

## บทที่ 5

### บทสรุป

#### 5.1 ศักยภาพและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน

##### (ก) กลุ่มผ้าทอ

##### 1. ศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ รูปแบบและลวดลาย ลักษณะด้อย คือ มีราคาถูก แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ และเพิ่มแหล่งกระจายสินค้า มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎในในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ สามารถหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนได้อย่างสบาย มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนราคาสูง แรงงานขาดแคลน เทคโนโลยีราคาสูง และขาดแคลนแหล่งจำหน่าย ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ ส่วนใหญ่มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ รูปแบบและลวดลาย แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการเพิ่มแหล่งกระจายสินค้า มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎในในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายรองเป็นคนในชุมชนท้องถิ่น มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน การหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนพอหาได้ ไม่มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน แรงงานขาดแคลน เทคโนโลยีคุณภาพต่ำ และขาดแคลนแหล่งจำหน่าย ได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน



### วิเคราะห์ความแตกต่างสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน

วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการ รักษาระดับภูมิปัญญาโดยเฉพาะภูมิปัญญาดั้งเดิม การมีแผนธุรกิจร่วมในระหว่างสมาชิก การสร้างแหล่งที่มาวัตถุดิบในชุมชน/จังหวัด การลดค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ บรรจุกัมภ์ และฉลาก การเพิ่มคุณภาพการทอ การเสริมแรงงานรุ่นใหม่ในธุรกิจ แหล่งเงินทุนที่หลากหลาย การจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและต่อเนื่อง การเพิ่มประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ การรักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดใหม่ และการส่งเสริมด้านการตลาดจากรัฐบาล จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี	กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา
1. ระดับภูมิปัญญา	ดั้งเดิม , ประยุกต์	ประยุกต์
2. แผนธุรกิจร่วมในระหว่างสมาชิก	มี	ไม่มี
3. แหล่งที่มาวัตถุดิบ	ในชุมชน / จังหวัด	ต่างจังหวัด
4. ค่าใช้จ่ายวัตถุดิบ บรรจุกัมภ์ 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
10. การตลาด	รักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดใหม่	ขายลูกค้าเดิม ไม่ขยายตลาดใหม่
11. ความต้องการช่วยเหลือจากรัฐ	ด้านตลาด ส่งเสริมการตลาด	ด้านเงินทุน

ที่มา : จากภาคผนวก จ. – ภาคผนวก ซ.

## 2. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

พบว่า ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดีกับธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ส่วนใหญ่มีกระบวนการคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันในกระบวนการ ดังนี้

### 2.1 กระบวนการจัดหา

- ทุน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาแหล่งสำคัญ 2 แหล่งคือ การลงหุ้นของสมาชิกกลุ่มและจากประธาน/เจ้าของ
- บรรจุกัญท์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งจัดหาในชุมชน (อำเภอ) เท่านั้น

### 2.2 กระบวนการขนส่ง

- บรรจุกัญท์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการขนส่งหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเองเท่านั้น

## 3. พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มผู้บริโภค

เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค คือ รูปแบบและลวดลาย และมีทักษะเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จุดด้อย คือ ตลาดแคบหาซื้อขาย มีการซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบและลวดลาย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต ความคงทน รูปแบบและลวดลาย ความประณีต และความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุกัญท์และราคา ในระดับปานกลาง

## 4. ความคิดเห็นต่อศักยภาพผลิตภัณฑ์ผ้าทอของหน่วยงานภาครัฐ

กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสนชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน เกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น มีมือแรงงาน การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านฝีมือแรงงาน การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ

การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต มีศักยภาพในระดับมาก ด้านฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต มีศักยภาพในระดับปานกลาง

## (ข) กลุ่มแปรรูปผ้าทอ

### 1. ศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ รูปแบบและลวดลาย ลักษณะด้อย คือ มาตรฐานการผลิต แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ เงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการเพิ่มแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน แรงงานขาดแคลน เทคโนโลยีขาดแคลน และตลาดขาดแคลน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม และได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ ส่วนใหญ่มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะด้อย คือ ราคาถูก แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี ไม่มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายรองเป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน การหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนพอหาได้ สามารถหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนได้อย่างสบาย ไม่มีการบริหารจัดการ, อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน แรงงานขาดแคลน วัตถุดิบราคาแพง และตลาดขาดแคลน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม

#### วิเคราะห์ความแตกต่างสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน

วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการปรับปรุงการออกแบบรูปแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือกลุ่มชน ควรหาแหล่งเงินทุนให้หลากหลาย จัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบ และต่อเนื่อง ควรจัดทำแผนการตลาดเพื่อวางกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันจะส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหาแหล่งวัตถุดิบราคาไม่แพงและเพียงพอ จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 5-2

ตารางที่ 5-2 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.

## 2. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

พบว่า ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี กับธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ส่วนใหญ่มีกระบวนการคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันในกระบวนการ ดังนี้

### 2.1 กระบวนการจัดหา

- บรรจุภัณฑ์/ฉลาก กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการจัดหาหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งจัดหาในชุมชน (อำเภอ) และต่างจังหวัด

### 2.2 กระบวนการขนส่ง

- วัตถุดิบ กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีจะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนาจะมีกระบวนการขนส่งโดยมีวิธีการขนส่งโดยให้ทางร้านค้าจัดส่งให้ ขนส่งด้วยตัวเอง และการฝากซื้อ

## 3. พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอของกลุ่มผู้บริโภค

เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค คือ รูปแบบและลวดลาย และมีทัศนคติเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จุดด้อย คือ ตลาดแคบหาซื้อยาก มีการซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบและลวดลาย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต ความคงทน รูปแบบและลวดลาย ความประณีต และความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์และราคา ในระดับปานกลาง

## 4. ความคิดเห็นต่อศักยภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอของหน่วยงานภาครัฐ

กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การขยาย

ตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับมาก ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับปานกลาง

## (ค) กลุ่มธุรกิจอาหาร

### 1. ศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับดั้งเดิม มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ คุณภาพ ลักษณะด้อย คือ การจัดเก็บ แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอ กรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ การหาวัตถุดิบจาก

ภายนอกชุมชนพหุภาคี มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน แรงงานขาดแคลน เทคโนโลยีขาดแคลน และตลาดขาดแคลน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาในระดับประยุกต์ ส่วนใหญ่มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ คุณภาพ แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ เงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี ไม่มีการเพิ่มแหล่งกระจายสินค้า มีการประชาสัมพันธ์ลักษณะบอกต่อปากต่อปาก มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ การหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนพหุภาคี มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน วัตถุดิบราคาแพง และตลาดขาดแคลน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ NGO ด้านการฝึกอบรม

#### วิเคราะห์ความแตกต่างสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน

วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการผลิตสินค้าที่แสดงถึงความดั้งเดิมของภูมิปัญญาแสดงถึงเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น การผลิตให้ได้คุณภาพรสชาติจนได้รับรางวัลจะส่งผลต่อยอดขายควรมีแผนดำเนินการ มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ ทางการตลาดควรรักษากลุ่มลูกค้าเดิมและขยายตลาดลูกค้าใหม่ โดยภาครัฐเข้ามาส่งเสริมพัฒนาความรู้ เทคโนโลยี และสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุน จะทำให้ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี และกลุ่มที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

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

ที่มา : จากภาคผนวกจ. - ภาคผนวก ข.

