร้างศูนย์จำหน่ายในพื้นที่
สิ่งที่รัฐได้ดำเนินการในอดีต และมีความชัดเจนเป็นรูปธรรม								
<p>ด้านบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการรวมผู้นำกลุ่ม - จัดทะเบียนกลุ่ม - ฝึกอบรมผู้นำกลุ่ม - จัดฝึกอบรมเงินทุนให้เปล่า - สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ - ฝึกอบรมสอนจัดทำบัญชี 	<p>ทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า - สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ - ฝึกอบรมสอนจัดทำบัญชี 	<p>แรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝึกอบรมพัฒนาฝีมือ - ศึกษางานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ 	<p>วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนเทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ให้กลุ่ม 	<p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ - ฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ 	<p>สิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม 	<p>การตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฝึกอบรมด้านการตลาด - จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในและต่างประเทศ - จัดทำเว็บไซต์ เอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ - สร้างศูนย์จำหน่ายในพื้นที่ 	<p>การติดตาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกกฎให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกวันศุกร์ - ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานครึ่งจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อมีการประชุมสัมมนา หรืออบรม - ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะต้องมีการให้ของที่ระลึก - รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของจังหวัด เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สนับสนุนภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาผลิตของฝาก - งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น รัฐ/จังหวัดจัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหมุนเวียนไป และจังหวัด 52 จังหวัด (งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วประเทศประจำปีของแต่ละจังหวัด) - พัฒนาศูนย์ OTOP ประจำจังหวัดที่มีอยู่แล้วในแต่ละจังหวัดให้มีระบบบริหารจัดการ และกิจกรรมดำเนินการตลาดและการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี - จัดทำนิทรรศการ หรือวารสารวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน - พัฒนawebsite OTOP (www.thaitambon.com) เดิมให้สามารถดำเนินในกิจกรรมขายสินค้าในระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผล - ฝึกอบรมกรมการพาณิชย์ในและจังหวัดกลุ่มที่ดูแลด้านการตลาด 	
ข้อเสนอแนะสำคัญที่แตกต่างและน่าสนใจเพื่อการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกลุ่มธุรกิจชุมชน ประชาชนผู้บริโภค และหน่วยงานที่ดูแลกลุ่มธุรกิจชุมชน								
<p>ด้านบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - จัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้ภูมิปัญญา โดยปราศจากเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชน ใช้ภูมิปัญญาในการผลิต - คงและอนุรักษ์ครอบครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นมรดกที่อดทนแก่ลูกหลานในครอบครัว - สร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จัดเด็กเยาวชนทำในช่วงปิดเทอมหรือว่าง ว่างผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล 	<p>ทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>แรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>การผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>สิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>การตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	<p>การติดตาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน - จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา - ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC) 	

กลุ่มธุรกิจชุมชนหากมีการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยในแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายและทิศทางที่ผู้นำกลุ่มเป็นผู้กำหนดขึ้น และขึ้นอยู่กับช่วงอายุของกิจการ โดยธรรมชาติของกิจการเกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มบุคคลที่ต้องการดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้สามารถจำแนกระดับความพอเพียงขององค์กรออกเป็น 2 ระดับ คือ เศรษฐกิจพอเพียงระดับพื้นฐาน ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร (Internal Stakeholder) เป็นหลัก และเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า ที่ครอบคลุมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร (External Stakeholder) การจัดวางองค์กรหรือการปรับแนว (Alignment) การดำเนินงานของกลุ่ม จึงมีส่วนสัมพันธ์กับการให้น้ำหนักความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในระดับต่างๆ กิจการที่เข้าข่ายการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า จะให้ความสนใจกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กรมากขึ้น เน้นถึงการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ การแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างคู่ค้าที่อยู่ต้นน้ำ (Upstream) เพื่อการสร้างประสิทธิภาพและการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในสายอุปทาน และคู่ค้าที่อยู่ปลายน้ำ (Downstream) เพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสายอุปสงค์ ภายใต้รูปแบบของการพึ่งพิงอิงกัน (Inter-dependent) สงเคราะห์แก่อุปุขุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมรอบข้าง มีจริยธรรม มีความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และมีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม



ภาพที่ 4-2 ประยุกต์ผังการปรับวางระดับความพอเพียงขององค์กรที่ครอบคลุมเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า

จากผลสังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงข้างต้น จะเห็นว่าในการดำเนินธุรกิจชุมชนภายใต้หลักการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงมีองค์ประกอบหรือปัจจัยต่างๆ มากมาย เช่น สมาชิกกลุ่ม ผู้ถือหุ้น ผู้นำ ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน ประชาสังคม คู่แข่งขัน ภายใต้องค์ประกอบอื่น ได้แก่ ทรัพยากรการผลิต (วัตถุดิบ เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการผลิต) ผลิตภัณฑ์/สินค้า การบริหารจัดการ ภูมิปัญญาชุมชน หน่วยงานสนับสนุน และการตลาด เป็นต้น แต่หากวิเคราะห์จากกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ได้ทำการศึกษาครั้งนี้ซึ่งได้แบ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพระดับดี และกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับควรได้รับการพัฒนา พบว่า องค์ประกอบและ/หรือปัญหาหลัก/สำคัญสู่ความสำเร็จหรือสภาพหรือศักยภาพของการดำเนินธุรกิจนั้น มี 3 องค์ประกอบ คือ

1. **คน (Labor : L)** ประกอบด้วย แรงงานผลิต ผู้นำกลุ่ม และสมาชิก

2. **ผลิตภัณฑ์ (Product : P)** ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คุณภาพ/รสชาติที่เป็นมาตรฐาน รูปแบบและลวดลาย ประโยชน์ใช้สอยได้หลายอย่าง และรูปแบบความทันสมัยคลาสสิก

3. **ตลาด (Market : M)** ประกอบด้วย แหล่งและช่องทางการจำหน่าย

องค์ประกอบและ/หรือปัญหาทั้ง 3 นี้ ถือว่าเป็นองค์ประกอบนำที่จะนำมาซึ่งองค์ประกอบอื่น ดังนั้นจากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถจัดสภาพหรือศักยภาพของธุรกิจชุมชนได้ 8 รูปแบบ ดังนี้

1. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน ผลิตภัณฑ์ และตลาด (LPM)
2. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และผลิตภัณฑ์ (LP)
3. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และตลาด (LM)
4. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และตลาด (PM)
5. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน (L)
6. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (P)
7. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของตลาด (M)
8. ธุรกิจชุมชนที่ไม่มีศักยภาพ (O)

(ก) **แนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน (Community Business Development Model : CD-Model)**

จากการศึกษาวิจัยที่ได้องค์ประกอบและ/หรือปัญหาหลัก/สำคัญสู่ความสำเร็จหรือสภาพหรือศักยภาพของการดำเนินธุรกิจ 3 องค์ประกอบคือ คน ผลิตภัณฑ์ และการตลาด ดังนั้นรัฐควรมีนโยบายและแนวทางรูปแบบการพัฒนาชุมชน ดังนี้

(หมายเหตุ : กลุ่มธุรกิจชุมชน กลุ่ม OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การผลิต ต้องเป็นกลุ่มชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ใช่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่แอบแฝง)

1. **OTOP on Top** นโยบายกระตุ้นความนิยม กระตุ้นผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้กลับมาได้รับความนิยมและทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจแบบพึ่งตนเองและร่วมเครือข่ายพัฒนาตามระดับของเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมผู้บริโภคกระตุ้นการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น

- ระบบบริหารจัดการและวางแผนกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอำเภอ ศูนย์ OTOP อำเภอ ดำเนินการสร้างเครือข่ายและแบ่งชุมชนทำงานเพื่อธุรกิจชุมชน เช่น ชุมชนวัดฤทธิพิ ชุมชนผลิตชุมชนการตลาด (แหล่งจำหน่าย)

