

บรรณานุกรม

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ , การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ
ชุมชนในเขตภาคเหนืออย่างยั่งยืน (UNSEEN OTOPI) , เชียงใหม่ , 2551.

ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน , โครงการประเมินผลเปรียบเทียบในมิติต่างๆ ของประชาชนการ
นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ , เชียงใหม่ , 2550.

ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ร้อยแปดวิสาหกิจ
(ใน)ชุมชน , เชียงใหม่ , 2549.

Internet

<http://www.moneychannel.co.th>

<http://library.cmu.ac.th>

[http://s232207908.onlinehome.us/Business/SMEs/BusinessPlanning_SMEs_Chapter_51.
doc](http://s232207908.onlinehome.us/Business/SMEs/BusinessPlanning_SMEs_Chapter_51.doc)

<http://www.thaifta.com/thaifta>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยในโครงการการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกปิดเป็นความลับ และนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการ เท่านั้น จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกท่าน คณะผู้วิจัยฯ ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล ณ โอกาสนี้

ชื่อผู้ให้ข้อมูล..... เบอร์โทร.....
 ชื่อผู้สัมภาษณ์..... เบอร์โทร.....
 วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและการบริหารงานของกลุ่ม

ชื่อผลิตภัณฑ์..... ชื่อกลุ่มผู้ผลิต.....

ประเภทผลิตภัณฑ์

1. ผ้าทอ
 2. แปรรูปผ้าทอ
 3. อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร
 4. ของใช้ของตกแต่ง

ระดับดาวจากผลการประเมินสุดยอดผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2552

ชื่อผู้ติดต่อกรณีลูกค้าต้องการติดต่อ.....

เบอร์โทร..... โทรสาร.....

1. ระดับภูมิปัญญา

1. ดั้งเดิม 2. ประยุกต์ 3. คิดค้นใหม่

2. รูปแบบการประกอบการ

1. ผู้ประกอบการอิสระ (ไม่จดทะเบียนการค้า)
 2. ธุรกิจรายย่อย (SMEs)
 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 4. กลุ่มชาวบ้าน / สหกรณ์ (จดทะเบียน)

จำนวนสมาชิก.....คน จำนวนสมาชิกลงทุน.....คน

3. ขึ้นทะเบียนจากหน่วยงาน

1. ไม่ได้ขึ้นทะเบียน
2. กำลังอยู่ในระหว่างการดำเนินการขึ้นทะเบียน
3. ขึ้นทะเบียน โดยขึ้นทะเบียนกับหน่วยงาน
- | | |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. สำนักงานพัฒนาชุมชน | <input type="checkbox"/> 2. อุตสาหกรรมจังหวัด |
| <input type="checkbox"/> 3. กระทรวงสาธารณสุข (มาตรฐาน อย.) | <input type="checkbox"/> 4. กรมส่งเสริมการเกษตร |
| <input type="checkbox"/> 5. กระทรวงพาณิชย์ | <input type="checkbox"/> 6. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ..... | |

4. ได้รับรางวัลหรือไม่

1. ไม่ได้รับรางวัล
2. ได้รับรางวัล (ระบุระดับรางวัลสูงสุดที่ได้รับ)
- | | |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ระดับนานาชาติ | <input type="checkbox"/> 2. ระดับประเทศ |
| <input type="checkbox"/> 3. ระดับภาค | <input type="checkbox"/> 4. ระดับจังหวัด <input type="checkbox"/> 5. ระดับอำเภอ |

5. มีคณะกรรมการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือไม่

1. มี จำนวน.....คน
2. ไม่มี (ข้ามไปตอบส่วนที่ 2)

6. คณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่เป็น

1. ผู้ชาย 2. ผู้หญิง 3. ผู้ชายและผู้หญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน

7. คณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุ.....ปี

8. คณะกรรมการกลุ่มมีอาชีพหลัก คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ว่างาน | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการหรือพนักงานหน่วยงานที่เกษียณอายุ |
| <input type="checkbox"/> 3. เกษตรกร | <input type="checkbox"/> 4. นักการเมืองส่วนท้องถิ่น (อบต. เทศบาล) |
| <input type="checkbox"/> 5. รับจ้าง | <input type="checkbox"/> 6. ผู้ใหญ่บ้าน , กำนัน |
| <input type="checkbox"/> 7. ค้าขาย / เจ้าของกิจการ | <input type="checkbox"/> 8. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 9. พนักงานบริษัท | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ ระบุ..... |

9. คณะกรรมการกลุ่มส่วนใหญ่ได้ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือทำงานตรงตามหน้าที่หรือไม่

1. ทำตามหน้าที่
2. ไม่ทำตามหน้าที่ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ส่วนใหญ่มีงานหลักที่ต้องรับผิดชอบ |
| <input type="checkbox"/> 2. ส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ หรือไม่กล้า หรือไม่มั่นใจทำงานในหน้าที่ |
| <input type="checkbox"/> 3. ประธานหรือผู้นำ มีความสามารถ คล่องตัว สามารถทำงานในหน้าที่อื่นๆ ได้ |
| <input type="checkbox"/> 4. ต้องการลดขั้นตอนการดำเนินงาน ประธานหรือผู้นำจึงดำเนินการทุกอย่าง |
| <input type="checkbox"/> 5. แต่งตั้งหน้าที่เพียงในนาม เพื่อให้สามารถจดทะเบียน และรับความช่วยเหลือตามระเบียบการจดทะเบียนกลุ่มของหน่วยงานภาครัฐ |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ..... |

ส่วนที่ 2 ศักยภาพในการผลิตและกระบวนการในด้านต่างๆ ของกลุ่ม

10. ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ ลักษณะเด่นที่สุดของผลิตภัณฑ์ในภาพรวมระดับชุมชน (ระบุเพียง 1 ข้อที่เด่นที่สุด)

1. ผู้ทอ	2. แปรรูปผ้าทอ
<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ	<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ
<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต
<input type="checkbox"/> 3. คงทน	<input type="checkbox"/> 3. คงทน
<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์
<input type="checkbox"/> 5. รูปแบบและลวดลาย	<input type="checkbox"/> 5. รูปแบบและลวดลาย
<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 7. ใช้งานได้หลายโอกาส	<input type="checkbox"/> 7. ใช้งานได้หลายโอกาส
<input type="checkbox"/> 8. ใช้ได้หลายโอกาส	<input type="checkbox"/> 8. ใช้ได้หลายโอกาส
<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....	<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....

3. อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร	4. ของใช้ของตกแต่ง
<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ	<input type="checkbox"/> 1. ความปลอดภัย
<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต
<input type="checkbox"/> 3. รสชาติ	<input type="checkbox"/> 3. ความชำนาญ
<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 4. รูปทรงความทันสมัย
<input type="checkbox"/> 5. การจัดเก็บ	<input type="checkbox"/> 5. คงทน
<input type="checkbox"/> 6. เอกลักษณ์พื้นบ้าน	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 7. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 7. เป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก
<input type="checkbox"/> 8. เก็บรักษาได้นาน	<input type="checkbox"/> 8. ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง
<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....	<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....

รายละเอียดของลักษณะเด่น

.....

.....

.....

11. ลักษณะด้อยของผลิตภัณฑ์ ลักษณะเด่นที่สุดของผลิตภัณฑ์ในภาพรวมระดับชุมชน (ระบุเพียง 1 ข้อที่ด้อยที่สุด)

1. ผ้าทอ	2. แปรรูปผ้าทอ
<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ	<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ
<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต
<input type="checkbox"/> 3. รสชาติ	<input type="checkbox"/> 3. คงทน
<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์
<input type="checkbox"/> 5. รูปแบบและลวดลาย	<input type="checkbox"/> 5. รูปแบบและลวดลาย
<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 7. ใช้งานได้หลายโอกาส	<input type="checkbox"/> 7. ใช้งานได้หลายโอกาส
<input type="checkbox"/> 8. ใช้งานได้หลายโอกาส	<input type="checkbox"/> 8. ใช้งานได้หลายโอกาส
<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....	<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....

3. อาหาร/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	4. ของใช้ของตกแต่ง
<input type="checkbox"/> 1. คุณภาพ	<input type="checkbox"/> 1. ความปลอดภัย
<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต
<input type="checkbox"/> 3. รสชาติ	<input type="checkbox"/> 3. ความชำนาญ
<input type="checkbox"/> 4. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 4. รูปทรงความทันสมัย
<input type="checkbox"/> 5. การจัดเก็บ	<input type="checkbox"/> 5. คงทน
<input type="checkbox"/> 6. เอกลักษณ์พื้นบ้าน	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 7. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 7. เป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก
<input type="checkbox"/> 8. เก็บรักษาได้นาน	<input type="checkbox"/> 8. ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง
<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....	<input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ ระบุ.....

รายละเอียดของลักษณะด้อย

.....

.....

.....

12. งบประมาณการหาวัตถุดิบ

12.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และฉลาก ในรอบปี

วัตถุดิบ/ บรรจุภัณฑ์/ฉลาก	การชำระเงิน (สด/เชื่อ)	ระยะเวลาเครดิต ที่ได้รับ (วัน)	แหล่งที่มา ของวัตถุดิบ	ปริมาณ ^{1/} (หน่วย / ครั้ง)	ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	ราคา (บาท/ หน่วย)	วิธีการ ขนส่ง	ค่าขนส่งต่อครั้ง (บาท/หน่วย)	รวมค่าวัตถุดิบ/บรรจุ ภัณฑ์/ฉลากต่อปี
วัตถุดิบ									
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
บรรจุภัณฑ์									
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
ฉลาก									
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									

หมายเหตุ: ^{1/} โปรดระบุหน่วยให้

13. กระบวนการหาแรงงานการผลิต

13.1 จำนวนแรงงานที่เคยใช้สูงสุดคน (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน)

(ถ้าจำแนกได้ เป็น ชาย.....คน หญิงคน)

13.2 จำนวนแรงงานที่ใช้ในปัจจุบันคน

(ถ้าจำแนกได้ เป็น ชาย.....คน หญิงคน)

13.3 ช่วงอายุของแรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน (โปรดระบุเป็นตัวเลข)

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	การได้มาของแรงงาน			ค่าจ้าง/ชิ้น/ วัน /เดือน
		ในครัวเรือน_ คน	จ้าง(ภายใน จังหวัด)_คน	จ้าง (ต่างจังหวัด)_คน	
น้อยกว่า 14 ปี				บาท :
14-16 ปี				บาท :
17-60 ปี				บาท :
มากกว่า 60 ปี				บาท :

13.4 วิธีการได้มาของแรงงาน

1. ส่วนใหญ่ / ทั้งหมดเป็นสมาชิกของกลุ่ม
2. แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง
3. ประธาน คณะกรรมการ หรือสมาชิกกลุ่มช่วยจัดหา/ชักชวนแรงงาน
4. มีนายหน้าจัดหาแรงงานมาทำงาน
5. อื่นๆ ระบุ

13.5 ทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน เช่น

	ดีมาก (4)	ดี (3)	พอใช้ (2)	ต้องได้รับการพัฒนา (1)
ฝีมือแรงงาน				
ความประณีตของชิ้นงาน				
คุณภาพของผลผลิตที่ได้				
ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน				
ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
แรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า				

16. ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์

กรุณาระบุชื่อผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์สำคัญ 3 ผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์.....

1. ช่องทางการตลาดของกลุ่ม

1. ขายปลีก 2. ขายส่ง (ข้ามไปตอบข้อ 1.2)
3. ขายทั้งปลีกและส่ง
- สัดส่วนขายปลีกมากกว่า
- สัดส่วนการขายส่งมากกว่า

1.1 ขายปลีก (แหล่งจำหน่าย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ขายที่แหล่งผลิต ราคาเฉลี่ย/ ชิ้น.....บาท
2. ขายร้านค้าในหมู่บ้าน ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ตลาด ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุ.....ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท

1.2 ขายส่ง

- 1.2.1 ลูกค้าที่มารับ ณ แหล่งผลิตมาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
- 1.2.2 นำไปส่งลูกค้าโดยตรง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. ส่งออกผ่านตัวแทน ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท
5. อื่นๆ ระบุ..... ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท

2. ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่ม/กิจการได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ หรือไม่

- มี (ระบุ).....
- ไม่มี

3. ในปี 2552 กลุ่ม/กิจการ มีแหล่งขายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

- มีเพิ่มขึ้น จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงเพิ่มขึ้น.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....

2. ผลិតภัณฑ์.....

1. ช่องทางการตลาดของกลุ่ม

1. ขายปลีก 2. ขายส่ง (ข้ามไปตอบข้อ 1.2)
3. ขายทั้งปลีกและส่ง
- สัดส่วนขายปลีกมากกว่า
- สัดส่วนการขายส่งมากกว่า

1.1 ขายปลีก (แหล่งจำหน่าย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ขายที่แหล่งผลิต ราคาเฉลี่ย/ ชิ้น.....บาท
2. ขายร้านค้าในหมู่บ้าน ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ตลาด ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุ.....ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท

1.2 ขายส่ง

- 1.2.1 ลูกค้าที่มารับ ณ แหล่งผลิตมาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
- 1.2.2 นำไปส่งลูกค้าโดยตรง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. ส่งออกผ่านตัวแทน ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท
5. อื่นๆ ระบุ..... ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท

2. ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่ม/กิจการได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ หรือไม่

- มี (ระบุ).....
- ไม่มี

3. ในปี 2552 กลุ่ม/กิจการ มีแหล่งขายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

- มีเพิ่มขึ้น จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงเพิ่มขึ้น.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....

3. ผลិតภัณฑ์.....