## 2. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

พบว่า ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดีกับธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ส่วนใหญ่มีกระบวนการคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันในกระบวนการ ดังนี้

### 2.1 กระบวนการขนส่ง

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

### 3. พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มผู้บริโภค

เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค คือ รสชาติ และมีทักษะเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ เพิ่มคุณภาพ รสชาติให้อร่อย จุดด้อย คือ บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ มีการซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการ

เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ รสชาติ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ และการแสดงถึงความ เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้าน ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านมาตรฐานการผลิต รสชาติ บรรจุภัณฑ์ การจัดเก็บ ราคา และการเก็บรักษาได้นาน ในระดับปานกลาง

#### 4. ความคิดเห็นต่อศักยภาพผลิตภัณฑ์อาหารของหน่วยงานภาครัฐ

กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการ เกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มี ศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการ เกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น มีศักยภาพในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐาน สินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และ ความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/ รสชาติ มีศักยภาพในระดับมากที่สุด ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบ ที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มี ศักยภาพในระดับมาก

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการ เกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ ในการผลิต การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การขยายตลาด/ การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหาร จัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษา และพัฒนามาตรฐานสินค้า และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับมาก ด้าน บริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา มีศักยภาพในระดับปานกลาง

## (ง) กลุ่มของใช้ของตกแต่ง

### 1. ศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่น คือ รูปทรงความทันสมัย ลักษณะด้อย คือ มาตรฐานการผลิตแรงงานส่วนใหญ่มาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการเพิ่มแหล่งกระจายสินค้า มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกต่างประเทศ มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ สามารถหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนได้อย่างสบาย มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน แรงงานขาดแคลน เทคโนโลยีคุณภาพต่ำ ตลาดขาดแคลน และปัญหาสินค้าถูกเลียนแบบ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม และได้รับการสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นภูมิปัญญาระดับประยุกต์ ส่วนใหญ่มีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน มีรูปแบบการประกอบการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีการทำงานตรงตามหน้าที่ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะด้อย คือ บรรจุภัณฑ์ แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง มีลูกค้าประจำกลุ่ม มีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติภายในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมีใช้อย่างเพียงพอ การหาวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนพอหาได้ มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ส่วนใหญ่กลุ่มประสบปัญหาทุนขาดแคลน วัตถุดิบราคาแพง เทคโนโลยีขาดแคลน และตลาดขาดแคลน

### วิเคราะห์ความแตกต่างสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน

วิเคราะห์ได้ว่า การเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ควรดำเนินการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างลักษณะเด่นในรูปแบบ ลวดลาย รูปทรงความทันสมัย สร้างแรงงานจากผู้ที่มีความรักในงานประดิษฐ์ มีความคิดสร้างสรรค์ ควรดำเนินกิจกรรมในรูปแบบการบริหารโดยมีผู้นำที่เข้มแข็งกล้าลงทุน และตลาดที่จะสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้ดีคือ

ตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งจากการประยุกต์ภูมิปัญญาไทย ได้รับความสนใจจากต่างประเทศมาก ในขณะที่ตลาดที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าประจำได้แก่กลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดในเมืองใหญ่ๆ กทม. และต่างประเทศ แต่ปัญหาที่ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากรัฐคือ การพัฒนาฝีมือความรู้ และพัฒนาเทคโนโลยีให้มีคุณภาพสูงขึ้น

**ตารางที่ 5-4 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.

## 2. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

พบว่า ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี กับธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนานั้น ส่วนใหญ่มีกระบวนการคล้ายกัน แต่มีความแตกต่างกันในกระบวนการ ดังนี้

### 2.1 กระบวนการจัดหา

- **วัตถุดิบ** กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งต่างจังหวัด ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาจากแหล่งนอกชุมชน (ในจังหวัด)
- **แรงงาน** กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาแรงงานจากการอาสาสมัครขอทำงานเองของแรงงาน ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากสมาชิกกลุ่ม

- **บรรจุภัณฑ์/ฉลาก** กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากแหล่งภายนอกชุมชน (ในจังหวัด) ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาโดยวิธีจัดหาจากแหล่งในชุมชน (ในอำเภอ) และต่างจังหวัด

## 2.2 กระบวนการขนส่ง

- **วัตถุดิบ** กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเอง และฝากซื้อ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการขนส่งโดยวิธีขนส่งด้วยตัวเอง และให้ทางร้านค้าจัดส่งให้

## 2.3 กระบวนการกระจายสินค้า

- **ผู้ค้าส่ง** กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย โดยลูกค้าที่มาจากต่างประเทศมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย โดยลูกค้าที่มาจากในตัวจังหวัดมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต

## 3. พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งชนของกลุ่มผู้บริโภค

เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค คือ สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง และมีทัศนคติเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ พัฒนารบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม จุดด้อย คือ ตลาดแคบหาซื้อยาก มีการซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านความปลอดภัย ความชำนาญ และรูปทรงความทันสมัย ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในด้านมาตรฐานการผลิต ความคงทน ราคา การเป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก และความหลากหลายในการใช้ประโยชน์ ในระดับปานกลาง

## 4. ความคิดเห็นต่อศักยภาพผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งหน่วยงานภาครัฐ

กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น และการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ในระดับปานกลาง

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ในระดับปานกลาง

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ฝีมือแรงงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ในระดับปานกลาง

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น และรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ในระดับมาก ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด และความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ในระดับปานกลาง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจด้านฝีมือแรงงาน รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า และการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ในระดับมาก ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน บริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ในระดับปานกลาง

## 5.2 การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงทำการศึกษาการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้เปรียบเทียบระบบบริหารจัดการของธุรกิจชุมชนและระดับเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มธุรกิจชุมชน ได้ดังนี้

### (ก) การนำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ได้นำหลักการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นองค์ประกอบในการเปรียบเทียบคือ

1. ธุรกิจมีการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และให้เกิดประโยชน์สูงสุด เหมาะสมกับปริมาณการผลิตของธุรกิจ ตามหลักของความพอประมาณ
2. ธุรกิจมีการวางแผน โดยพิจารณาถึงความพร้อมในด้านศักยภาพของธุรกิจและสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ตามหลักของความมีเหตุผล

3. ธุรกิจมีการบริหารรายรับให้สอดคล้องกับรายจ่าย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของธุรกิจอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ตามหลักของการมีภูมิคุ้มกัน

4. ธุรกิจมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆ ระหว่างสมาชิก ส่งเสริมให้ ความรู้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ และสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่ผู้ที่สนใจได้ ตามเงื่อนไขความรู้

5. ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่าง เท่าเทียมกัน มีการเสริมสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งของธุรกิจ ตามเงื่อนไขคุณธรรม

ผลการวิเคราะห์การนำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีกับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ที่เหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 5-5 การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
1. ความพอประมาณ	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มมีการวางแผน จัดการการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม และได้รับรางวัลระดับต่างๆ</li> <li>- กลุ่มมีการนำภูมิปัญญามาประยุกต์เพื่อให้เกิดความพอดีกับผลิตภัณฑ์</li> <li>- กลุ่มมีการดำเนินการขึ้นทะเบียนธุรกิจชุมชนจากหน่วยงาน</li> <li>- กลุ่มมีการระบุน้ำที่ ความรับผิดชอบตามตำแหน่งของคณะกรรมการ และปฏิบัติตามหน้าที่</li> </ul>	<p>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี ยังคงให้ความสำคัญกับการคงภูมิปัญญา ระดับดั้งเดิมเป็นหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์</li> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี ประธานหรือผู้นำมีความสามารถ คล่องตัว สามารถทำหน้าที่อื่นๆได้</li> </ul>
	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แรงงานของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม อยู่ในวัยทำงาน มีทักษะและศักยภาพเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ มีจำนวนแรงงานเหมาะสม สามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า</li> <li>- แรงงานเอาใจใส่ในการทำงาน ทำให้มีการพัฒนาฝีมือของแรงงาน และทำให้ผลผลิตที่ได้ ออกมามีคุณภาพ</li> </ul>	<p>2. ด้านแรงงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>

ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
1. ความพอประมาณ (ต่อ)	- แรงงานมีทักษะ ความชำนาญเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความประณีต	
	<b>3. ด้านการเงิน</b> - กลุ่มมีเงินทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนของกิจการ มีการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนอย่างเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ - กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตเพียงพอ ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก - กลุ่มมีการผลิตอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดปี	<b>3. ด้านการเงิน</b> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี เงินทุนส่วนใหญ่มาจากประธานกลุ่มหรือเจ้าของกิจการ ส่วนกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนา เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการลงทุนของสมาชิก
	<b>4. ด้านการตลาด</b> - มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเองภายในกลุ่ม - มีการวางแผนช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆอย่างเหมาะสม - มีการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น - มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ให้กลุ่มเป็นที่รู้จัก และมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่น - มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ขนาดรสชาติ เพื่อให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และทันสมัย	<b>4. ด้านการตลาด</b> - ไม่มีความแตกต่าง
	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> - มีการใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชน - วัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชนสามารถจัดหาได้เมื่อขาดแคลน	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> - กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดี มีวัตถุดิบและทรัพยากรในชุมชนเหลือเพื่อแต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนา มีวัตถุดิบและทรัพยากรในชุมชนใกล้ที่จะขาดแคลนแล้ว

## ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

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

## ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
2. ความมี เหตุผล (ต่อ)	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการวิเคราะห์ตลาด และวางแผนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการขยายช่องทางการตลาด และแหล่งกระจายสินค้าอย่างรอบคอบ</li> <li>- มีการปรับเปลี่ยน ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น</li> <li>- มีการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม</li> </ul>	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเป็นวัตถุดิบในการผลิต</li> <li>- ทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนบางอย่างขาดแคลน จึงมีการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน</li> </ul>	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิต</li> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการวางแผนการใช้ทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชนที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของกลุ่ม</li> </ul>
3. การมี ภูมิคุ้มกัน	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการรวมกลุ่มสมาชิก กลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม</li> <li>- มีการวิเคราะห์ และคำนึงถึงโอกาสต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบ</li> <li>- มีการกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการ และตำแหน่งหน้าที่อย่างชัดเจน</li> <li>- คณะกรรมการปฏิบัติตามหน้าที่ และรับผิดชอบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</li> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน</li> <li>- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ และการรับรองมาตรฐาน</li> </ul>	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>

ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
3. การมี ภูมิคุ้มกัน (ต่อ)	<b>2. ด้านแรงงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการพัฒนาทักษะ ฝีมือแรงงาน ให้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน</li> <li>- มีการอบรมความรู้ และคงรูปแบบ เอกลักษณ์ ลวดลายผลิตภัณฑ์ประจำกลุ่ม</li> <li>- แรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มอยู่ในวัยทำงาน และมีลักษณะเหมาะสมกับงานทำให้ผลิตผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง</li> <li>- มีการแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต</li> <li>- มีการเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน ให้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ประณีต และมีคุณภาพ รักษามาตรฐานการผลิต และผลิตตามความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้องและตรงตามเวลา</li> </ul>	<b>2. ด้านแรงงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
	<b>3. ด้านการเงิน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการบริหารเงินทุนของกลุ่ม เพื่อให้สมดุลกับการผลิต</li> <li>- มีการวางแผนทางการเงิน เมื่อเงินทุนไม่เพียงพอในการผลิต โดยส่วนใหญ่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินชุมชน</li> <li>- มีการผลิตอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายตลอดทั้งปี</li> <li>- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ NGO ด้านเงินทุน</li> </ul>	<b>3. ด้านการเงิน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและต่อเนื่อง แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนา มีการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบแต่ไม่ต่อเนื่อง</li> </ul>

## ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
3. การมี ภูมิคุ้มกัน (ต่อ)	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการวางแผนช่องทางทางการตลาด โดยมีการขายส่งมากกว่าขายปลีก</li> <li>- มีการวางแผนการขาย โดยการขายส่ง ส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด</li> <li>- มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มหลากหลายวิธี</li> <li>- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด</li> </ul>	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆในแต่ละปีเพื่อขยายช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์</li> </ul>
	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการบริหารจัดการการนำทรัพยากร ธรรมชาติภายในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบ</li> <li>- คำนึงถึงความเพียงพอของทรัพยากรภายในชุมชน และการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน</li> </ul>	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากรอย่างเหมาะสม แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนามีการบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากร ไม่ครอบคลุม</li> </ul>
4. เงื่อนไข ความรู้	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเรียนรู้และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมของกลุ่ม</li> <li>- มีการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ออกสู่ภายนอก</li> <li>- มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม และได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ ฝึกอบรม</li> </ul>	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
	<b>2. ด้านแรงงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน</li> <li>- มีการเข้าร่วมการฝึกอบรมต่างๆที่ทางหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น</li> <li>- มีการฝึกฝนฝีมือจนเกิดประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมีความสวยงามประณีตได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการของลูกค้า</li> </ul>	<b>2. ด้านแรงงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับดีเน้นการคงหลักของการผลิตและคงความรู้ด้านภูมิปัญญาดั้งเดิม</li> </ul>

ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
4. เจื่อนใจ ความรู้ (ต่อ)	<b>3. ด้านการเงิน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเรียนรู้การจัดการทางการเงินของกลุ่ม ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ</li> <li>- ศึกษาแหล่งเงินทุนของกิจการ และแนวทางการปฏิบัติเมื่อเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตไม่เพียงพอ</li> </ul>	<b>3. ด้านการเงิน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- มีการพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ ปรับเปลี่ยนรูปแบบ ขนาด เพิ่มรสชาติ เปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์</li> <li>- มีการอนุรักษ์เอกลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากได้รับความนิยม</li> </ul>	<b>4. ด้านการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการศึกษา พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เป็นวัตถุดิบ ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด</li> <li>- มีการเรียนรู้การบริหารจัดการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ</li> </ul>	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>
5. เจื่อนใจ คุณธรรม	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความกระตือรือร้นและรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง</li> <li>- มีการช่วยเหลือ พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม</li> <li>- มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</li> </ul>	<b>1. ด้านการวางแผน การบริหารจัดการ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีความแตกต่าง</li> </ul>

## ตารางที่ 5-5 (ต่อ)

องค์ประกอบ	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	
	เหมือนกัน	แตกต่างกัน
5. เงื่อนไข คุณธรรม (ต่อ)	<b>2. ด้านแรงงาน</b> - มีความซื่อสัตย์ในการทำงาน - มีความรับผิดชอบ และมีความตรงต่อเวลา เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามที่ถูกกำหนด - มีความตั้งใจ ขยัน อดทน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สวยงาม ประณีตและได้มาตรฐาน	<b>2. ด้านแรงงาน</b> - ไม่มีความแตกต่าง
	<b>3. ด้านการเงิน</b> - มีความซื่อสัตย์สุจริตในการบริหารจัดการเงินทุนของกิจการ - มีสติ มีความรับผิดชอบและรอบคอบในการจัดการทางการเงิน	<b>3. ด้านการเงิน</b> - ไม่มีความแตกต่าง
	<b>4. ด้านการตลาด</b> - รู้จักสร้างความสัมพันธ์กับตลาดหน่วยงานภายนอก - มีการช่วยเหลือ ร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด	<b>4. ด้านการตลาด</b> - ไม่มีความแตกต่าง
	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> - คำนึงถึงผลเสีย ผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต - มีการช่วยเหลือและร่วมมือกันในการบริหารจัดการ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	<b>5. ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</b> - 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 ความ เป็นอยู่ สุขสติกการ การศึกษา สังคมและศาสนา โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยราชการ มูลนิธิ และเอกชน