- ออกกฎให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกๆวันศุกร์
- ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการจัดอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อมีการประชุม สัมมนา หรืออบรม
- ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะต้องมีการให้ของที่ระลึก
- รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของสังคม เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สามารถนำภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาลดหย่อนภาษีได้
- รัฐส่งเสริมการผลิตที่มีแผนการอนุรักษ์ทดแทนปัจจัยการผลิต สิ่งแวดล้อม ร่วมกับแผนการผลิตเพื่อสร้างความสมดุล

2. OTOB on Labor นโยบายส่งเสริมการพัฒนาคน เช่น

- จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา
- จัดฝึกอบรมเพิ่มภูมิปัญญาให้แรงงานมีฝีมือเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชน โดยปราชญ์ภูมิปัญญาสอนคนรุ่นใหม่ ใช้ภูมิปัญญาในการผลิต
- คงและอนุรักษ์ครอบครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลานในครอบครัว
- สร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จ้างเด็กเยาวชนทำในช่วงปิดเทอม หรือว่าง จ้างผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล

3. OTOB on Creator นโยบายส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนำแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยสร้างคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา มีกิจกรรมดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ธุรกิจชุมชน เช่น

- จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน
- จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน
- จัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา

- ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เต่า/เครื่องอบห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC)

3. OTOP on Marketer นโยบายส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางการตลาดและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น

- งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องและหมุนเวียน เช่น รัฐ/จังหวัดจัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหมุนเวียนไปแต่ละจังหวัด 52 สัปดาห์ 77 จังหวัด (งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วประเทศประจำปีของแต่ละจังหวัด)

- พัฒนาสร้างศูนย์ OTOP ประจำจังหวัดที่มีอยู่แล้วในแต่ละจังหวัดให้มีระบบบริหารจัดการ และกิจกรรมดำเนินการทางการตลาดและการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี

- จัดทำนิตยสาร หรือวารสารวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

- พัฒนาเว็บไซต์ OTOP (www.thaitambon.com) เดิมให้สามารถดำเนินการในกิจกรรมขายสินค้าในระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผล และฝึกอบรมการขายสินค้าในระบบออนไลน์ให้กลุ่มที่ดูแลด้านการตลาด

(ข) แนวทางดำเนินการในแต่ละสภาพธุรกิจชุมชน

แนวทางการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชนในแต่ละสภาพ/ศักยภาพของธุรกิจชุมชน นั้น รัฐควรมีแนวทางในการดำเนินการดังนี้

รัฐจะต้องมีการวิเคราะห์สภาพ/ศักยภาพของธุรกิจชุมชนแต่ละกลุ่มว่า มีศักยภาพด้านคน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดอย่างไร โดยจัดกลุ่มประเภทของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็น 8 รูปแบบศักยภาพ คือ

1. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน ผลิตภัณฑ์ และตลาด (LPM)
2. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และผลิตภัณฑ์ (LP)
3. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และตลาด (LM)
4. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และตลาด (PM)
5. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน (L)
6. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (P)
7. ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของตลาด (M)
8. ธุรกิจชุมชนที่ไม่มีศักยภาพ (O)

31) ดังนี้

แต่ละรูปแบบศักยภาพ รัฐจะมีแนวทางส่งเสริมและพัฒนาแตกต่างกัน (ตารางที่ 4-

ตารางที่ 4-31 แนวทางการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาภาคธุรกิจชุมชนในแต่ละสภาพ/ศักยภาพของธุรกิจชุมชน

สภาพ/ศักยภาพของธุรกิจชุมชน	แนวทางดำเนินการ			
	OTOP on Top	OTOP on Labor	OTOP on Creator	OTOP on Marketer
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน ผลิตภัณฑ์ และตลาด (LPM)	✓	-	-	-
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และผลิตภัณฑ์ (LP)	✓	-	-	✓
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน และตลาด (LM)	✓	-	✓	-
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และตลาด (PM)	✓	✓	-	-
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน (L)	✓	-	✓	✓
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (P)	✓	✓	-	✓
ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของตลาด (M)	✓	✓	✓	-
ธุรกิจชุมชนที่ไม่มีศักยภาพ (O)	✓	✓	✓	✓

ที่มา : จากการวิเคราะห์