1. ช่องทางการตลาดของกลุ่ม

1. ขายปลีก 2. ขายส่ง (ข้ามไปตอบข้อ 1.2)
3. ขายทั้งปลีกและส่ง
- สัดส่วนขายปลีกมากกว่า
- สัดส่วนการขายส่งมากกว่า

1.1 ขายปลีก (แหล่งจำหน่าย ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ขายที่แหล่งผลิต ราคาเฉลี่ย/ ชิ้น.....บาท
2. ขายร้านค้าในหมู่บ้าน ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ตลาด ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุ.....ราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท

1.2 ขายส่ง

- 1.2.1 ลูกค้าที่มารับ ณ แหล่งผลิตมาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. อื่นๆ ระบุราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
- 1.2.2 นำไปส่งลูกค้าโดยตรง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในตัวจังหวัด ราคาเฉลี่ย/ ชิ้นบาท
2. ต่างจังหวัด ระบุจังหวัดราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
3. ต่างประเทศ ระบุประเทศราคาเฉลี่ย/ชิ้น.....บาท
4. ส่งออกผ่านตัวแทน ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท
5. อื่นๆ ระบุ..... ราคาเฉลี่ย/ชิ้นบาท

2. ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่ม/กิจการได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ หรือไม่

- มี (ระบุ).....
- ไม่มี

3. ในปี 2552 กลุ่ม/กิจการ มีแหล่งขายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

- มีเพิ่มขึ้น จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงเพิ่มขึ้น.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....
- ลดลง จำนวน.....แหล่ง เพราะอะไรจึงลดลง.....

17. ผู้บริโภค

17.1 กลุ่มเป้าหมายลูกค้า

1. ไม่ทราบ
2. ทราบกลุ่มเป้าหมาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คนในชุมชนท้องถิ่น | <input type="checkbox"/> 1. เป้าหมายหลัก | <input type="checkbox"/> 2. เป้าหมายรอง |
| <input type="checkbox"/> คนในเมืองใหญ่และกทม. | <input type="checkbox"/> 1. เป้าหมายหลัก | <input type="checkbox"/> 2. เป้าหมายรอง |
| <input type="checkbox"/> นักท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 1. เป้าหมายหลัก | <input type="checkbox"/> 2. เป้าหมายรอง |
| <input type="checkbox"/> ส่งออกต่างประเทศ | <input type="checkbox"/> 1. เป้าหมายหลัก | <input type="checkbox"/> 2. เป้าหมายรอง |
| <input type="checkbox"/> ทั่วไปไม่เจาะจง | <input type="checkbox"/> 1. เป้าหมายหลัก | <input type="checkbox"/> 2. เป้าหมายรอง |

17.2 กลุ่มมีลูกค้าประจำหรือไม่ มี ไม่มี เพราะ.....

1) ปัจจุบันลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านคือกลุ่มใด

- ลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น (ในหมู่บ้าน / ตำบล/อำเภอ)
- ลูกค้าต่างอำเภอ ในจังหวัดเดียวกัน
- ลูกค้าต่างจังหวัด (ระบุจังหวัด).....
- ลูกค้าในกรุงเทพฯ
- ลูกค้าต่างประเทศ (ระบุประเทศ).....

2) เพศ 1. ส่วนใหญ่เป็นหญิง 2. ส่วนใหญ่เป็นชาย 3. ทั้งหญิงและชายเท่าๆ กัน 50%3) วัย 1. เด็ก 2. วัยรุ่น 3. วัยทำงาน 4. ผู้สูงอายุ 5. ทุกวัย

18. การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

18.1 วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน (เช่น ลำไย ไม้ไผ่ เส้นด้าย ไม้สัก ไม้มะม่วงและอื่นๆ) บ้างหรือไม่

1. ไม่ใช่
2. ใช้ สัดส่วนการใช้ต่อวัตถุประสงค์ที่ใช้ทั้งหมด
- | | | | |
|------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 25% | <input type="checkbox"/> 2. 25 - 50% | <input type="checkbox"/> 3. 51 - 75% | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 75% |
|------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|

18.2 ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน ที่ใช้เป็นวัตถุดิบ

1. ขาดแคลนแล้ว 2. ใกล้ที่จะขาดแคลน
3. มีใช้อย่างเพียงพอ 4. มีอยู่เหลือเฟือ 5. อื่น ๆ ระบุ.....

18.3 กลุ่มสามารถหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่นจากภายนอกชุมชนได้หรือไม่

1. ไม่สามารถหาได้ 2. หาได้ค่อนข้างยาก
3. พอดี 4. หาได้อย่างสบาย 5. อื่นๆ ระบุ.....

18.4 วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน กลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/ อนุรักษ์ ทรัพยากรเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไปหรือไม่ อย่างไร

- ไม่มี มี ถ้าหากมี กลุ่มมีวิธีการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง.....

ตอนที่ 3 ปัญหาของกลุ่ม และการส่งเสริมจากภาครัฐ

19. ปัญหาปัจจุบันของกลุ่มในด้านต่างๆ และภาพรวมของปัญหา (ให้ใส่เครื่องหมาย/ ลงในช่องว่างที่ต้องการ)

ปัญหาที่พบ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	ลักษณะของปัญหาที่พบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				แนว ทางแก้ไข (ระบุ)
	1.ขาดแคลน/ หายาก	2.ราคาแพง (ดอกเบีย/ค่าแรง)	3.คุณภาพ/ ทักษะต่ำ	4. อื่นๆ ระบุ	
<input type="checkbox"/> 1. ทุน					
<input type="checkbox"/> 2. แรงงาน					
<input type="checkbox"/> 3. วัตถุดิบ					
<input type="checkbox"/> 4. เทคโนโลยี/ความรู้					
<input type="checkbox"/> 5. ตลาด					
<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ					

20. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนกลุ่ม

1. การสนับสนุนจากภาครัฐฯ ระบุหน่วยงาน.....
แหล่งสนับสนุน เงินทุน สิ่งของ การจัดฝึกอบรม การตลาด อื่นๆ.....
ปัญหาที่พบ (ถ้ามี)
2. การสนับสนุนจาก NGO ระบุหน่วยงาน.....
แหล่งสนับสนุน เงินทุน สิ่งของ การจัดฝึกอบรม การตลาด อื่นๆ.....
ปัญหาที่พบ (ถ้ามี)

21. นโยบายด้านใดที่ทางกลุ่มต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน

นโยบายด้าน	อย่างไร
<input type="checkbox"/> 1. ทุน	
<input type="checkbox"/> 2. แรงงาน	
<input type="checkbox"/> 3. วัตถุดิบ	
<input type="checkbox"/> 4. เทคโนโลยี/ความรู้	
<input type="checkbox"/> 5. ตลาด	
<input type="checkbox"/> 6. ภาพรวม	

แบบสัมภาษณ์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยในโครงการการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกปิดเป็นความลับ และนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการ เท่านั้น จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกท่าน คณะผู้วิจัยฯ ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล ณ โอกาสนี้

ชื่อผู้ให้ข้อมูล..... เบอร์โทร.....
 ชื่อผู้สัมภาษณ์..... เบอร์โทร.....
 วันที่สัมภาษณ์.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านเลือก และเติมข้อความลงใน ช่องว่างที่กำหนดให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลหน่วยงาน

1. ชื่อหน่วยงาน.....
2. สังกัด.....
3. ที่อยู่ เลขที่..... หมู่บ้าน..... หมู่ที่..... ตำบล..... อำเภอ.....
จังหวัด..... โทร.....
4. ส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน ได้แก่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน ที่อยู่ภายใต้การดูแล

1. ศักยภาพด้านต่างๆ ในภาพรวมของกลุ่มธุรกิจชุมชนภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ศักยภาพด้าน	ระดับศักยภาพ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. การบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน					
2. การบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ / ทรัพยากรในท้องถิ่น					
3. ฝีมือแรงงาน					
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต					
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ					
6. การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า					
7. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม					
8. การขยายตลาด / การเพิ่มช่องทางการตลาด					
9. ความสามารถด้านการแก้ไขปัญหาของกลุ่ม เช่น ปัญหาพ่อค้าคนกลาง ปัญหาผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ					

2. ศักยภาพด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ในกลุ่มธุรกิจชุมชนภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ศักยภาพด้าน	ระดับศักยภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ^{1/}			
	ผ้าทอ	แปรรูปผ้าทอ	อาหาร	ของใช้ของตกแต่ง
1. การบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน				
2. การบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ / ทรัพยากรในท้องถิ่น				
3. ฝีมือแรงงาน				
4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต				
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ				
6. การรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า				
7. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม				
8. การขยายตลาด / การเพิ่มช่องทางการตลาด				
9. ความสามารถด้านการแก้ไขปัญหาของกลุ่ม เช่น ปัญหาพ่อค้าคนกลาง ปัญหาผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ				

หมายเหตุ : ^{1/} 1= น้อยที่สุด, 2= น้อย, 3= ปานกลาง, 4= มาก, 5= มากที่สุด

3. เรียงลำดับประเภทผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่ ที่ท่านรับผิดชอบให้ความสนใจผลิตจากความสนใจมากที่สุด (อันดับที่ 1) – น้อยที่สุด (อันดับที่ 4)

ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ

ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง

ตอนที่ 3 นโยบายและการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับการส่งเสริม และแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มธุรกิจชุมชน ของหน่วยงาน

ชื่อยโยบาย/โครงการ ดำเนินการ	รูปแบบการดำเนินการ	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
การจัดฝึกอบรมให้ความรู้		
1.		
2.		
3.		
การสนับสนุนด้านเงินทุน		
1.		
2.		
3.		
การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน		
1.		
2.		
3.		

ชื่อยุบาย/โครงการ ดำเนินการ	รูปแบบการดำเนินการ	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
การขายตลาด และการส่งเสริมตลาด		
1.		
2.		
3.		
การสร้างแหล่งวัตถุดิบพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ		
1.		
2.		
การจัดการสิ่งแวดล้อม		
1.		
2.		
การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ		
1.		
2.		

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่รัฐบาลควรดำเนินการหรือส่งเสริมและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

1. กลุ่มผ้าทอ

.....
.....
.....

2. กลุ่มแปรรูปผ้าทอ

.....
.....
.....

3. กลุ่มอาหาร

.....
.....
.....

4. กลุ่มผู้ใช้ของตกแต่ง

.....
.....
.....

แบบสัมภาษณ์ สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยในโครงการการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกปิดเป็นความลับ และนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการ เท่านั้น จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุกท่าน คณะผู้วิจัยฯ ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล ณ โอกาสนี้

ชื่อ-สกุล ผู้ให้ข้อมูล.....เบอร์โทร.....วันที่.....
 บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
 ชื่อผู้สัมภาษณ์.....เบอร์โทร.....
 วันที่สัมภาษณ์.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านเลือก และเติมข้อความลงใน ช่องว่าง ที่กำหนด ให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ไม่ได้เรียนหนังสือ	<input type="checkbox"/> 2. ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษา
<input type="checkbox"/> 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	<input type="checkbox"/> 5. อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> 6. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
4. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 2. 5,000 – 10,000 บาท ต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 3. 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 15,001 บาท ต่อเดือน
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	<input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> 3. เจ้าของกิจการ/ค้าขาย
<input type="checkbox"/> 4. แม่บ้าน	<input type="checkbox"/> 5. นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

- ในรอบปีที่ผ่านมาท่านซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชนหรือไม่
 1. ไม่ซื้อ เพราะอะไร.....
 2. ซื้อ เพราะอะไร.....
- ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ท่านชอบซื้อ (เลือกตอบได้หลายข้อ)
 1. ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ
 2. ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ
 3. ผลิตภัณฑ์อาหาร
 4. ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง
- ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
 1. มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
 2. เดือนละครั้ง
 3. 2-3 เดือนครั้ง
 4. ปีละครั้ง
- ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านในแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ.....บาท
- ส่วนใหญ่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไหน (ตอบได้หลายข้อ)
 1. งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ
 2. สถานที่ท่องเที่ยว
 3. ศูนย์ OTOP ชุมชน/อำเภอ/จังหวัด
 4. สหกรณ์/ร้านค้าของกลุ่มผู้ผลิต
 5. ร้านค้าชุมชน
 6. สถานีขนส่ง
 7. ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก
 8. ห้างสรรพสินค้า
 9. โรงแรม
 10. ปั้มน้ำมัน
 11. อินเทอร์เน็ต
 12. อื่นๆ ระบุ.....
- ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านมากที่สุด
 1. ตัวท่านเอง
 2. ครอบครัว/ญาติ
 3. เพื่อนสนิท/เพื่อนที่ทำงาน
 4. ดารา/ผู้มีชื่อเสียงในสังคม
 5. ผู้อื่น ระบุ.....
- ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ของท่านเลือกเพียง 1 ข้อ

ประเภทผ้าทอ	ประเภทแปรรูปผ้าทอ	ประเภทอาหาร	ประเภทของใช้ของตกแต่ง
<input type="checkbox"/> 1. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 1. มาตรฐานการผลิต	<input type="checkbox"/> 1. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 1. ความปลอดภัย
<input type="checkbox"/> 2. คุณภาพ/ระดับดาว	<input type="checkbox"/> 2. คุณภาพ/ระดับดาว	<input type="checkbox"/> 2. คุณภาพ/ระดับดาว	<input type="checkbox"/> 2. มาตรฐานการผลิต
<input type="checkbox"/> 3. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 3. บรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/> 3. รสชาติ	<input type="checkbox"/> 3. ความชำนาญ
<input type="checkbox"/> 4. รูปแบบและลวดลาย	<input type="checkbox"/> 4. รูปแบบและลวดลาย	<input type="checkbox"/> 4. รูปแบบและลวดลาย	<input type="checkbox"/> 4. รูปทรงความทันสมัย
<input type="checkbox"/> 5. ความประณีต	<input type="checkbox"/> 5. ความประณีต	<input type="checkbox"/> 5. ความประณีต	<input type="checkbox"/> 5. คงทน
<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 6. กำลังได้รับความนิยม	<input type="checkbox"/> 6. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 7. หาซื้อง่าย	<input type="checkbox"/> 7. หาซื้อง่าย	<input type="checkbox"/> 7. หาซื้อง่าย	<input type="checkbox"/> 7. ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง
<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ ระบุ			