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

### 5.3 สังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน

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

### นโยบายของภาครัฐในอดีต

จากการสังเคราะห์นโยบาย OTOP นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และโครงการไทยเข้มแข็ง (ตารางที่ 5-6) 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 จะไม่มีความรู้และความสามารถในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาต่อยอดไปที่ละขั้น 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



### 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 ความเป็นมืออาชีพ การผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพได้มาตรฐานมีลักษณะเฉพาะแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือชุมชน ซึ่งส่งผลต่อยอดขายที่มีสูงกว่ากลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนา

### ข้อเสนอแนะจากกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการสังเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากกลุ่มธุรกิจชุมชน (ตารางที่ 5-7) 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/เทคโนโลยีที่มีไม่ สามารถเพิ่มกำลังการผลิตและ/หรือเพิ่มคุณภาพผลผลิต และภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริม/สนับสนุนให้อนุรักษ์/เห็นคุณค่า โดยเสนอแนวทางแก้ไขคือ ด้านการอนุรักษ์ รัฐควรส่งเสริมการจัดโครงการปราชญ์ภูมิปัญญาสอน/ถ่ายทอดความรู้ให้คนรุ่นใหม่ใช้ภูมิ

ปัญหาที่มีในชุมชนทำการผลิต จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี รัฐควรสนับสนุนเครื่องมือ/เทคโนโลยี/เงินทุนต้นทุนต่ำ เพื่อซื้อความรู้/เทคโนโลยีใหม่ ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์(Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของภูมิปัญญา จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

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

**ด้านอื่นๆ** กลุ่มธุรกิจชุมชนประสบปัญหาสภาพอากาศ เช่น อากาศชื้นทำให้การย้อมสีผ้าไม่มีคุณภาพ อาหารขึ้นราหรือมีกลิ่นเหม็นหืน ของตกแต่งประเภทไม้ขึ้นรา โดยเสนอแนวทางแก้ไขคือ รัฐบาลควรสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เตี๋ยอบห้องควบคุมอุณหภูมิ

### ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค

จากการสังเคราะห์ (ตารางที่ 5-8) พบว่า ผู้บริโภคเห็นว่าจุดเด่นที่ควรได้รับการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน คือ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คงคุณภาพ/รสชาติที่เป็นมาตรฐาน และจุดด้อยที่ต้องกำจัด คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีตลาดแคบหายาก 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. พัฒนาเวปไซด์ 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 บรรจุภัณฑ์
18. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์
19. สนับสนุน และส่งเสริมในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
20. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่งตรงไปตรงมา
21. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน
22. ควรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกจำหน่าย
23. ส่วนที่ดำเนินการให้มาตรฐาน ควรจะดำเนินการให้โดยเร็ว
24. กลุ่มควรใส่ใจ มีความรับผิดชอบร่วมกัน
25. กลุ่มควรใส่ใจเกี่ยวกับสถานที่ผลิตให้มากกว่านี้
26. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง
27. ให้ความสำคัญกับการลงมือทำ มากกว่าการยึดข้อมูลจากเอกสาร

## ตารางที่ 5-6 สัณเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในอดีต

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. ด้านเงินทุน	OTOP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เงิน CEO 40,000 ล้านบาท</li> <li>- เงินท้องถิ่น อบต. แห่งละ 5 ล้านบาท</li> <li>- เงินท้องถิ่น เทศบาลแห่งละ 12 ล้านบาท</li> <li>- เงิน กทบ. SML</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มมีคอลล่วงตัวในเรื่องเงินทุนที่จะใช้จ่ายในหารผลิตสินค้า และใช้ในการบริหารจัดการมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เงินทุนได้มาง่าย ไม่ว่าจะเป็นเงินทุนให้เปล่า หรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ แต่กลุ่มส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการบริหารจัดการเรื่องเงินทุน ระบบการเงิน และระบบบัญชี ฉะนั้นเงินที่ได้มาไม่ได้เกิดประโยชน์เท่าที่ควร และอาจเป็นการสร้างภาระหนี้สินให้กับกลุ่มในระยะยาว</li> </ul>
	โครงการไทยเข้มแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมถึงวิสาหกิจชุมชนที่มีการลงทุนกระจายไปทั่วประเทศ</li> <li>- ให้อำนาจของรัฐบาลเข้ามาปล่อยกู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน</li> <li>- จัดสรรงบประมาณในการเข้าไปช่วยเหลือ และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต่างๆ มากกว่าที่เคย และทั่วถึงมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มทั่วประเทศได้รับเงินทุน เพื่อใช้หมุนเวียนภายในกลุ่มอย่างทั่วถึง</li> <li>- สร้างทางเลือกในด้านเงินทุนให้กับกลุ่ม โดยการปล่อยกู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การปล่อยกู้ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของกลุ่ม ว่ามีความเข้มแข็งระดับใด และกลุ่มมีความสามารถพอที่จะชำระหนี้คืนได้หรือไม่</li> <li>- ไม่มีการศึกษาต้นทุนต้นทุนทางการเงินของกลุ่ม ซึ่งบางกลุ่มไม่มีความรู้ หรือมีความรู้ย้อยในด้านการบริหารจัดการเงินทุน ทำให้กลุ่มไม่สามารถนำเงินที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ก่อให้เกิดภาวะหนี้สินในระยะยาว</li> </ul>
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	OTOP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลักดันโครงการ เพื่อคัดค้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาคุณภาพตรงใจตลาด</li> <li>- สนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี เพื่อรองรับการพัฒนา และปรับปรุงสินค้า</li> <li>- มีนโยบายที่เน้น คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (มผช.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าตรงใจตลาด สร้างรายได้ให้ ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่กลุ่ม</li> <li>- กลุ่มมีทักษะ ความรู้ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมที่จะพัฒนาและปรับปรุงสินค้าต่อไป</li> <li>- กลุ่มมีเป้าหมายที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนด (มผช.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสนับสนุนและผลักดันกลุ่มต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงศักยภาพ และความต้องการของกลุ่ม ประเมินว่ากลุ่มสามารถพัฒนาได้ระดับไหน ต้องมีการสนับสนุนและผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง</li> </ul>

ตารางที่ 5-6 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	<p>นโยบาย</p> <p>OTOP (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลักดันโครงการ เพื่อคิดค้นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาคุณภาพตรงใจตลาด</li> <li>- สนับสนุนด้านวิชาการ เทคโนโลยี เพื่อรองรับการพัฒนา และปรับปรุงสินค้า</li> <li>- มีนโยบายที่เน้น คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (มผช.)</li> </ul> <p>เศรษฐกิจ พอเพียง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขยายโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับคุณภาพของผลผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยี การจัดการ และการเชื่อมโยงกับระบบตลาด</li> <li>- เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคแรงงาน ภาคเอกชน และภาครัฐ ให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาคุณภาพ และฝีมือของแรงงานในระดับต่าง ๆ</li> <li>- ให้โอกาสในการเรียนรู้ การศึกษา การฝึกอาชีพสำหรับกลุ่ม และลูกหลาน</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านเทคโนโลยี และการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศเป็นส่วนรวม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าตรงใจตลาด สร้างรายได้ให้ ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่กลุ่ม</li> <li>- กลุ่มมีทักษะ ความรู้ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมที่จะพัฒนาและปรับปรุงสินค้าต่อไป</li> <li>- กลุ่มมีเป้าหมายที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนด (มผช.)</li> <li>- กลุ่มมีความรู้ที่จะพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย ทันต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น</li> <li>- มีการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของประเภทปัญญา ภูมิปัญญาได้รับการอนุรักษ์ไว้ และพร้อมที่จะพัฒนาต่อยอดโดยลูกหลาน คนรุ่นใหม่ ก่อให้เกิดความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องอาศัยความเป็นพันธมิตรระหว่างเอกชนและรัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการบริหารจัดการในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม หากดำเนินการไม่ต่อเนื่องอาจเป็นปัญหาให้กับกลุ่มมากกว่าเดิม</li> <li>- การส่งเสริมเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ของตลาดปัจจุบัน</li> </ul>	

ตารางที่ 5-6 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
2. ด้านการพัฒนา มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	เศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)	<p>- อาศัยความเป็นพันธมิตรระหว่างเอกชนและรัฐผนึกกำลัง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการบริหารจัดการในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม</p> <p>- เร่งรัดให้มีการสร้างปัญญาในสังคม เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อสร้างความสามารถของประเทศอย่างยั่งยืน ตลอดจนสนับสนุนให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันสร้างนวัตกรรม</p>		
	โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์	<p>- ผู้ประกอบการต้องได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม</p> <p>- สร้างระบบประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับภาคการผลิตเพื่อปรับทิศทางการศึกษา ให้ตอบสนองความต้องการการบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน</p>	<p>- เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่จากการพัฒนาทักษะและประยุกต์จากความรู้เดิม มีผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม</p> <p>- มีบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาเดิม บวกกับความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาสู่ตลาดที่กว้างขวางขึ้น</p>	<p>- สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน ไม่มีความรู้และความสามารถในเรื่องนวัตกรรมสมัยใหม่ จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็ง และเกิดความชำนาญในภูมิปัญญาเดิม และดำเนินการพัฒนาต่อยอดความคิดไปทีละขั้น อย่างเป็นระบบ ไม่ก้าวกระโดด</p>

ตารางที่ 5-6 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
3. ด้าน การตลาด/ ส่งเสริม การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นตัวกลางในการหาสถานที่จัดงานเพื่อแสดงสินค้า</li> <li>- ผลักดันการขยายช่องทางการตลาดสู่การส่งออกต่างประเทศ</li> <li>- สนับสนุนให้กลุ่มเข้าสู่กระบวนการที่เริ่มต้นจากตลาด คือตลาดต้องการอะไร ก็ผลิตตามความต้องการของตลาด ไม่ใช่ผลิตแล้วค่อยไปหาตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น</li> <li>- เกิดการขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น</li> <li>- การผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของตลาด ไม่เกิดสินค้าค้างสต็อก ทำให้สินค้าถูกจำหน่าย สร้างรายได้ให้กับกลุ่ม เกิดการหมุนเวียนของเงินทุน กลุ่มประสบผลสำเร็จ เกิดความเข้มแข็ง และสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาชนำเข้า - ส่งออก</li> <li>- กลุ่มจะส่งออกได้ก็ต่อเมื่อมีการร่วมมือกับทุกฝ่าย อย่างเข้มแข็งจริงจัง จึงต้องมีความรู้ในเรื่องการตลาดส่งออกอย่างแท้จริง จึงจะมีอำนาจในการเจรจา ตอรองกับคู่ค้าได้</li> </ul>	
เศรษฐกิจพอเพียง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการดำเนินการที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนและการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนบุคคลและอาศัยกลไกการตลาดเสรีเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันด้วยความเป็นธรรม</li> <li>- ส่งเสริมและผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการโดยมีภาคเอกชนเป็นกลไกขับเคลื่อน ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ รวมทั้งสร้างเสถียรภาพของราคาสินค้าที่มีความเป็นธรรมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงจากการใช้ความคิด ภูมิปัญญา การพัฒนา และการผลิต</li> <li>- ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาสินค้า</li> <li>- ผลักดันการส่งออก สร้างรายได้ให้กับประเทศ สร้างรายได้ให้กับกลุ่มเข้มแข็ง มีแรง มีพลังที่จะสร้างสร้างสร้างต่อ</li> </ul>		

ตารางที่ 5-6 (ต่อ)

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

ตารางที่ 5-6 (ต่อ)

ด้าน	นโยบาย	รูปแบบ	ข้อดี	ข้อเสีย
3. ด้าน การตลาด/ ส่งเสริม การตลาด (ต่อ)	โครงการไทย เข้มแข็ง	- ธกส. รับซื้อผลผลิตที่ล้นตลาด และการช่วยพยุงเรื่อง ราคาผลผลิตเกษตร	- สินค้าไม่ค้างสต็อก - เกิดการกระจายสินค้า	- การรับซื้อผลผลิตที่ล้นตลาด เป็นการแก้ปัญหาที่ ปลายเหตุ ควรจะแก้ปัญหาโดยการศึกษาระมาณ ความต้องการของตลาด แล้วผลิตให้ได้ปริมาณตรง กับความต้องการของตลาด การผลิตสินค้าจนล้น ตลาด ทำให้สูญเสียปัจจัยหลายด้าน เช่น เงินทุน สูญเสียไป เวลาที่ใช้ เป็นต้น และหากมีนโยบาย แบบนี้ต่อไป กลุ่มก็จะไม่รู้จักบริหารจัดการภายใน กลุ่มไม่เกิดความเข้มแข็ง
4. ด้าน สิ่งแวดล้อม	เศรษฐกิจ พอเพียง	- ปรับปรุงระบบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาค ท้องถิ่น ชุมชน และภาคประชาสังคมเพื่อร่วมกัน รักษาและดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อย่างทั่วถึง เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ - สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ ประโยชน์อย่างยั่งยืนจากทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรชีวภาพ เพื่อสร้างคุณภาพ สิ่งแวดล้อมที่ดีที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจของ ประเทศ โดยใช้มาตรการทางเศรษฐกิจที่ผสมผสานกับ หลักการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการมี ส่วนร่วมและเกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย	- ทรัพยากรชีวภาพ เป็นการ สร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่ทำลาย เป็นการดูแลและ สร้างสมดุล ให้กับ ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ให้สามารถ ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน	- มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผล ต่อการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ต้อง อาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ร่วมกันสร้าง จิตสำนึกในการดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบกฎหมาย นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาระบบราชการชุมชน หน้า 8 ถึง 20

ตารางที่ 5-7 ข้อเสนอของธุรกิจชุมชนต่อประเด็นปัญหาปัจจุบันและแนวทางการแก้ไขที่ควรดำเนินการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน

ประเด็น	ปัญหาปัจจุบัน	แนวทางการแก้ไขที่ควรดำเนินการ
ด้านทุน	1. ต้นทุนเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย) มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดต้นทุน(อัตราดอกเบี้ย)เพื่อธุรกิจชุมชนลง</li> <li>- ขยายเวลาชำระคืนเงินทุนเพื่อธุรกิจชุมชน</li> </ul>
	2. เงินทุนไม่เพียงพอ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หาแหล่งเงินทุนในระบบ ที่มีความยืดหยุ่นมีเงื่อนไขการให้เงินทุนตามสภาพของธุรกิจชุมชน</li> </ul>
ด้านแรงงาน	1. แรงงานคุณภาพที่มีฝีมือในภูมิปัญญาขาดแคลน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จ้างเด็กเยาวชนทำในช่วงปิดเทอมหรือว่าง จ้างผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล</li> <li>- เพิ่มภูมิปัญญาให้แรงงานที่มีมือเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชน</li> <li>- กระตุ้นความสนใจให้แรงงานเข้ามาทำงานธุรกิจชุมชน เช่น เพิ่มค่าแรงให้แรงงาน เพิ่มสวัสดิการจิตใจ</li> <li>- คงและอนุรักษ์ครอบครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลานในครอบครัว</li> </ul>
	ด้านวัตถุดิบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาและเพิ่มแหล่งผลิตวัตถุดิบในจังหวัด</li> <li>- ใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุด</li> </ul>
ด้านเทคโนโลยี/ความรู้	2. วัตถุดิบมีราคาเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควบคุมราคาวัตุดิบ</li> <li>- สร้างอำนาจต่อรองโดยสร้างเครือข่ายในการรับซื้อวัตถุดิบ</li> </ul>
	1. เทคโนโลยีการผลิตใหม่ที่สามารรถเพิ่มกำลังการผลิตและ/หรือเพิ่มคุณภาพผลผลิตมีราคาสูง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาณภูมิปัญญาสอนคนรุ่นใหม่ ให้ภูมิปัญญาในการผลิต</li> <li>- รัฐบาลสนับสนุนเงินทุนต้นตำเพื่อซื้อความรู้/เทคโนโลยีใหม่</li> </ul>
ด้านเทคโนโลยี/ความรู้	2. ภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี/ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนอื่นเป็นจุดแข็ง/เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้อนุรักษ์หรือเห็นคุณค่า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้แนวทางการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาให้ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน</li> <li>- จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา</li> <li>- จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน</li> </ul>
	3. ขาดแคลนเครื่องมือ/เทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลสนับสนุนให้เครื่องมือ/เทคโนโลยีแก่กลุ่มธุรกิจชุมชน</li> </ul>