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

1. ทักษะของท่านเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ที่ควรส่งเสริมให้มากยิ่งขึ้น (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ประเภทผลิตภัณฑ์	จุดเด่นของผลิตภัณฑ์				
	สร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	สามารถปรับราคาให้เพิ่มสูงขึ้นได้	พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม	เพิ่มคุณภาพดี/รสชาติอร่อย	อื่นๆ ระบุ
ประเภทผ้าทอ					
ประเภทแปรรูปผ้าทอ					
ประเภทอาหาร					
ประเภทของใช้ของตกแต่ง					

2. ทักษะของท่านเกี่ยวกับจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในปัจจุบัน (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ประเภทผลิตภัณฑ์	จุดด้อยของผลิตภัณฑ์				
	ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	ตลาดแคบหาซื้อผลิตภัณฑ์ยาก	บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	คุณภาพไม่ดี/รสชาติไม่อร่อย	อื่นๆ ระบุ
ประเภทผ้าทอ					
ประเภทแปรรูปผ้าทอ					
ประเภทอาหาร					
ประเภทของใช้ของตกแต่ง					

3. ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในแต่ละประเภท

ด้าน	ระดับความพึงพอใจ						
	5	4	3	2	1	0	ไม่มีความเห็น
1.ผ้าทอ							
1. คุณภาพ							
2. มาตรฐานการผลิต							
3. คงทน							
4. บรรจุภัณฑ์							
5. รูปแบบลวดลาย							
6. ราคาถูก							
7. ความประณีต							
8. ใช้ได้หลายโอกาส							
9. อื่นๆ ระบุ.....							

ด้าน	ระดับความพึงพอใจ						
	5	4	3	2	1	0	ไม่มีความเห็น
2.แปรรูปผ้าทอ							
1. คุณภาพ							
2. มาตรฐานการผลิต							
3. คงทน							
4. บรรจุภัณฑ์							
5. รูปแบบลวดลาย							
6. ราคาถูก							
7. ความประณีต							
8. ใช้ได้หลายโอกาส							
9. อื่นๆ ระบุ.....							
3.อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร							
1. คุณภาพ							
2. มาตรฐานการผลิต							
3. รสชาติ							
4. บรรจุภัณฑ์							
5. การจัดเก็บ							
6. เอกลักษณะพื้นบ้าน							
7. ราคาถูก							
8. เก็บรักษาได้นาน							
9. อื่นๆ ระบุ.....							
4.ประเภทของใช้ของตกแต่ง							
1. ความปลอดภัย							
2. มาตรฐานการผลิต							
3. ความชำนาญ							
4. รูปทรงความทันสมัย							
5. คงทน							
6. ราคาถูก							
7. เป็นผู้ผลิตกลุ่มแรก							
8. ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง							
9. อื่นๆ ระบุ.....							

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการ หรือนโยบายของภาครัฐต่อธุรกิจชุมชนต่างๆ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข.

หน่วยงานตัวอย่างและส่วนรับผิดชอบต่อธุรกิจชุมชน

แบ่งหน่วยงานได้ดังนี้

1. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ประกอบด้วย
 - สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (สนง.กศน.) 29 แห่ง
 - สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) 6 แห่ง
 - สถาบันอุดมศึกษา 13 แห่ง
2. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประกอบด้วย
 - เทศบาล 17 แห่ง
 - องค์การบริหารส่วนตำบล 30 แห่ง
 - สำนักงานพัฒนาชุมชน 7 แห่ง
3. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย
 - สำนักงานการค้าภายในจังหวัด 1 แห่ง
 - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 5 แห่ง
 - หอการค้าจังหวัด 2 แห่ง
4. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ประกอบด้วย
 - ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม 1 แห่ง
 - สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด 5 แห่ง
5. หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกอบด้วย
 - สำนักงานเกษตรจังหวัด 6 แห่ง

ได้ผลการศึกษาในด้านการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ

ดังนี้

ส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ตารางภาคผนวกที่ 1 ส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนแบ่งตามหน่วยงาน

สังกัด	ส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
กระทรวงศึกษาธิการ 1. สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (สนง. กศน.)	1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน 3. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 4. ดูแลการดำเนินงานทุกส่วนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด 5. ส่งเสริม สนับสนุน ดำเนินการเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย 6. ให้บริการเกี่ยวกับการประสานงาน และให้คำปรึกษา
2. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.)	1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 3. ให้บริการเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียน
3. สถาบันอุดมศึกษา	1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. สนับสนุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ 3. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 4. ให้บริการเกี่ยวกับการประสานงาน และให้คำปรึกษา 5. เชื่อมโยงระหว่างภาคสถาบันการศึกษากับหน่วยธุรกิจชุมชน 6. ดำเนินงานวิจัย 7. พิจารณา คัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านมาตรฐาน
กระทรวงมหาดไทย 1. เทศบาล	1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน 3. สนับสนุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ 4. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 5. ให้บริการเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียน 6. ส่งเสริม สนับสนุน ดำเนินการเกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย
2. องค์การบริหารส่วนตำบล	1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน 3. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 4. ดูแลการดำเนินงานทุกส่วนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด 5. ให้บริการเกี่ยวกับการประสานงาน และให้คำปรึกษา 6. เศรษฐกิจชุมชน 7. สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

สังกัด	ส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
3. สำนักงานพัฒนาชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน 3. สนับสนุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ 4. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 5. ให้บริการเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียน 6. จัดทำแผนธุรกิจ 7. พิจารณา คัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านมาตรฐาน
กระทรวงพาณิชย์	
1. สำนักงานการค้าภายในจังหวัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน
2. สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. สนับสนุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ 3. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน
3. หอการค้าจังหวัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนด้านการตลาด ประชาสัมพันธ์ 2. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน
กระทรวงอุตสาหกรรม	
1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 3. ให้บริการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
2. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 3. ให้บริการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	
1. สำนักงานเกษตรจังหวัด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน 3. สนับสนุนการพัฒนาสินค้า กลุ่มอาชีพ การฝึกฝีมือแรงงาน 4. ดูแลการดำเนินงานทุกส่วนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด 5. ให้บริการเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียน 6. ส่งเสริมการผลิต 7. พิจารณา คัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านมาตรฐาน

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ภาคผนวก ค.

นโยบายและการดำเนินโครงการของหน่วยงานภาครัฐ

นโยบายและการดำเนินโครงการของหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า นโยบายและการดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับการส่งเสริมของหน่วยงานต่างๆ มีดังต่อไปนี้

กระทรวงศึกษาธิการ

1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้

1.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการอบรมให้ความรู้พร้อมศึกษาดูงาน (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) โครงการจัดอบรมเพื่อสนับสนุน และพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ (สนง.กศน., อสศ.)
- 3) โครงการบูรณาการอาชีพเพื่อการเรียนรู้สู่ชุมชน(สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 4) โครงการฝึกวิชาชีพการทำอาหารคาว อาหารหวาน(สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) โครงการฝึกวิชาชีพการประดิษฐ์ต่างๆ(สนง.กศน.)
- 6) โครงการขับเคลื่อนขยายผลโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ(สนง.กศน.)
- 7) โครงการศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์ต่างถิ่น(สนง.กศน.)
- 8) โครงการพัฒนาสินค้าชุมชนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์(สนง.กศน., อสศ.)
- 9) โครงการอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (สถาบันอุดมศึกษา)
- 10) โครงการอบรมการเขียนแผนธุรกิจ (สถาบันอุดมศึกษา)
- 11) โครงการฝึกอบรมทักษะฝีมืออาชีพของกลุ่ม(สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 12) โครงการอบรมเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม การตลาดและการบัญชี (สถาบันอุดมศึกษา)
- 13) โครงการต้นกล้าอาชีพ (สถาบันอุดมศึกษา)

1.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) เชิญวิทยากรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ถ่ายทอดเทคโนโลยี (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ภายในกลุ่ม (สนง.กศน.)
- 3) พากลับมาออกดูงานนอกสถานที่ (สนง.กศน.)

- 4) ให้ความรู้ทางด้านทฤษฎี พร้อมการฝึกปฏิบัติ(สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) จัดกิจกรรม วิทยากร สาธิตอาชีพต่างๆ (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 6) จัดเวทีประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 7) เป็นฝ่ายประสานงานหลักให้กับกลุ่มเกี่ยวกับการเรียนรู้อาชีพ (สถาบันอุดมศึกษา)

1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีงบประมาณเพื่อการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอด (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 3) ควรมีการตรวจสอบ ประเมินก่อน-หลังอบรม (สนง.กศน., อสศ.)
- 4) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลอย่างจริงจัง(สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) พื้นฐานของกลุ่มต่างกัน ทำให้ต้องแบ่งเป็นกลุ่มตามศักยภาพ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 6) ประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเผยแพร่ให้ได้ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 7) กลุ่มไม่ให้ความสนใจ ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.กศน.)
- 8) ควรคำนึงถึงกลุ่มฯ เป็นหลัก กลุ่มนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 9) เวลาในการจัดอบรมไม่เพียงพอ ต้องใช้เวลานาน และต่อเนื่อง (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 10) ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ (สนง.กศน.)

2. การสนับสนุนด้านเงินทุน

2.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) เงินทุนสนับสนุนการอบรม (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเงินทุน เช่น เงินสัจจะ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 3) เงินทุนหมุนเวียน เงินอุดหนุน เงินทุนให้เปล่า (สนง.กศน.)
- 4) เป็นทุนคอยจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในช่วงแรก (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)

2.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) ทำโครงการเสนอเพื่อขอรับเงินสนับสนุน (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) ให้ความรู้ ยกตัวอย่างพร้อมทั้งให้บสนับสนุนในการพัฒนา (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 3) ให้เงินอุดหนุนกลุ่มๆ ที่มีศักยภาพ (สนง.กศน.)
- 4) ประสานงานกับแหล่งทุนให้ (สนง.กศน.)
- 5) จัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้กลุ่ม ให้ความช่วยเหลือด้านวัสดุอุปกรณ์ (สนง.กศน.)

2.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) กลุ่มๆ ควรนำเงินที่ได้รับไปพัฒนาศักยภาพตัวเองให้มากกว่านี้(สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) กลุ่มควรให้ความสนใจมากขึ้น (สนง.กศน.)
- 3) จำนวนเงินน้อยเกินไป ไม่ทั่วถึง ควรจัดเป็นกองทุนหมุนเวียน (สนง.กศน.)
- 4) ควรนำเงินไปดำเนินกิจกรรมตามศักยภาพและความต้องการกลุ่ม (สนง.กศน.)
- 5) การเบิกจ่ายเงินของรัฐฯควรมีความคล่องตัวมากกว่านี้ (สนง.กศน.)
- 6) ควรมีการติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ (สนง.กศน.)
- 7) การให้เงินทุน ต้องควบคู่ไปกับการให้ความรู้ (สนง.กศน.)
- 8) ต้องมีผู้เชี่ยวชาญในด้านเงินทุนคอยดูแลในช่วงแรก (สถาบันอุดมศึกษา)

3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน

3.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) โครงการวิจัยผ้าทอไทลื้อ (อสศ.)
- 3) โครงการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)

3.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรม ฝึกทักษะ เรียนรู้ระบบมาตรฐานสินค้า (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) พาศึกษาดูงานกลุ่มที่ได้มาตรฐาน (สนง.กศน.)
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันประเมินศักยภาพ (สนง.กศน.)
- 4) ทำวิจัย สำรวจ และประเมินมาตรฐาน (อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)

3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.กศน.)

- 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 3) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.กศน., อสศ.)
- 4) หน่วยงานที่สนับสนุนควรมีงบประมาณดูแลให้มากกว่านี้ (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) ควรมีองค์กรเดียวในการดำเนินการ (สนง.กศน.)
- 6) ควรกระตุ้นให้กลุ่มคิด และพึ่งตัวเอง (สนง.กศน., อสศ., สถาบันอุดมศึกษา)
- 7) กลุ่มต้องนำไปปฏิบัติได้จริง (สนง.กศน., อสศ.)
- 8) ควรมีงบสนับสนุนเพื่อเป็นทุนให้กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ (สนง.กศน.)