ตารางที่ 5-7 (ต่อ)

ประเด็น	ปัญหาปัจจุบัน	แนวทางแก้ไขที่ควรดำเนินการ
ด้านตลาด	1. ขาดแคลนหรือไม่มีแหล่งจำหน่าย  2. ราคาจำหน่ายไม่คุ้มกับต้นทุนที่ได้ลงทุน  3. ผลผลิตถูกเปลี่ยนแปลง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตลาดปากต่อปาก</li> <li>- หาตลาดรองรับใหม่เพิ่ม</li> <li>- ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น</li> <li>- รัฐ/จังหวัดจัดจัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนหมุนเวียนไปแต่ละจังหวัด 52 ตำบล 77 จังหวัด (งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วประเทศประจำปีของแต่ละจังหวัด)</li> <li>- ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> <li>- พัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์และฉลากเพื่อเพิ่มมูลค่า</li> <li>- มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดเวลา</li> <li>- จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน</li> <li>- จัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา</li> <li>- ได้รับการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห่อถ่วงควบคุมอุณหภูมิ</li> </ul>
อื่นๆ	1. ปัญหาสภาพอากาศ เช่น อากาศชื้นทำให้การย้อมสีผ้าไม่ได้คุณภาพ ทำให้อาหารขึ้นราหรือมีกลิ่นเหม็นหืน ทำให้ของใช้ของตกแต่งประเภทไม้ขึ้นรา	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการให้รัฐช่วยเหลือของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ หน้า 89 ถึง 98

### ตารางที่ 5-8 พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนของภาครัฐ

รายการ	ประเด็น
พฤติกรรมการบริโภค	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคคือ รูปแบบและหลากหลาย รสชาติ ประโยชน์ใช้สอยได้หลายอย่างและรูปแบบความทันสมัยคลาสิค มีรอบของการซื้อผลิตภัณฑ์ 2-3 เดือนต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อต่อรอบ 101 – 500 บาท แหล่งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คืองานแสดงสินค้า/นิทรรศการ สถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์ OTOP ร้านค้าชุมชนและร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก ตัวผู้บริโภคเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยเข้าไปบริโภคหรือตกแต่งและเป็นของฝาก
จุดเด่นที่ต้องพัฒนา	สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คงคุณภาพ/รสชาติที่เป็นมาตรฐาน
จุดด้อยที่ต้องกำจัด	ตลาดแคบหาซื้อยาก ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ เกี่ยวกับการ ดำเนินการหรือ นโยบายของภาครัฐ ต่อธุรกิจชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. รัฐควรสนับสนุนนโยบาย OTOP ให้กลับมาได้รับความนิยมและทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจแบบพึ่งตนเองและรวมเครือข่ายโดยมีระบบบริหารจัดการและวางแผนกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอำเภอ</li> <li>12. ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนำแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> <li>13. เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยสร้างคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา</li> <li>14. มีกิจกรรมดำเนินกิจกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ธุรกิจชุมชน</li> <li>15. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางการตลาดและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องและหมุนเวียน จัดทำนิทรรศการ หรือวารสารวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> <li>16. พัฒนาเวปไซด์ OTOP เดิมให้สามารถดำเนินการด้านในกิจกรรมขายสินค้าในระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผล</li> <li>17. ออกกฎให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกๆวันศุกร์</li> <li>18. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการจัดอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชน(อำเภอ)เมื่อมีการประชุม สัมมนาหรืออบรม</li> <li>19. ออกกฎให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะซื้อของมีกำไรของที่ระลึก</li> <li>20. รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของสังคม เช่น ดารา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สามารถนำภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาลดหย่อนภาษีได้</li> </ol>

ที่มา : จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน หน้า 112 ถึง 131

## 5.4 แนวทางรูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน

### (Community Business Development Model : CD-Model)

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

จากผลสังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน (ภาพที่ 5-1) พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนยังคงประสบปัญหาเดิมที่ถือว่าเป็นปัญหาที่มักจะ เป็นคำตอบจากการศึกษาวิจัยด้านธุรกิจชุมชนมาโดยตลอดหรือเป็นปัญหาเริ่มแรกตั้งแต่มีการเริ่ม ดำเนินการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน (OTOP) ทั้งในด้านบริหารจัดการ ทุน แรงงาน วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อม และการตลาด หากมองวิธีการแก้ไขปัญหารัฐบาลแต่ ละยุคได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน คือ มีการจัดฝึกอบรมผู้นำกลุ่ม ส่งเสริม การจดทะเบียนกลุ่ม สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ฝึกอบรมสอนจัดทำบัญชี ฝึกอบรมพัฒนาฝีมือ ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ สนับสนุนเทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ให้กลุ่ม สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างจิตสำนึกในการดูแลใส่ใจสิ่งแวดล้อม ฝึกอบรมด้านการตลาด จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในและต่างประเทศ จัดทำเว็บไซต์ เอกสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์ สร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ จะเห็นว่าแนวทางการดำเนินการ ดังกล่าวได้ส่งผลต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนไม่มากนักน้อย แต่แนวทางที่ยังคงมีการดำเนินการอยู่ ณ ปัจจุบัน คือ ในด้านทุน ด้านการฝึกอบรมให้ความรู้ การพัฒนาวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ การสร้างจิตสำนึกต่อ สิ่งแวดล้อม ในขณะที่การส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ ด้านแรงงาน ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ และ ด้านการตลาดยังไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งด้านต่างๆ ดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยหลักหรือตัวแปรสำคัญสู่ ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเกิดจากผู้นำที่เข้มแข็ง มีความคล่องตัว มีความ เสียสละ มีสมาชิกที่มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน มีแผนธุรกิจที่มีเป้าหมายชัดเจนมีความเป็นไปได้ใน กรอบระยะเวลาของแผนธุรกิจ มีหน่วยภาครัฐเข้ามาร่วมบริหารจัดการวางแผนดำเนินการในลักษณะ

ครบวงจรจัดสรรแบ่งปันห่วงโซ่การผลิตให้กระจายในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรโดยชุมชนเพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

แรงงานเพื่อการผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง เรียนรู้ให้เข้าใจภูมิปัญญาจากปราชญ์ชาวบ้านและเรียนรู้ให้เข้าใจเทคโนโลยีนำมาผสมผสานให้การผลิตมีประสิทธิภาพคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาจัดระบบการเรียนรู้หรือหลักสูตรการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับแต่ละสภาพชุมชนและพื้นที่