4. การขยายตลาดและการส่งเสริมตลาด

4.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย) (สนง.กศน.)
- 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 3) จัดตั้งศูนย์จำหน่าย แสดงสินค้า (สนง.กศน.)
- 4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขยายตลาดทาง Internet (สนง.กศน.)
- 5) ให้ความรู้เรื่องแผนธุรกิจ การผลิตเพื่อนำไปสู่ตลาดที่มากกว่า (สถาบันอุดมศึกษา)
- 6) ส่งเสริมการใช้ EC ในสินค้า (ธุรกิจสร้างสรรค์) (สถาบันอุดมศึกษา)
- 7) ให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานรัฐ เกี่ยวกับการออกร้าน (สถาบันอุดมศึกษา)
- 8) ดำเนินงานวิจัยด้านการตลาด (สถาบันอุดมศึกษา)

4.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) จัดตั้งศูนย์จำหน่าย แสดงสินค้า (สนง.กศน.)
- 3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ แนะนำสถานที่ประชาสัมพันธ์ (สนง.กศน.)
- 4) จัดอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน (สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) ส่งเสริม สนับสนุนการผลิตสินค้าใหม่ๆ การสร้างสินค้าต้นแบบ (สถาบันอุดมศึกษา)
- 6) เสนอแนะแก่หน่วยงานที่มาขอคำปรึกษา (สถาบันอุดมศึกษา)

4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรละเลย (สนง.กศน.)
- 2) ควรมีการออกบูชฟรี ไม่เสียค่าเช่าบูช (สนง.กศน.)
- 3) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.กศน. , สถาบันอุดมศึกษา)
- 4) กลุ่มให้ความสนใจดี แต่ควรมีงบสนับสนุนมากกว่านี้ (สนง.กศน.)
- 5) การหาสถานที่จัดงานควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคนเป็นหลัก (สนง.กศน.)
- 6) กลุ่มควรมีสินค้าที่หลากหลายและเยอะกว่านี้ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 7) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลให้มากกว่านี้ (สถาบันอุดมศึกษา)
- 8) ควรมีองค์กร เครือข่ายรองรับ (สถาบันอุดมศึกษา)
- 9) กลุ่มยังขาดความรู้ ประสบการณ์ด้านการตลาด (สถาบันอุดมศึกษา)
- 10) ถ้าดำเนินการแล้วไม่เกิดประโยชน์ก็ไม่ควรทำ (สถาบันอุดมศึกษา)

5. การสร้างแหล่งวัดถุดิบ พัฒนาคุณภาพวัดถุดิบ

5.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างวัดถุดิบในชุมชน เช่นการเลี้ยงไหม (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) ช่วยเหลือด้านวัดถุดิบ (สนง.กศน.)
- 3) โครงการพัฒนาวัดถุดิบ (สนง.กศน.)
- 4) โครงการวิจัยสู่ชุมชน (สถาบันอุดมศึกษา)

5.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรม ให้ความรู้ พร้อมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพวัดถุดิบ (สนง.กศน. , สถาบันอุดมศึกษา)
- 2) ประสานงานกับหน่วยงานที่ดูแลแหล่งวัดถุดิบให้ (สนง.กศน.)
- 3) สนับสนุนการสร้าง ปลุกทดแทนวัดถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน (สนง.กศน.)
- 4) นำผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับวัดถุดิบเผยแพร่ให้ชุมชน (สถาบันอุดมศึกษา)

5.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.กศน.)
- 2) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.กศน.)
- 3) กลุ่มควรเริ่มต้นภายในครอบครัวเพื่อเกิดการรวมตัวในหมู่บ้าน(สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)

- 4) กลุ่มควรเริ่มต้นภายในครอบครัวเพื่อเกิดการรวมตัวในหมู่บ้าน (สถาบันอุดมศึกษา)
- 5) ความรู้ ผลงานวิจัย ควรนำไปใช้ได้จริง (สถาบันอุดมศึกษา)
6. การจัดการสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม (สนง.กศน.)
 - 2) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิธรรมชาติ (สนง.กศน.)
 - 3) โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับโรงผลิตถุกสุหลักษณะ (สนง.กศน.)
 - 4) โครงการอบรมการตัดแยก กำจัดขยะ (สถาบันอุดมศึกษา)
 - 5) โครงการระบบบำบัดน้ำเสีย (สถาบันอุดมศึกษา)
 - 6.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.กศน.)
 - 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อ (สนง.กศน.)
 - 3) ผู้เข้ารับการอบรมไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.กศน.)
 - 4) จัดอบรมให้ความรู้พร้อมฝึกปฏิบัติ (สถาบันอุดมศึกษา)
 - 6.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.กศน.)
 - 2) เน้นการสร้างจิตสำนึก และต้นแบบในการอนุรักษ์ (สนง.กศน., สถาบันอุดมศึกษา)
7. การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ
 - 7.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) ช่วยประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (สนง.กศน.)
 - 7.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (สนง.กศน.)
 - 7.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) ควรให้ความสนใจ และมีการสนับสนุนอย่างเป็นทางการ (สนง.กศน.)

กระทรวงมหาดไทย

1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้
 - 1.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) โครงการอบรมให้ความรู้พร้อมศึกษาดูงาน (เทศบาล, อบต.)

- 2) โครงการจัดอบรมเพื่อสนับสนุน และพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
- 3) โครงการบูรณาการอาชีพเพื่อการเรียนรู้สู่ชุมชน (เทศบาล, อบต.)
- 4) โครงการอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (เทศบาล, อบต.)
- 5) โครงการพัฒนาสินค้าชุมชนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เทศบาล)
- 6) โครงการฝึกอบรมทักษะฝีมืออาชีพของกลุ่ม (เทศบาล, อบต.)
- 7) โครงการส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน
- 8) โครงการอบรมเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด และการบัญชี (อบต.)
- 9) โครงการอบรมให้ความรู้การทำเว็บไซต์ สื่อมัลติมีเดีย (อบต.)
- 10) โครงการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านท่องเที่ยว (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 11) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 12) โครงการอบรมการเขียนแผนธุรกิจ (สนง.พัฒนาชุมชน)

1.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) เชิญวิทยากรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดเทคโนโลยี (เทศบาล, อบต.)
- 2) แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ภายในกลุ่ม (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) พากกลุ่มฯออกดูงานนอกสถานที่ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) ให้ความรู้ทางด้านทฤษฎี พร้อมการฝึกปฏิบัติ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) จัดกิจกรรม วิทยากร สาธิตอาชีพต่างๆ (เทศบาล, อบต.)
- 6) จัดเวทีประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน (อบต.)
- 7) เป็นฝ่ายประสานงานหลักให้กับกลุ่มเกี่ยวกับการเรียนรู้อาชีพ (อบต.)

1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมึงบประมาณเพื่อการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอด (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) ควรมีการตรวจสอบ ประเมินก่อน-หลังอบรม (เทศบาล, อบต.)
- 4) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลอย่างจริงจัง (เทศบาล, อบต.)
- 5) ควรมีการหาหัวข้อใหม่ที่สำคัญมาเสนอ เช่นเรื่องการตลาด (เทศบาล, อบต.)

- 6) พื้นฐานของกลุ่มต่างกัน ทำให้ต้องแบ่งเป็นกลุ่มตามศักยภาพ (เทศบาล)
 - 7) ควรคำนึงถึงกลุ่มฯ เป็นหลัก กลุ่มนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 8) เวลาในการจัดอบรมไม่เพียงพอ ต้องใช้เวลานาน และต่อเนื่อง (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 9) การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ (เทศบาล, อบต.)
 - 10) กลุ่มไม่ให้ความสนใจ ใส่ใจเท่าที่ควร (อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 11) ควรจัดเวทีประชาคมในการดำเนินโครงการแต่ละครั้ง (อบต.)
 - 12) ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ ศูนย์การเรียนรู้ (อบต.)
 - 13) ประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเผยแพร่ให้ได้ (สนง.พัฒนาชุมชน)
2. การสนับสนุนด้านเงินทุน
- 2.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
- 1) เงินทุนสนับสนุนการอบรม (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 2) สนับสนุนเงินกู้ยืมดอกเบี้ยถูก ไม่มีดอกเบี้ย (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 3) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเงินทุน เช่นเงินสัจจะ (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 4) เงินทุนหมุนเวียน เงินอุดหนุน เงินทุนให้เปล่า (เทศบาล, อบต.)
 - 5) เป็นทุนคอยจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในช่วงแรก (เทศบาล, อบต.)
 - 6) ให้เงินอุดหนุนเมื่อเริ่มก่อตั้ง (เทศบาล, อบต.)
 - 7) โครงการเศรษฐกิจชุมชน (เทศบาล, อบต.)
- 2.2 รูปแบบการดำเนินการ
- 1) ทำโครงการเสนอเพื่อขอรับเงินสนับสนุน (เทศบาล, อบต.)
 - 2) ทำโครงการเพื่อขอกู้เงินจากภาครัฐ (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 3) ให้เงินอุดหนุนกลุ่มฯ ที่มีศักยภาพ (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
 - 4) จัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้กลุ่ม ให้ความช่วยเหลือด้านวัสดุอุปกรณ์ (เทศบาล, อบต.)
 - 5) ให้ความรู้ ยกตัวอย่างพร้อมทั้งให้สนับสนุนในการพัฒนา (อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)
- 2.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
- 1) จำนวนเงินน้อยเกินไป ไม่ทั่วถึง ควรจัดเป็นกองทุนหมุนเวียน (เทศบาล, อบต., สنج.พัฒนาชุมชน)

- 2) ควรนำเงินไปดำเนินกิจกรรมตามศักยภาพและความต้องการกลุ่ม (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 3) ต้องมีผู้เชี่ยวชาญในด้านเงินทุนคอยดูแลในช่วงแรก (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 4) ควรมีการติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ (เทศบาล, อบต.)
 - 5) การให้เงินทุน ต้องควบคู่ไปกับการให้ความรู้ (เทศบาล, อบต.)
 - 6) การสนับสนุนงบประมาณต้องจัดสรรอย่างเป็นธรรม (เทศบาล, อบต.)
 - 7) ให้ความรู้ ยกตัวอย่างพร้อมทั้งให้สนับสนุนในการพัฒนา (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 8) กลุ่มควรให้ความสนใจมากขึ้น (อบต.)
 - 9) กลุ่มควรให้ความสนใจมากขึ้น (อบต.)
 - 10) ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการเขียนโครงการเสนอเพื่อขอทุน ขอกู้ (อบต.)
3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน
- 3.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
- 1) โครงการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 2) ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตเพื่อยกระดับมาตรฐาน (เทศบาล, อบต.)
 - 3) โครงการอบรมมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร(อบต.)
 - 4) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่าย (อบต.)
 - 5) โครงการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP (สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 6) โครงการเชื่อมความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 7) โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 8) โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3.2 รูปแบบการดำเนินการ
- 1) จัดอบรม ฝึกทักษะ เรียนรู้ระบบมาตรฐานสินค้า (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 2) พาศึกษาดูงานกลุ่มที่ได้มาตรฐาน (เทศบาล, อบต.)
 - 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันประเมินศักยภาพ (เทศบาล, สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 4) ลงทะเบียนเพื่อหากกลุ่มสมาชิกเข้าร่วมเครือข่าย (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 5) ช่วยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
 - 6) จัดเวทีประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์

3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (เทศบาล, อบต.)
- 2) ควรกระตุ้นให้กลุ่มคิด และพึ่งตัวเอง (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) กลุ่มต้องนำไปปฏิบัติได้จริง (เทศบาล)
- 4) ควรมีงบประมาณสนับสนุนเพื่อเป็นทุนให้กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ (เทศบาล)
- 5) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อ (อบต.)
- 6) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (อบต.)
- 7) หน่วยงานที่สนับสนุนควรมีงบประมาณดูแลให้มากกว่านี้ (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 8) กลุ่มควรเน้นความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้มากกว่านี้ (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 9) ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี (สนง.พัฒนาชุมชน)

4. การขยายตลาดและการส่งเสริมตลาด

4.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย) (เทศบาล, อบต.)
- 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) จัดตั้งศูนย์จำหน่าย แสดงสินค้า (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขยายตลาดทาง Internet (เทศบาล, อบต.)
- 5) ให้ความรู้เรื่องแผนธุรกิจ การผลิตเพื่อนำไปสู่ตลาดที่มากกว่า (อบต.)
- 6) โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP (สนง.พัฒนาชุมชน)

4.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) มีการแลกเปลี่ยนสินค้ากับหน่วยงานต่างจังหวัด (เทศบาล)
- 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) จัดตั้งศูนย์จำหน่าย แสดงสินค้า (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ แนะนำสถานที่ประชาสัมพันธ์ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) ส่งเสริมการดำเนินการธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย) (เทศบาล)
- 6) เป็นนายทุนรับซื้อเพื่อไปจำหน่ายให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (อบต.)
- 7) จัดอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน (อบต.)
- 8) บริการรถรับส่ง/ขนย้ายสินค้าเพื่อไปจำหน่ายตามเทศกาล งานต่างๆ(อบต.)

4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรละเลย (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 2) ควรมีการออกบูธฟรี ไม่เสียค่าเช่าบูธ (เทศบาล)
- 3) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (เทศบาล, อบต.)
- 4) การหาสถานที่จัดงานควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) ควรส่งเสริมให้ลูกค้ารู้จักถึงแหล่งผลิตด้วย (เทศบาล)
- 6) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลให้มากกว่านี้ (อบต.)
- 7) กลุ่มให้ความสนใจดี แต่ควรมีงบสนับสนุนมากกว่านี้ (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 8) กลุ่มควรมีสินค้าที่หลากหลายและเยอะกว่านี้ (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 9) ควรมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะ (อบต.)
- 10) กลุ่มยังขาดความรู้ ประสบการณ์ ด้านการตลาด (อบต.)
- 11) การรักษาตลาดไว้สำคัญกว่าหาตลาด (สนง.พัฒนาชุมชน)

5. การสร้างแหล่งวัตถุดิบ พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ

5.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างวัตถุดิบในชุมชน เช่น การเลี้ยงไหม (เทศบาล, อบต.)
- 2) ช่วยเหลือด้านวัตถุดิบ (เทศบาล, อบต.)
- 3) โครงการพัฒนาวัตถุดิบ(อบต.)
- 4) สัมมนาเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน(อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) ส่งเสริมการผลิตสินค้าจากวัตถุดิบท้องถิ่น (อบต.)

5.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรม ให้ความรู้ พร้อมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ (เทศบาล, อบต.)
- 2) ประสานงานกับหน่วยงานที่ดูแลแหล่งวัตถุดิบให้ (เทศบาล, อบต.)
- 3) สนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาและจัดหาวัตถุดิบ (เทศบาล)
- 4) สนับสนุนการสร้าง ปลุกทดแทนวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน (เทศบาล, อบต.)
- 5) สนับสนุนการคิดค้นหรือสร้างผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัตถุดิบท้องถิ่น(อบต.)
- 6) จัดสัมมนาเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น (สนง.พัฒนาชุมชน)

5.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (เทศบาล, อบต.)
- 2) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (อบต.)
- 3) กลุ่มควรเริ่มต้นภายในครอบครัวเพื่อเกิดการรวมตัวในหมู่บ้าน (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต (อบต.)
- 5) ควรมีการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมด้วย (อบต.)

6. การจัดการสิ่งแวดล้อม

6.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม (เทศบาล, อบต.)
- 2) โครงการอบรมการคัดแยก กำจัดขยะ (อบต.)
- 3) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวมวล (สนง.พัฒนาชุมชน)

6.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (เทศบาล, อบต.)
- 2) ส่งเจ้าหน้าที่ไปตรวจสถานที่และบริการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (เทศบาล)
- 3) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยก/กำจัดขยะ (อบต.)
- 4) จัดอบรมให้ความรู้พร้อมฝึกปฏิบัติ (สนง.พัฒนาชุมชน)

6.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (เทศบาล, อบต.)
- 2) เน้นการสร้างจิตสำนึก และต้นแบบในการอนุรักษ์ (เทศบาล, อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) ผู้เข้ารับการอบรมไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (อบต.)
- 4) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลให้มากกว่านี้ (อบต.)

7. การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ

7.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการอบรมพลังงานชุมชน (เทศบาล)
- 2) สนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มที่มี (อบต.)
- 3) การเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกลุ่ม (สร้างเครือข่าย) (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) นโยบายส่งเสริมให้กลุ่มมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (อบต.)
- 5) โครงการพัฒนากระบวนการคิดที่มองอนาคต (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 6) โครงการจัดทำแผนธุรกิจชุมชน (สนง.พัฒนาชุมชน)

7.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดฝึกอบรมให้ความรู้การประหยัดพลังงาน (เทศบาล)
- 2) สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) ประชาสัมพันธ์ แนะนำกลุ่มให้หน่วยงานอื่นรู้จัก (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) สนับสนุนและให้ความรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) ฝึกเขียนโครงการ (สนง.พัฒนาชุมชน)

7.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรเน้นเนื้อหาความรู้ พร้อมๆ กับการลงมือทำ (เทศบาล)
- 2) ควรให้ความสนใจ และมีการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 3) กลุ่มควรมีผู้ประสานงานที่ดี (อบต., สนง.พัฒนาชุมชน)
- 4) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.พัฒนาชุมชน)
- 5) สร้างต้นแบบให้เป็นแบบอย่างการเรียนรู้ (สนง.พัฒนาชุมชน)

กระทรวงพาณิชย์

1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้

1.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการพัฒนาสินค้าชุมชนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 2) โครงการส่งเสริมความรู้ผู้ประกอบการในกลุ่มจังหวัดเพื่อการค้าฯ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 3) โครงการอบรมเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด และการบัญชี (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 4) โครงการส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 5) โครงการจัดอบรมเพื่อสนับสนุน และพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ (หอการค้าจังหวัด)

1.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) เชิญวิทยากรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดเทคโนโลยี (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 2) พากกลุ่มฯ ออกดูงานนอกสถานที่ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)

- 3) ให้ความรู้ทางด้านทฤษฎี พร้อมการฝึกปฏิบัติ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 4) แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ภายในกลุ่ม (หอการค้าจังหวัด)
- 1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
- 1) ควรมีการตรวจสอบ ประเมินก่อน-หลังอบรม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 2) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลอย่างจริงจัง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 3) พื้นฐานของกลุ่มต่างกัน ทำให้ต้องแบ่งเป็นกลุ่มตามศักยภาพ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 4) กลุ่มไม่ให้ความสนใจ ใส่ใจเท่าที่ควร (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 5) ควรคำนึงถึงกลุ่มฯ เป็นหลัก กลุ่มนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 6) การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 7) ควรมีการหาหัวข้อใหม่ที่สำคัญมาเสนอ เช่น เรื่องการตลาด (หอการค้าจังหวัด)
2. การสนับสนุนด้านเงินทุน (ไม่มี)
3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน
- 3.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
- 1) โครงการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (หอการค้าจังหวัด)
- 3.2 รูปแบบการดำเนินการ
- 1) จัดอบรม ฝึกทักษะ เรียนรู้ระบบมาตรฐานสินค้า (หอการค้าจังหวัด)
- 3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
- 1) กลุ่มต้องนำไปปฏิบัติได้จริง (หอการค้าจังหวัด)
4. การขยายตลาดและการส่งเสริมตลาด
- 4.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
- 1) ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย) (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, หอการค้าจังหวัด)
 - 3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ขยายตลาดทาง Internet (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
- 4.2 รูปแบบการดำเนินการ
- 1) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, หอการค้าจังหวัด)
 - 2) จัดอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)

4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรละเลย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, หอการค้าจังหวัด)
 - 2) ควรมีการออกบูธฟรี ไม่เสียค่าเช่าบูธ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 3) กลุ่มให้ความสนใจดี แต่ควรมีงบประมาณสนับสนุนมากกว่านี้ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 4) การหาสถานที่จัดงานควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก (หอการค้าจังหวัด)
 - 5) กลุ่มควรมีสินค้าที่หลากหลายและเยอะกว่านี้ (หอการค้าจังหวัด)
5. การสร้างแหล่งวัตถุดิบ พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ (ไม่มี)
 6. การจัดการสิ่งแวดล้อม (ไม่มี)
 7. การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ
 - 7.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) ส่งเสริมกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในระดับภูมิภาค (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 7.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) สนับสนุนและให้ความรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)
 - 7.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)

กระทรวงอุตสาหกรรม

1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้

1.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) โครงการจัดอบรมเพื่อสนับสนุน และพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

1.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) เชิญวิทยากรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดเทคโนโลยี (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) ให้ความรู้ทางด้านทฤษฎี พร้อมการฝึกปฏิบัติ (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม)



- 3) พากลุ่มฯออกดูงานนอกสถานที่ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) ควรคำนึงถึงกลุ่มฯ เป็นหลัก กลุ่มนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2) ควรมีการตรวจสอบ ประเมินก่อน-หลังอบรม (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 3) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลอย่างจริงจัง (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 2. การสนับสนุนด้านเงินทุน
 - 2.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเงินทุน เช่น เงินสัจจะ (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2) สนับสนุนเงินกู้ยืมดอกเบี่ยถูก ไม่มีดอกเบี่ย (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 3) เงินทุนหมุนเวียน เงินอุดหนุน เงินทุนให้เปล่า (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) ให้ความรู้ ยกตัวอย่างพร้อมทั้งให้บสนับสนุนในการพัฒนา (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2) ทำโครงการเพื่อขอกู้เงินจากภาครัฐ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 3) ประสานงานกับแหล่งทุนให้ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) กลุ่มควรให้ความสนใจมากขึ้น (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม)
 - 2) กลุ่มฯ ควรนำเงินที่ได้รับไปพัฒนาศักยภาพตัวเองให้มากกว่านี้ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 3) กลุ่มควรเน้นการทำงานเป็นเครือข่าย (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 4) ควรมีการติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน
 - 3.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) โครงการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน (มผช.) (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 2) โครงการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
 - 3.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) ให้บริการรับคำขอใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

- 2) จัดอบรม ฝึกทักษะ เรียนรู้ระบบมาตรฐานสินค้า (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) จัดเวทีประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

4. การขยายตลาดและการส่งเสริมตลาด

4.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย) (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) ให้ความรู้เรื่องแผนธุรกิจ การผลิตเพื่อนำไปสู่ตลาดที่มากกว่า (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

4.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) จัดอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) การหาสถานที่จัดงานควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม)
- 2) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรละเลย (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

5. การสร้างแหล่งวัตถุดิบ พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ (ไม่มี)

6. การจัดการสิ่งแวดล้อม

6.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) โครงการระบบบำบัดน้ำเสีย (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

6.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม, สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับโรงผลิตที่ถูกสุขลักษณะ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

6.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สนง.ส่งเสริมอุตสาหกรรม)
- 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) ผู้เข้ารับการอบรมไม่ใส่ใจเท่าที่ควร (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

7. การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ

7.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) การเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกลุ่ม (สร้างเครือข่าย) (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) โครงการจัดทำผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด สาขาอุตสาหกรรม (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) โครงการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

7.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 2) สนับสนุนและให้ความรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)
- 3) ประชุม ทหารเรือ คิดค้น ออกแบบ ร่วมกัน พร้อมกับทดลองตลาด (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

7.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรเน้นเนื้อหาความรู้ พร้อม ๆ กับการลงมือทำ (สนง.อุตสาหกรรมจังหวัด)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานเกษตรจังหวัด)

1. การจัดฝึกอบรมให้ความรู้

1.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์
- 2) โครงการอบรมการเขียนแผนธุรกิจ
- 3) โครงการพัฒนาสินค้าชุมชนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

4) โครงการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน

1.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) เชิญวิทยากรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดเทคโนโลยี
- 2) แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ภายในกลุ่ม
- 3) พากกลุ่มฯออกดูงานนอกสถานที่
- 4) ให้ความรู้ทางด้านทฤษฎี พร้อมการฝึกปฏิบัติ
- 5) จัดเวทีประชาคมเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน

1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีงบประมาณเพื่อการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- 2) กลุ่มไม่มีการนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอด
- 3) หน่วยงานที่สนับสนุนควรดูแลอย่างจริงจัง
- 4) ประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเผยแพร่ให้ได้

2. การสนับสนุนด้านเงินทุน

2.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) เงินทุนหมุนเวียน เงินอุดหนุน เงินทุนให้เปล่า
- 2) โครงการเศรษฐกิจชุมชน

2.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) ให้ความรู้ ยกตัวอย่างพร้อมทั้งให้สนับสนุนในการพัฒนา
- 2) ให้เงินอุดหนุนกลุ่มฯ ที่มีศักยภาพ
- 3) ประสานงานกับแหล่งทุนให้

2.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) จำนวนเงินน้อยเกินไป ไม่ทั่วถึง ควรจัดเป็นกองทุนหมุนเวียน
- 2) ควรนำเงินไปดำเนินกิจกรรมตามศักยภาพและความต้องการกลุ่ม
- 3) ควรมีการติดตามประเมินผลการใช้งบประมาณ

3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน

3.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2) ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตเพื่อยกระดับมาตรฐาน

3.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรม ฝึกทักษะ เรียนรู้ระบบมาตรฐานสินค้า
- 2) ช่วยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) ควรมีองค์กรเดียวในการดำเนินการ
 - 2) ควรมีงบประมาณสนับสนุนเพื่อเป็นทุนให้กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. การขยายตลาดและการส่งเสริมตลาด
 - 4.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานธุรกิจกลุ่มฯ (เครือข่าย)
 - 2) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ
 - 4.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) หาแหล่งจำหน่าย เช่น การจัดบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ
 - 2) จัดอบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน
 - 4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร
 - 2) การหาสถานที่จัดงานควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก
 - 3) ควรมีองค์กรเครือข่ายรองรับ
 - 4) ควรมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะ
5. การสร้างแหล่งวัตถุดิบ พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ
 - 5.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างวัตถุดิบในชุมชน เช่น การเลี้ยงไหม
 - 2) สัมมนาเชื่อมโยงผู้ผลิตวัตถุดิบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 - 5.2 รูปแบบการดำเนินการ
 - 1) จัดสัมมนาเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
 - 2) สนับสนุนการสร้าง ปลูกทดแทนวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน
 - 5.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
 - 1) กลุ่มไม่ใส่ใจเท่าที่ควร
 - 2) ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ
6. การจัดการสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ
 - 1) โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม
 - 2) โครงการอบรมการคัดแยก กำจัดขยะ
 - 3) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมี

6.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
- 2) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการตัดแยก/กำจัดขยะ
- 3) จัดอบรมให้ความรู้พร้อมฝึกปฏิบัติ

6.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- 2) เน้นการสร้างจิตสำนึก และต้นแบบในการอนุรักษ์

7. การพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจชุมชนในด้านอื่นๆ

7.1 นโยบาย/โครงการดำเนินการ

- 1) โครงการพัฒนากระบวนการคิดที่มองอนาคต
- 2) นโยบายการยกเว้นการเก็บภาษี
- 3) ประสานงานให้หน่วยงานต่างๆ

7.2 รูปแบบการดำเนินการ

- 1) สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน
- 2) สนับสนุนและให้ความรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ
- 3) ประชุม หรือ คิดค้น ออกแบบ ร่วมกัน พร้อมกับทดลองตลาด
- 4) ยกเว้นการเก็บภาษีสำหรับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี

7.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

- 1) ควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- 2) ควรเน้นเนื้อหาความรู้ พร้อมๆกับการลงมือทำ
- 3) สร้างต้นแบบให้เป็นแบบอย่างการเรียนรู้