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

การตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดี ควรเป็นการตลาดที่มั่นคงสร้างความยั่งยืนให้กับยอดขายของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ด้วยข้อจำกัดในการทำการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชน ดังนั้นรัฐจึงควรเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมจัดให้มีกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี มีการสร้างสื่อเพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 5-1 สังเคราะห์และประมวลแนวนโยบาย

ปัญหา

<p><b>ด้านบริหารจัดการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ในกลุ่มไม่เข้มแข็ง ไม่ต่อเนื่อง</li> <li>- การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาตัวเอง ไม่สามัคคี</li> <li>- การดำเนินงานไม่ต่อเนื่องจึงไม่มีความใส่ใจอย่างจริงจัง</li> <li>- ไม่มีการวางแผนธุรกิจร่วมกันในระยะยาว</li> <li>- ระบบบัญชีไม่ต่อเนื่อง ไม่เป็นปัจจุบัน</li> <li>- เจ้าหน้าที่หรือมีความรู้ไม่เพียงพอ ไม่สามารถให้บริการที่ทำได้</li> </ul>	<p><b>ทุน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดแคลนเงินทุน</li> <li>- นำเงินทุนไปใช้ผิดวัตถุประสงค์</li> <li>- กลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถในการบริหารเงินทุน ระบบการเงิน และบัญชีที่ควร</li> <li>- ต้นทุนเงินทุน (อัตราดอกเบี้ย) ใหม่อ่อน</li> </ul>	<p><b>แรงงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดแรงงานที่มีความรู้ มีฝีมือ มีประสบการณ์ และผู้สืบทอด</li> <li>- แรงงานน้อย ผลิตตามคำสั่งซื้อไม่ทัน</li> <li>- ปรากฏอยู่ปัญหาความรู้ดั้งเดิมของชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริม/สนับสนุนให้อนุรักษ์/เห็นคุณค่า</li> </ul>	<p><b>วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความรู้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> <li>- วัตถุดิบ ขาดแคลน ราคาสูง</li> </ul>	<p><b>การผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มไม่มีความรู้/ตลาดที่ยั่งยืน</li> <li>- กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรมเพื่อให้ได้เอกลักษณ์ของกลุ่ม</li> <li>- ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาในรูปแบบไม่หลากหลาย</li> <li>- ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่เป็นเอกลักษณ์</li> <li>- มีการปรับมาตรฐานที่ยกขึ้น กลุ่มตามไม่ทัน</li> <li>- คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ</li> <li>- แห่งผลิตคับแคบ การผลิตไม่ต่อเนื่อง</li> <li>- ฝ้าย ต้องใช้เวลานาน การคาดคะเนได้ไม่คุ้มทุน</li> </ul>	<p><b>สิ่งแวดล้อม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม</li> <li>- การผลิตในลักษณะที่ยั่งยืน</li> <li>- ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	<p><b>การตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบหายาก สินค้าขายไม่ได้</li> <li>- การออกเขียนแบบผลิตภัณฑ์</li> <li>- ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางการขาย การตลาด</li> <li>- กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด</li> </ul>
---	--	--	--	---	---	---

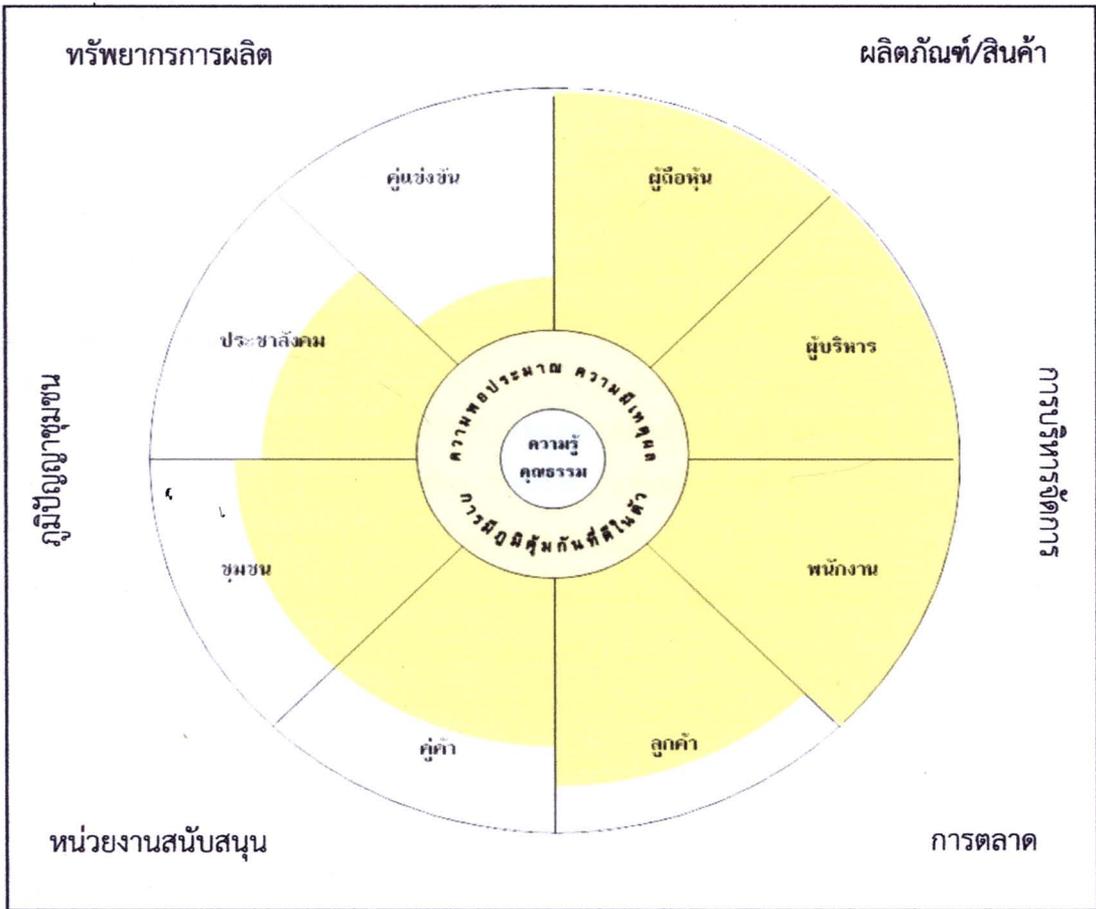
สิ่งที่รัฐได้ดำเนินการในอดีต และมีแนวโน้มการเป็นรูปธรรม

<p><b>ด้านบริหารจัดการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกรอบรสนักกลุ่ม</li> <li>- จัดระเบียบกลุ่ม</li> </ul>	<p><b>ทุน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนเงินทุนให้เปล่า</li> <li>- สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ</li> <li>- มีกรอบสมรรถนะจัดทำบัญชี</li> </ul>	<p><b>แรงงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกรอบพัฒนากลุ่ม</li> <li>- ศึกษาเชิงงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ</li> </ul>	<p><b>วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนเทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ให้กลุ่ม</li> </ul>	<p><b>การผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีกรอบพัฒนาผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<p><b>สิ่งแวดล้อม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<p><b>การตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกรอบด้านการตลาด</li> <li>- จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในและต่างประเทศ</li> <li>- จัดทำเว็บไซต์ เอกสารแนบกับประชาสัมพันธ์</li> <li>- สร้างศูนย์จำหน่ายในพื้นที่</li> </ul>
--	--	--	--	---	---	---

ข้อเสนอแนะสำคัญที่แตกต่างและน่าสนใจเพื่อการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ จากกลุ่มธุรกิจชุมชน และหน่วยงานผู้ริโภค และชาชนผู้บริโภค

<p><b>ด้านบริหารจัดการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระบบบริหารจัดการและวางแผนกลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างรอบคอบ</li> <li>- OTOP อำเภอ ดำเนินการสร้างเครื่องจักรและแปรรูปชุมชนทำงาน</li> <li>- เพื่อธุรกิจชุมชน เช่น ชุมชน วัตถุประสงค์ ชุมชน ชุมชน (แก่เจ้าหน้าที่)</li> <li>- ส่งเสริมการผลิตที่มีแผนการผลิต (การผลิตที่มีแผนการผลิต)</li> <li>- ส่งเสริมการพัฒนาระบบบัญชีการผลิต เพื่อสร้างความสมดุล</li> </ul>	<p><b>แรงงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำหลักสูตรเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสืบต่อภูมิปัญญาชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา</li> <li>- จัดฝึกอบรมเพิ่มภูมิปัญญาให้แรงงานที่มีฝีมือ</li> <li>- เพิ่มให้กับธุรกิจชุมชน โดยปราศจากภูมิปัญญาของคนรุ่นใหม่ ใช้ภูมิปัญญาในการผลิต</li> <li>- คงและอนุรักษ์กิจกรรมครัวภูมิปัญญา เพื่อเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลานในครอบครัว</li> <li>- สร้างแรงงานพิเศษให้ธุรกิจชุมชน เช่น จัดเด็กเยาวชนทำในช่วงปิดเทอมหรือว่าง ว่าง ผู้สูงอายุ หรือจ้างแรงงานที่ว่างตามฤดูกาล</li> </ul>	<p><b>การผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน</li> <li>- จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน</li> <li>- จัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์</li> <li>- ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายผลิตภัณฑ์ เช่น เตา/เครื่องอบ ห้องควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Community : CEC) และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Community : SEC)</li> </ul>	<p><b>การตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกกู่ให้ราชการแต่งกายชุดพื้นบ้านที่ผลิตจากกลุ่มผ้าทอและแปรรูปผ้าทอในชุมชน(อำเภอ)ในทุกๆศุกร์</li> <li>- ออกกู่ให้หน่วยงานราชการใช้บริการอาหารว่าง หรืออาหารรับประทานที่ผลิตจากกลุ่มธุรกิจชุมชน(อำเภอ)เมื่อมีการประชุมสัมมนา หรืออบรม</li> <li>- ออกกู่ให้หน่วยงานราชการใช้บริการซื้อของใช้ของตกแต่งที่ผลิตจากกลุ่มชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะมีการให้ของขวัญหรือของขวัญปีใหม่</li> <li>- รัฐมีนโยบายส่งเสริมให้คนของสังคม เช่น ตรา ศิลปิน นักร้อง และธุรกิจเอกชนที่ส่งเสริมให้พนักงาน ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น สามารถนำภาพหรือการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมมาใช้ผลิตภัณฑ์ได้</li> <li>- งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น รัฐจัดจังหวัดงานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน(อำเภอ)เมื่อจะมีการให้ของขวัญปีใหม่</li> <li>- จัดงานสร้างศูนย์ OTOP ประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่แล้วในแต่ละจังหวัดให้มีระบบบริหารจัดการ และกิจกรรมดำเนินการทางการตลาดและการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี</li> <li>- จัดทำนิทรรศการ หรือการวางจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> <li>- พัฒนาเว็บไซต์ OTOP (<a href="http://www.thaitambon.com">www.thaitambon.com</a>) เพื่อให้สามารถดำเนินการในกิจกรรมขายสินค้าในระบอบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผล และมีกิจกรรมขายสินค้าในระบอบออนไลน์ให้กลุ่มผู้ดูแลด้านการตลาด</li> </ul>
--	--	---	--

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



ภาพที่ 5-2 ประยุกต์ผังการปรับวางระดับความพอเพียงขององค์กรที่ครอบคลุมเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า

จากผลสังเคราะห์และประมวลแนวนโยบายในอดีตและแนวทางเพื่อการส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงข้างต้น จะเห็นว่าในการดำเนินธุรกิจชุมชนภายใต้หลักการ ประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงมีองค์ประกอบหรือปัจจัยต่างๆ มากมาย เช่น สมาชิกกลุ่ม ผู้ถือหุ้น ผู้นำ ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน ประชาสังคม คู่แข่งขัน ภายใต้โครงสร้างประกอบอื่น ได้แก่ ทรัพยากรการผลิต (วัตถุดิบ เงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการผลิต) ผลิตภัณฑ์/สินค้า การบริหารจัดการ ภูมิปัญญาชุมชน หน่วยงานสนับสนุน และการตลาด เป็นต้น แต่หากวิเคราะห์จากกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ได้ทำการศึกษา ครั้งนี้ซึ่งได้แบ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพระดับดี และกลุ่ม ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับควรได้รับการพัฒนา 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 ถือเป็นองค์ประกอบนำที่จะนำมาซึ่งองค์ประกอบอื่น 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 ดังนั้นรัฐควรมีแนวนโยบายและแนวทางรูปแบบการพัฒนาชุมชน 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 ชุมชนวัตถุดิบ 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. OTOP on Labor นโยบายส่งเสริมการพัฒนาคน เช่น

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

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

- จัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน
- จัดตั้งสถาบันออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจชุมชน
- จัดทำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในสถาบันอาชีวศึกษา

- ให้การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ เช่น เต่า/เครื่องอบหึ่งควบคุมอุณหภูมิส่งเสริมการจัดตั้งชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (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](http://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)

แต่ละรูปแบบศักยภาพ รัฐต้องมีแนวทางส่งเสริมและพัฒนาที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 5-9) ดังนี้

ตารางที่ 5-9 แนวทางการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชนในแต่ละสภาพ/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)	✓	✓	✓	✓

### 5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อกระตุ้นความสำเร็จของ CD-Model

จากปรัชญาของการดำเนินธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในการดำเนินธุรกิจชุมชนจะยั่งยืนและเข้มแข็งต้องนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดเพื่อประยุกต์ใช้ในประเด็น

1. ธุรกิจมีการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และให้เกิดประโยชน์สูงสุด เหมาะสมกับปริมาณการผลิตของธุรกิจ ตามหลักของความพอประมาณ
2. ธุรกิจมีการวางแผน โดยพิจารณาถึงความพร้อมในด้านศักยภาพของธุรกิจและสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ตามหลักของความมีเหตุผล
3. ธุรกิจมีการบริหารรายรับให้สมดุลกับรายจ่าย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของธุรกิจอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ตามหลักของการมีภูมิคุ้มกัน
4. ธุรกิจมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆ ระหว่างสมาชิก ส่งเสริมให้ความรู้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ และสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่ผู้ที่สนใจได้ ตามเงื่อนไขความรู้

5. ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่เอาัดเอาเปรียบ มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน มีการเสริมสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งของธุรกิจ ตามเงื่อนไขคุณธรรม

โดยมีหลักของการพัฒนาตามลำดับขั้นของเศรษฐกิจพอเพียง 3 ระดับ จะทำให้การพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพของคน ผลิตภัณฑ์ และการตลาด ถือเป็นองค์ประกอบหลักสู่ความสำเร็จในการดำเนิน หากด้อยในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งก็ควรมีการส่งเสริมและพัฒนา โดยภาครัฐ ดังนั้น รัฐจึงจำเป็นต้องจัดประเภทของศักยภาพของธุรกิจชุมชนและแยกเป็นกลุ่มประเภท เพื่อนำ CD-Model นำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา ภายใต้การดูแลของเจ้าหน้าที่หน่วยงานในพื้นที่ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะทำให้เกิดความยั่งยืนกับธุรกิจชุมชน ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการและออกสู่ตลาดโดยมีรูปแบบการพัฒนาที่เป็นระบบและมีคุณภาพได้มาตรฐานการผลิต