ภาคผนวก ง.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548¹

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2548

เป็นปีที่ 60 ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548"

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

"วิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิตบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิตบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อ การพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

"เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัว กันโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนิน งานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

"กิจการวิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า กิจการของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

"กรรมการ" หมายความว่า กรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

"คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด" หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานครหรือคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด แล้วแต่กรณี

¹ <http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php> ค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2553

"รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ หมวด 1 วิสาหกิจชุมชน

มาตรา 5 วิสาหกิจชุมชนใดที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้ต้องยื่นคำขอ จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรตามระเบียบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 6 เมื่อกรมส่งเสริมการเกษตรได้รับคำขอจดทะเบียนและเห็นว่าวิสาหกิจชุมชน ที่ยื่นคำขอจดทะเบียนมีลักษณะและวัตถุประสงค์ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ให้กรมส่งเสริมการเกษตรรับจดทะเบียนและออกไปสำคัญแสดงการจดทะเบียนแก่วิสาหกิจชุมชนนั้น

มาตรา 7 การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อยต้องมีรายการ ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อและที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน
- (2) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนวิสาหกิจชุมชน
- (3) ชื่อและที่อยู่ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน
- (4) กิจการที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

มาตรา 8 ภายในสามสิบวันนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินให้วิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียนต่อ กรมส่งเสริมการเกษตรซึ่งประสงค์จะดำเนินกิจการต่อไปแจ้งให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

วิสาหกิจชุมชนใดไม่แจ้งความประสงค์ตามวรรคหนึ่งเป็นเวลาสองปีติดต่อกัน ให้กรมส่งเสริมการเกษตรมีหนังสือเตือนให้วิสาหกิจชุมชนนั้นแจ้งภายในระยะเวลาที่กำหนดแต่ต้องไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน ถ้าไม่มีการแจ้งตามคำเตือนดังกล่าว ให้กรมส่งเสริมการเกษตรถอนชื่อออกจากทะเบียน

วิสาหกิจชุมชนใดประสงค์จะเลิกกิจการให้แจ้งกรมส่งเสริมการเกษตรทราบภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่เลิกกิจการ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด หมวด 2 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 9 ให้นำบทบัญญัติในหมวด 1 มาใช้บังคับแก่การจดทะเบียนจัดตั้ง การแจ้งดำเนินกิจการ และการเลิกกิจการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม

ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรแล้วมีสิทธิขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 10 การบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปตามข้อบังคับของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้น

ข้อบังคับตามวรรคหนึ่งอย่างน้อยจะต้องกำหนดให้การดำเนินการของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นไปตามความสมัครใจโดยจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้

มาตรา 11 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาจดำเนินการดังต่อไปนี้ได้

- (1) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายในของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายดังต่อไปนี้

(ก) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้งหรือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่น

(ข) ให้ความรู้ การฝึกอบรม หรือความช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการผลิต การให้บริการ การบริหารจัดการ การหาทุน การตลาด และอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(ค) ให้คำแนะนำหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายทั้งในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

(2) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายดังต่อไปนี้

(ก) เป็นคนกลางในการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เพื่อขอรับความช่วยเหลือและการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(ข) ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ หรือดำเนินกิจกรรมอื่นอันเป็นประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(3) เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาการตลาด

(4) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หมวด 3 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 12 ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย

(1) นายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ

(2) กรรมการจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนสิบสามคน ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าส่งออก อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อธิบดีกรมสรรพากร ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และผู้อำนวยการธนาคารออมสิน

(3) กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวนสิบคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคล ซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

(4) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนสามคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคน

ให้อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นกรรมการและเลขานุการ และให้อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรแต่งตั้งผู้แทนกรมส่งเสริมการเกษตรหนึ่งคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ และให้อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชนแต่งตั้งผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชนอีกหนึ่งคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

มาตรา 13 คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการและแผนการพัฒนา และส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

(2) ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ

(3) ให้ความช่วยเหลือ การสนับสนุน หรือให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(4) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจชุมชน

(5) สนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจชุมชน

(6) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา 14 กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีสัญชาติไทย

(2) ไม่เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ

(3) ไม่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างของหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือของราชการส่วนท้องถิ่น

(4) ไม่เคยถูกไล่ออก ปลดออกหรือให้ออกจากราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ เพราะทุจริตต่อหน้าที่ หรือถือว่ากระทำการทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ

(5) ไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น กรรมการ ที่ปรึกษา หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพรรคการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของ

พรรคการเมือง เว้นแต่กรณีที่เป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น ไม่ถือว่าเป็นลักษณะต้องห้าม เป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามมาตรา 12 (4)

(6) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(7) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(8) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกโดยไม่รอกการกำหนดโทษหรือรอกการลงโทษ เว้นแต่ในความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 15 กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) มีวาระการดำรงตำแหน่งสามปี

ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ แต่ยังมีได้แต่งตั้งกรรมการใหม่ให้ กรรมการนั้น ปฏิบัติหน้าที่ไปพลางก่อนจนกว่าจะได้แต่งตั้งกรรมการใหม่

กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

มาตรา 16 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) พ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

(1) ตาย

(2) ลาออก

(3) คณะรัฐมนตรีให้ออก เพราะบกพร่องต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือหย่อนความสามารถ

(4) ต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกโดยไม่รอกการกำหนดโทษหรือรอกการลงโทษ เว้นแต่ ในความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(5) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 14

มาตรา 17 ในกรณีที่กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) พ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ ให้ คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งผู้อื่นดำรงตำแหน่งแทน และให้ผู้ได้รับแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน เว้นแต่วาระของกรรมการเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวันจะไม่ดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการแทนก็ได้

มาตรา 18 การประชุมของคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

ให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 19 คณะกรรมการจะแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดแทนคณะกรรมการหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้ และให้นำความในมาตรา 18 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 20 ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดทุกจังหวัด ดังต่อไปนี้

(1) ในกรุงเทพมหานคร ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ ปลัดกรุงเทพมหานคร ผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชน ผู้แทนกรมส่งเสริมการส่งออก ผู้แทนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้แทนกรมสรรพากร ผู้แทนสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้แทนสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผู้แทนธนาคารออมสิน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนจำนวนหกคนซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสามคนซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคน ในกรุงเทพมหานคร เป็นกรรมการ และเกษตรจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการ

(2) ในจังหวัดอื่น ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือรองผู้ว่าราชการจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ ปลัดจังหวัด นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด พัฒนาการจังหวัด พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด ผู้แทนกรมสรรพากรที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่มีสาขาตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนธนาคารออมสินที่มีสาขาตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนจำนวนหกคนซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน

ในจังหวัดนั้นตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสามคนซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัด แต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคน ในจังหวัดนั้น เป็นกรรมการ และเกษตรจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการ

มาตรา 21 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ และแผนการพัฒนาและส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี

(2) ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี เป็นไปอย่างมีเอกภาพ และมีประสิทธิภาพ

(3) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจ ชุมชนใน กรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี

(4) พิจารณาหรือเสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดตามที่บัญญัติไว้ในหมวด 4

(5) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด หรือตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

การดำเนินการตาม (2) (3) หรือ (4) ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดจะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับนโยบาย มาตรการ หรือแผนการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ คณะกรรมการกำหนดหรือเสนอต่อคณะรัฐมนตรี

มาตรา 22 ให้นำความในมาตรา 14 มาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่ กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน จังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี แต่งตั้งโดยอนุโลม เว้น แต่การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าวตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี ให้ออก

ให้นำความในมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดโดยอนุโลม

มาตรา 23 ให้กรรมการ อนุกรรมการ กรรมการตามมาตรา 20 และกรรมการตามมาตรา 31 ได้รับเบี้ยประชุม ค่าพาหนะ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พัก และค่าใช้จ่ายอย่างอื่นในการปฏิบัติหน้าที่ตาม พระราชบัญญัตินี้ตามที่คณะรัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 24 ให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการ รับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาข้อมูล และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของ คณะกรรมการ

ให้สำนักงานเกษตรจังหวัดทำหน้าที่และรับผิดชอบงานตามวรรคหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับงานของ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด หมวด 4 การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 25 วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการ เกษตรแล้วสามารถขอรับการส่งเสริม หรือสนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการ กำหนด

มาตรา 26 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการ วิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะการบริหารงานบุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

มาตรา 27 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา 26 อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับ ที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนและการออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพ การผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

มาตรา 28 ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้ง การประกอบการ การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 29 ให้คณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ

ในการส่งเสริมตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการพิจารณาให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า หรือให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลืออื่นใดเพื่อให้ความคุ้มครองแก่สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้นตามที่เห็นสมควร

มาตรา 30 ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน ให้คณะกรรมการพิจารณาดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาตรการที่คณะกรรมการจัดให้มีขึ้นตามมาตรา 26 และมาตรา 27 และการส่งเสริมหรือการสนับสนุนตามมาตรา 28 และมาตรา 29

(2) ให้การส่งเสริมและสนับสนุน หรือประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนแก่งาน การวิสาหกิจชุมชนที่มีปัญหาเกี่ยวกับเงินทุนในการประกอบการ

(3) จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การฝึกอบรมด้านการจัดการ การบัญชี ภาษีอากร หรือการถ่ายทอดความรู้หรือเทคโนโลยีด้านการผลิตหรือการตลาด

(4) เสนอแนะให้มีการแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับใด ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

(5) ดำเนินการในเรื่องอื่นใดที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 31 ให้มีคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบสองคนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) ประสานการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน

(2) ติดตาม และประเมินการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน

(3) เสนอแนะต่อกองทุนที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานหรือ การแก้ไขปัญหาเงินทุนในการสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน

(4) ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

ให้นำความในมาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่กรรมการประสานนโยบาย กองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งโดยอนุโลม เว้นแต่การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าวตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อคณะกรรมการให้ออก

ให้นำความในมาตรา 18 มาตรา 19 และมาตรา 24 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม

มาตรา 32 ในกรณีที่มีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับใดกำหนดให้กิจการวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการใดอันเป็นภาระที่ไม่เหมาะสมหรือเกินสมควร คณะกรรมการอาจเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการให้ มีการลดภาระดังกล่าวแก่งาน การวิสาหกิจชุมชนได้ตามที่เห็นสมควร

มาตรา 33 ในกรณีที่คณะกรรมการประสานงานกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการตามมาตรา 30 แล้วไม่บรรลุผล ให้คณะกรรมการเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป บทเฉพาะกาล

มาตรา 34 ในวาระเริ่มแรกให้นายกรัฐมนตรีดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดตามมาตรา 20 ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่เศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานของ การพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และโดยที่เศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันจำนวนหนึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทาง การค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศสมควรให้มีการส่งเสริมความรู้และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และ การพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะยังผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ
พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร
นายกรัฐมนตรี

ภาคผนวก จ.

ข้อมูลกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

(1) กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ส่วนประกอบ (Raw Material/component suppliers)

ภาพรวมการดำเนินการกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ส่วนประกอบของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีและกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่ มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากต่างจังหวัด มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบมาจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบจะซื้อและขนส่งด้วยตัวเอง โดยมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 248,098 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าวัตถุดิบจะชำระเป็นเงินสด

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์มาจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งส่วนใหญ่ทางกลุ่มใช้วิธีการฝากซื้อบรรจุภัณฑ์ มีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 35,126 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าบรรจุภัณฑ์จะชำระเป็นเงินสด

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลากส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาจากแหล่งผลิตฉลากภายในจังหวัด วิธีการขนส่งส่วนใหญ่ทางกลุ่มไปซื้อและขนส่งด้วยตัวเอง มีค่าฉลากโดยเฉลี่ย 4,200 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าฉลากจะชำระเป็นเงินสด

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบมาจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบจะซื้อและขนส่งวัตถุดิบเอง โดยมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 84,630 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าวัตถุดิบจะชำระเป็นเงินสด

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์จากในชุมชน วิธีการขนส่งทางกลุ่มไปซื้อและขนส่งด้วยตนเอง โดยมีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 5,825 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าบรรจุภัณฑ์จะชำระเป็นเงินสด

ฉลาก

พบว่า ทุกกลุ่มไม่มีการจัดทำฉลากเพื่อใช้ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

(2) กระบวนการผู้ผลิต (Manufacturers) ของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ซึ่งในกระบวนการภายในธุรกิจผู้ผลิตจะประกอบไปด้วย

(2.1) ระบบจัดหาปัจจัยการผลิต (Purchasing)

กระบวนการหาแรงงานการผลิต

ภาพรวมการดำเนินการกระบวนการหาแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีและกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมด (10 กลุ่ม) ที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 511 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 51 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 50 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ในปัจจุบันรวมทั้งหมด 243 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 24 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 23 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 23 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกของกลุ่ม (ร้อยละ 80.00) เมื่อพิจารณาทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 50.00) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 50.00) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 50.00) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 60.00) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 80.00) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในดีมาก (ร้อยละ 60.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมด (10 กลุ่ม) ที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 214 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 21 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 20 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ในปัจจุบันรวมทั้งหมด 172 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 17 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 16 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 15 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกของกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) เมื่อพิจารณาทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดีมากและดี (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 70.00) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 50.00) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 50.00)

ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 80.00) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 80.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 2

ตารางภาคผนวกที่ 2 ข้อมูลแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)
แรงงานที่เคยใช้สูงสุด (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน)	511	51	214	21
ชาย	3	1	4	1
หญิง	508	50	210	20
แรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน	243	24	172	17
ชาย	2	1	3	1
หญิง	241	23	169	16
ช่วงอายุของแรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน				
17-60 ปี	227	23	152	15
มากกว่า 60 ปี	36	4	20	2
รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การได้มาของแรงงาน				
ส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม	8	80.00	9	90.00
แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง	2	20.00	1	10.00
เป็นเครือญาติกัน	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ฝีมือของแรงงาน				
ดีมาก	5	50.00	5	50.00
ดี	4	40.00	5	50.00
พอใช้	1	10.00	0	0.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความประณีตของชิ้นงาน				
ดีมาก	5	50.00	3	30.00
ดี	5	50.00	7	70.00
พอใช้	0	0.00	0	0.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00
คุณภาพของผลผลิตที่ได้				
ดีมาก	5	50.00	4	40.00
ดี	4	40.00	5	50.00
พอใช้	1	10.00	1	10.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน				
ดีมาก	3	30.00	5	50.00
ดี	6	60.00	3	30.00
พอใช้	1	10.00	2	20.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
ดีมาก	8	80.00	8	80.00
ดี	1	10.00	1	10.00
พอใช้	1	10.00	0	0.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	1	10.00
รวม	10	100.00	10	100.00
แรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า				
ดีมาก	6	60.00	8	80.00
ดี	1	10.00	1	10.00
พอใช้	3	30.00	0	0.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	1	10.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการหาเงินทุนการผลิต

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากการช่วยเหลือของหน่วยงาน (ร้อยละ 26.67) นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 13.33) จากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน การกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น และการกู้ยืมจากต่างประเทศ (ร้อยละ 6.67 เท่ากัน) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 70.00) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 30.00) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่ม (ร้อยละ 20.00) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 60.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากการลงทุนของสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 43.75) นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น และการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 12.50 เท่ากัน) และจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน (ร้อยละ 6.25) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 60.00) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 40.00) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่ม และซื้อเชื่อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ให้ลูกค้าจ่ายมัดจำก่อน และขอรับความช่วยเหลือจากเอกชน (ร้อยละ 10.00 เท่ากัน) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบแต่ไม่ต่อเนื่อง (ร้อยละ 40.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 3

ตารางภาคผนวกที่ 3 กระบวนการทางการเงินของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งทุน⁽¹⁾				
เงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการ	10	66.67	11	68.75
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการลงทุนของสมาชิกกลุ่ม	1	6.67	7	43.75
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	3	20.00	4	25.00

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการช่วยเหลือของหน่วยงาน	4	26.67	0	0.00
- เงินทุนไม่ได้มาจากส่วนนี้	2	13.33	0	0.00
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน	1	6.67	1	6.25
เงินทุนมาจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น	1	6.67	2	12.50
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน	2	13.33	2	12.50
การกู้ยืมจากต่างประเทศ	1	6.67	0	0.00
รวม	15	100.00	16	100.00
เงินทุนหมุนเวียนในการผลิตกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก				
เพียงพอ	7	70.00	6	60.00
ไม่เพียงพอ	3	30.00	4	40.00
- รวมหุ้นเพิ่ม	1	10.00	0	0.00
- กู้เพิ่ม	2	20.00	1	10.00
- เชื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	0	0.00	1	10.00
- ให้ลูกค้าจ่ายมัดจำก่อน	0	0.00	1	10.00
- ขอรับความช่วยเหลือจากเอกชน	0	0.00	1	10.00
รวม	10	100.00	10	100.00
มีบัญชีรับ-จ่ายที่เป็นระบบและกระทำอย่างต่อเนื่อง				
- มีและต่อเนื่อง	6	60.00	3	30.00
- มีแต่ไม่ต่อเนื่อง	4	40.00	4	40.00
- ไม่มี	1	10.00	3	30.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(2.2) ระบบการผลิต (Production)**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี**

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ และบ้านของสมาชิก (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 80.00) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล (ร้อยละ 20.00) ดำเนินกิจกรรมการผลิตมีระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 21 ปีต่อกลุ่ม ในระบบการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 80.00) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ และบ้านของสมาชิก (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 70.00) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล (ร้อยละ 30.00) ดำเนินกิจกรรมการผลิตมีระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 9 ปีต่อกลุ่ม ในระบบการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 40.00) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 4

ตารางภาคผนวกที่ 4 ระบบการผลิตของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ผลิต				
สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ	5	50.00	5	50.00
บ้านสมาชิก	5	50.00	5	50.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ใน 1 ปีที่ผ่านมาผลิตต่อเนื่อง/ไม่ต่อเนื่อง				
สม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี	8	80.00	7	70.00
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล	2	20.00	3	30.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 4 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต				
มี	8	80.00	6	60.00
ไม่มี	2	20.00	4	40.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ระยะเวลาการผลิตเฉลี่ยจนถึงปัจจุบัน (ปี) ต่อกลุ่ม	21		9	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) กระบวนการผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า/ผู้ค้าปลีก (Wholesalers/ Distributors / Retailers)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ผ้าทอตีนจก ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าจกไหมลายโบราณ ผ้าจกสอดตีน

ผ้าทอลายขัดพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าทอลายพื้นฐาน

ผ้าทอยกดอก ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าทอลายน้ำไหล ผ้าซิ่น ผ้าทอซิ่นม่าน ผ้าไหมยกดั้น

ผ้าทอมัดหมี่ ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าทอไหมมัดหมี่ ผ้าเมตร ผ้าที่เป็นม้วน

จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะการขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 50.00) โดยแหล่งจำหน่ายขายปลีกขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 46.67) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มาซื้อเองจากตัวจังหวัดและจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 42.86 เท่ากัน) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด (ร้อยละ 46.15) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 60.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 50.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 56.25) ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 60.00) ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน และมีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 23.53 เท่ากัน) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 40.00) โดยมีเหตุผลเพราะรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 60.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น ผ้าซิ่นลายม่าน ผ้าขาวม้า ผ้าทอลายคำเคิบ และผ้าทอลายสายฝน จากการศึกษากลุ่มนี้ช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะการขายปลีกและขายส่งในสัดส่วนเท่ากัน โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีกขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 60.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มาซื้อเองจากตัวจังหวัดและ

จากต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด (ร้อยละ 75.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 75.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 57.14) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 75.00) ส่วนใหญ่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่ และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ (ร้อยละ 28.57 เท่ากัน) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 25.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม และต้องการอนุรักษ์แบบเดิม ที่แสดงถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 เช่น ผ้าขาวม้า และผ้าลายน้ำไหล จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะการขายปลีกมากกว่าขายส่ง และขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีกขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 66.67) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 66.67) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 100.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 100.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) ส่วนใหญ่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่ และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ผ้าทอตีนจก ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าตีนจก ผ้าทอลายยกดอก ผ้าจกโบราณ

ผ้าทอลายขัดพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าทอ ผ้าโปร่ง

ผ้าทอยกดอก ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าไหมยกดอก

ผ้าทอมัดหมี่ ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าฝ้ายทอย้อมสีธรรมชาติ

จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะการขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 40.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 50.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 60.00) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 55.56) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 40.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 60.00) กลยุทธ์

การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกบ้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 55.56) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 70.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 33.33) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 30.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม ต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ และไม่รู้อความต้องการของตลาดและลูกค้า (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น ผ้ายกมุก ผ้าทึบ ผ้ายกดอกตีนทอง และผ้ายกดอกเชิง จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 50.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 37.50) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัดและต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 25.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกบ้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 57.14) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 75.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 30.00) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 25.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่

ตารางภาคผนวกที่ 5 ช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจ
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์หลัก				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	2	20.00	2	20.00
ขายส่ง	1	10.00	1	10.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	5	50.00	3	30.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	2	20.00	4	40.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	7	46.67	7	50.00
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	4	26.67	3	21.43
ขายที่ตลาด	3	20.00	2	14.29
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	1	6.67	2	14.29
รวม	15	100.00	14	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	6	42.86	2	40.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	6	42.86	3	60.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	2	14.29	0	0.00
รวม	14	100.00	5	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	6	46.15	4	44.44
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	5	38.46	5	55.56
ส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ	1	7.69	0	0.00
ส่งให้กับตัวแทน	1	7.69	0	0.00
รวม	13	100.00	9	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	6	60.00	4	40.00
ไม่มี	4	40.00	6	60.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	5	50.00	6	60.00
ลดลง	2	20.00	0	0.00
เท่าเดิม	3	30.00	4	40.00
รวม	10	100.00	10	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4	25.00	5	27.78
มีการออกงานจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	9	56.25	10	55.56
มีการบอกต่อปากต่อปาก	2	12.50	3	16.67
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	1	6.25	0	0.00
รวม	16	100.00	18	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	6	60.00	7	70.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	4	40.00	3	30.00
รวม	10	100.00	10	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	4	23.53	3	20.00
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	4	23.53	5	33.33
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	2	11.76	3	20.00
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	4	23.53	3	20.00
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	3	17.65	1	6.67
รวม	17	100.00	15	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	3	60.00	1	25.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น	2	40.00	1	25.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้	0	0.00	1	25.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะไม่รู้จักความต้องการของตลาด หรือลูกค้า	0	0.00	1	25.00
รวม	5	100.00	4	100.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	1	25.00	1	25.00
ขายส่ง	1	25.00	0	0.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	1	25.00	2	50.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	1	25.00	1	25.00
รวม	4	100.00	4	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	3	60.00	3	37.50
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	1	20.00	2	25.00
ขายที่ตลาด	1	20.00	2	25.00
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	0	0.00	1	12.50
รวม	5	100.00	8	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	3	50.00	1	50.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	3	50.00	1	50.00
รวม	6	100.00	2	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	3	75.00	1	25.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	1	25.00	2	50.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ	0	0.00	1	25.00
รวม	4	100.00	4	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	3	75.00	1	25.00
ไม่มี	1	25.00	3	75.00
รวม	4	100.00	4	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	4	100.00	2	50.00
ลดลง	0	0.00	0	0.00
เท่าเดิม	0	0.00	2	50.00
รวม	4	100.00	4	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3	42.86	1	14.29
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงาน ต่างๆ ตามเทศกาล	4	57.14	4	57.14
มีการบอกต่อปากต่อปาก	0	0.00	2	28.57
รวม	7	100.00	7	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	3	75.00	3	75.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	25.00	1	25.00
รวม	4	100.00	4	100.00



ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการปรับเปลี่ยน				
เปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อ เพิ่มคุณภาพของผลผลิต	1	14.29	1	10.00
เปลี่ยนแปลงปรับปรุงรูปแบบ ขนาด/ รูปร่าง เพิ่มรสชาติ บางส่วนของผลิตภัณฑ์	1	14.29	2	20.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในขนาดใหม่	2	28.57	2	20.00
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	1	14.29	3	30.00
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	2	28.57	2	20.00
รวม	7	100.00	10	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยัง ได้รับความนิยม	1	50.00	1	100.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการ อนุรักษ์แบบเดิม ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น	1	50.00	0	0.00
รวม	2	100.00	1	100.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	1	50.00	0	0.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	1	50.00	0	0.00
รวม	2	100.00	0	0.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	2	66.67	0	0.00
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	1	33.33	0	0.00
รวม	3	100.00	0	0.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	2	66.67	0	0.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	1	33.33	0	0.00
รวม	3	100.00	0	0.00

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	2	100.00	0	0.00
รวม	2	100.00	0	0.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	2	100.00	0	0.00
ไม่มี	0	0.00	0	0.00
รวม	2	100.00	0	0.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	2	100.00	0	0.00
ลดลง	0	0.00	0	0.00
เท่าเดิม	0	0.00	0	0.00
รวม	2	100.00	0	0.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม การตลาด ⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	2	50.00	0	0.00
มีการออกร้านค้าจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล	2	50.00	0	0.00
รวม	4	100.00	0	0.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	2	100.00	0	0.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	0	0.00	0	0.00
รวม	2	100.00	0	0.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	1	16.67	0	0.00
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	1	16.67	0	0.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	2	33.33	0	0.00
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	2	33.33	0	0.00
รวม	6	100.00	0	0.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(4) กระบวนการผู้บริโภค (Customer)**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี**

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ร้อยละ 90.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 45.45) รองลงมา คือ คนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 27.27) บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 18.18) และนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 9.09) ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 41.67) รองลงมา คือ คนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 33.33) ผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 16.67) และคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 8.33) ตามลำดับ กลุ่มส่วนใหญ่มีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่นและ ลูกค้าต่างอำเภอในจังหวัดเดียวกัน (ร้อยละ 23.81 เท่ากัน) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และทั้งหญิงและชายเท่าๆกัน (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ลูกค้าประจำส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน (ร้อยละ 60.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 36.36) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่น และคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 27.27 เท่ากัน) และผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 9.09) ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 50.00) รองลงมา คือ คนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 33.33) และนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 16.67) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 90.00) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 31.58) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และทั้งหญิงและชายเท่าๆกัน (ร้อยละ 40.00 เท่ากัน) ลูกค้าประจำส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน (ร้อยละ 80.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 6

ตารางภาคผนวกที่ 6 ข้อมูลผู้ประกอบการของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายลูกค้า				
ไม่ทราบ	1	10.00	0	0.00
ทราบ	9	90.00	10	100.00
รวม	10	100.00	10	100.00
กลุ่มเป้าหมายหลัก⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	5	45.45	3	27.27
คนในเมืองใหญ่และกทม.	3	27.27	3	27.27
นักท่องเที่ยว	1	9.09	0	0.00
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	0	0.00	1	9.09
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	2	18.18	4	36.36
รวม	11	100.00	11	100.00
กลุ่มเป้าหมายรอง⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	1	8.33	3	50.00
คนในเมืองใหญ่และกทม.	4	33.33	2	33.33
นักท่องเที่ยว	5	41.67	1	16.67
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	2	16.67	0	0.00
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	6	100.00
ลูกค้าประจำของกลุ่ม				
มี	9	90.00	9	90.00
ไม่มี	1	10.00	1	10.00
รวม	10	100.00	10	100.00
กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน⁽¹⁾				
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น	5	23.81	5	26.32
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างอำเภอ ในจังหวัดเดียวกัน	5	23.81	4	21.05
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างจังหวัด	4	19.05	6	31.58
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ	4	19.05	3	15.79
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างประเทศ	3	14.28	1	5.26
รวม	21	100.00	19	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 6 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศของลูกค้าโดยส่วนใหญ่				
ส่วนใหญ่เป็นหญิง	5	50.00	4	40.00
ส่วนใหญ่เป็นชาย	0	0.00	2	20.00
ทั้งหญิงและชายเท่าๆ กัน	5	50.00	4	40.00
รวม	10	100.00	10	100.00
วัยของลูกค้าประจำ				
วัยทำงาน	6	60.00	8	80.00
ผู้สูงอายุ	1	10.00	0	0.00
ทุกวัย	3	30.00	2	20.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(5) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้ ร้อยละ 25-50 และใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 30.00) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 60.00) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มสามารถหาได้อย่างสบาย (ร้อยละ 60.00) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 60.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 50.00) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่ขาดแคลนแล้ว และมีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 40.00 เท่ากัน) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มพอหาได้ (ร้อยละ 60.00) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 30.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 7

ตารางภาคผนวกที่ 7 การจัดการและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ไม่ใช่	1	10.00	1	10.00
ใช้น้อยกว่า 25%	2	20.00	3	30.00
ใช้ 25-50%	3	30.00	1	10.00
ใช้ 51-75%	1	10.00	0	0.00
ใช้มากกว่า 75%	3	30.00	5	50.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ขาดแคลนแล้ว	0	0.00	4	40.00
ใกล้ที่จะขาดแคลน	1	10.00	1	10.00
มีใช้อย่างเพียงพอ	6	60.00	4	40.00
มีอยู่เหลือเฟือ	3	30.00	1	10.00
รวม	10	100.00	10	100.00
ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน				
หาได้ค่อนข้างยาก	0	0.00	1	10.00
พอหาได้	4	40.00	6	60.00
หาได้อย่างสบาย	6	60.00	3	30.00
รวม	10	100.00	10	100.00
การบริหารจัดการ/อนุรักษ์ ทรัพยากร				
ไม่มี	4	40.00	7	70.00
มี	6	60.00	3	30.00
รวม	10	100.00	10	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ฉ.

ข้อมูลกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

(1) กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ส่วนประกอบ(Raw Material/component suppliers)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในจังหวัดและต่างจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบจะซื้อและขนส่งด้วยตนเอง มีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 154,265 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าวัตถุดิบจะชำระเป็นเงินสด

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์มาจากต่างจังหวัดและต่างประเทศ วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์จะซื้อและขนส่งด้วยตนเอง มีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 18,242 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าบรรจุภัณฑ์จะชำระเป็นเงินสด

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลาก ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาจากแหล่งผลิตฉลากภายในชุมชนและภายในจังหวัด วิธีการขนส่งส่วนใหญ่ทางกลุ่มไปซื้อและขนส่งด้วยตัวเอง มีค่าฉลากโดยเฉลี่ย 3,266 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าฉลากจะชำระเป็นเงินสด

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบในต่างจังหวัดและต่างประเทศ วิธีการขนส่งวัตถุดิบจะซื้อและขนส่งด้วยตนเอง โดยมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 81,074 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าวัตถุดิบจะชำระเป็นเงินสด

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์มาจากต่างจังหวัดและจากการได้รับการสนับสนุนจากแหล่งต่างๆ วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์จะซื้อและขนส่งด้วยตนเอง และให้ทางร้านค้ามาส่งให้ มีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 34,720 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าบรรจุภัณฑ์จะชำระเป็นเงินสด

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลาก ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาจากแหล่งผลิตฉลากหลากหลาย คือ จากภายในชุมชน ภายในอำเภอ ภายในจังหวัด และต่างจังหวัด วิธีการขนส่งส่วนใหญ่ทางกลุ่มไปซื้อและขนส่งด้วยตัวเอง มีค่าฉลากโดยเฉลี่ย 1,885 บาทต่อปีต่อกลุ่ม การชำระเงินค่าฉลากชำระเป็นเงินสด

(2) กระบวนการผู้ผลิต (Manufacturers) ของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ซึ่งในกระบวนการภายในธุรกิจผู้ผลิตจะประกอบไปด้วย

(2.1) ระบบจัดหาปัจจัยการผลิต (Purchasing)

กระบวนการหาแรงงานการผลิต

ภาพรวมการดำเนินการกระบวนการหาแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดีและกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมด (12 กลุ่ม) ที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 933 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 78 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 2 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 76 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 653 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 54 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 53 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 42 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกของกลุ่ม (ร้อยละ 75.00) เมื่อพิจารณา ทักษะ ความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 50.00) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 58.34) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 75.00) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 50.00) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 58.34) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 50.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมด (8 กลุ่ม) ที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 167 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 21 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 21 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 140 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 18 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 1 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 17 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 17 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 87.50) เมื่อพิจารณา ทักษะ ความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดีและระดับพอใช้ (ร้อยละ

37.50 เท่ากัน) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 50.00) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 62.50) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 75.00) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 75.00) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับพอใช้ (ร้อยละ 50.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 8

ตารางภาคผนวกที่ 8 ข้อมูลแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)
แรงงานที่เคยใช้สูงสุด (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน)	933	78	167	21
ชาย	25	2	2	1
หญิง	908	76	165	21
แรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน	653	54	140	18
ชาย	13	1	2	1
หญิง	640	53	138	17
ช่วงอายุของแรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน				
17-60 ปี	509	42	137	17
มากกว่า 60 ปี	32	3	3	1
รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การได้มาของแรงงาน				
ส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม	9	75.00	7	87.50
แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง	1	8.33	0	0.00
ประธาน คณะกรรมการ หรือสมาชิกกลุ่มช่วย	2	16.67	0	0.00
จัดหา/ชักชวนแรงงาน				
คัดเลือกผู้ที่เป็นในชุมชน	0	0.00	1	12.50
รวม	12	100.00	8	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 8 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฝีมือของแรงงาน				
ดีมาก	5	41.67	2	25.00
ดี	6	50.00	3	37.50
พอใช้	1	8.33	3	37.50
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ความประณีตของชิ้นงาน				
ดีมาก	7	58.34	3	37.50
ดี	3	25.00	4	50.00
พอใช้	2	16.66	1	12.50
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
คุณภาพของผลผลิตที่ได้				
ดีมาก	2	16.66	2	25.00
ดี	9	75.00	5	62.50
พอใช้	1	8.34	1	12.50
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน				
ดีมาก	4	33.34	1	12.50
ดี	6	50.00	6	75.00
พอใช้	2	16.66	1	12.50
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
ดีมาก	2	16.66	0	0.00
ดี	7	58.34	6	75.00
พอใช้	3	25.00	2	25.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 8 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า				
ดีมาก	3	25.00	1	12.50
ดี	6	50.00	3	37.50
พอใช้	2	16.66	4	50.00
ต้องได้รับการพัฒนา	1	8.34	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการหาเงินทุนการผลิต

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากการลงทุนของสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 18.18) นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน การกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น และการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 13.64 เท่ากัน) และจากการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน (ร้อยละ 4.55) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 41.67) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 58.33) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่ม (ร้อยละ 25.00) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 58.34)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากการช่วยเหลือของหน่วยงาน (ร้อยละ 23.08) นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน (ร้อยละ 15.38) จากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น จากกองทุนพื้นฟูอาชีพ (ไม่มีดอกเบี้ย) และกู้ยืมจากต่างประเทศ (ร้อยละ 7.69 เท่ากัน) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจทั้งหมดมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 75.00) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 25.00) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่มและเลิกผลิต (ร้อยละ 12.50 เท่ากัน) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 50.00) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 9

ตารางภาคผนวกที่ 9 กระบวนการทางการเงินของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งทุน⁽¹⁾				
เงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการ	12	54.55	8	61.54
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการลงทุน ของสมาชิกกลุ่ม	4	18.18	2	15.38
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากประธาน กลุ่ม/เจ้าของกิจการ	2	9.09	2	15.38
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการ ช่วยเหลือของหน่วยงาน	3	13.64	3	23.08
- เงินทุนไม่ได้มาจากส่วนนี้	3	13.64	1	7.69
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน	3	13.64	2	15.38
เงินทุนมาจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจาก หน่วยงานท้องถิ่น	3	13.64	1	7.69
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน	3	13.64	0	0.00
เงินทุนมาจากกองทุนฟื้นฟูอาชีพ (ไม่มี ดอกเบี้ย)	0	0.00	1	7.69
การกู้ยืมจากต่างประเทศ	0	0.00	1	7.69
เงินทุนมาจากการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาคเอกชน	1	4.55	0	0.00
รวม	22	100.00	13	100.00
เงินทุนหมุนเวียนในการผลิต กรณีที่มีคำสั่งซื้อ จำนวนมาก⁽¹⁾				
เพียงพอ	5	41.67	6	75.00
ไม่เพียงพอ	7	58.33	2	25.00
- กู้เพิ่ม	3	25.00	1	12.50
- เลิกผลิต	1	8.33	1	12.50
- เชื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	1	8.33	0	0.00
- ฝากขายสินค้า	1	8.33	0	0.00
- อื่นๆ ไม่ระบุ	1	8.33	0	0.00
รวม	22	100.00	13	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 9 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีบัญชีรับ - จ่าย ที่เป็นระบบและกระทำการอย่างต่อเนื่อง				
- มีและต่อเนื่อง	7	58.34	3	37.50
- มีแต่ไม่ต่อเนื่อง	4	33.33	4	50.00
- ไม่มี	1	33.33	1	12.50
รวม	12	100.00	8	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(2.2) ระบบการผลิต (Production)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 58.33) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 75.00) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ (ร้อยละ 16.67) กลุ่มได้ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 14 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 58.34) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น เช่น ผ้าทอคิดตามจำนวนเมตร สมาชิกบางคนรวมค่าผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้จำนวนหนึ่งแล้วจึงเบิกค่าผลิต

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 75.00) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 62.50) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ (ร้อยละ 25.00) กลุ่มได้ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 18 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีและไม่มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น เช่น เสื้อคิดตามจำนวนตัว แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 10

ตารางภาคผนวกที่ 10 ระบบการผลิตของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ผลิต				
สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ	7	58.33	6	75.00
บ้านสมาชิก	5	41.67	2	25.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ใน 1 ปีที่ผ่านมาผลิตต่อเนื่อง/ไม่ต่อเนื่อง				
สม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี	9	75.00	5	62.50
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ	2	16.67	2	25.00
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล	0	0.00	1	12.50
ไม่ต่อเนื่องเพราะสภาวะเศรษฐกิจไม่ดี	1	8.33	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต				
มี	7	58.34	4	50.00
ไม่มี	5	41.66	4	50.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ระยะเวลาการผลิตเฉลี่ยจนถึงปัจจุบัน (ปี) ต่อกลุ่ม	14		18	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) กระบวนการผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า/ผู้ค้าปลีก (Wholesalers / Distributors / Retailers)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น เสื้อชาฟารี กระเป๋าผ้า ชุดพื้นเมือง ผ้าปูที่นอน ผ้าปักมือ ผ้าลายยกดอก เสื้อผ้าแปรรูป ผ้าถุงลายกะเหรี่ยงโบราณ ผ้าคลุมชั้นใหญ่ลงลาย กระเป๋าขนาดกลาง จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 50.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 63.16) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 50.00) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 41.67) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 42.86) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 91.67) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 45.00) และไม่มีการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 8.33) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยมและไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น ผ้าพื้นเมือง กระเป๋า หมอนอิง เสื้อกะเหรี่ยง ผ้าสไบ เสื้อกระดุมผ้าปัก ผ้าพันคอ จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 62.50) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 53.85) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 60.00) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัดและต่างจังหวัด (ร้อยละ 42.86 เท่ากัน) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 25.00) มีแหล่งกระจายสินค้าลดลงและเท่าเดิม (ร้อยละ 37.50 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการออกจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 41.67 เท่ากัน) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 87.50) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 46.67) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 12.50) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้ (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายปลีกและขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 66.67) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 100.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจไม่มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 100.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (ร้อยละ 66.67) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 100.00)

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ผ้าพื้น เสื้อ ผ้าคลุมไหล่ ชุด-กางเกง เสื้อผ้าฝ้ายทอ ชุดสำเร็จรูป ผ้าถุง ผ้าขาวม้า จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 75.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 53.85) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 60.00) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา

มา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 25.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 37.50 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออก ร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 46.67) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 75.00) ส่วนใหญ่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่และมีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุง รูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 38.46) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 25.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้ และไม่รู้จักความต้องการของตลาด หรือลูกค้า (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น แปรรูปผ้าลายยกดอก กางเกง ผ้าพันคอ ผ้าม่าน ตุ๊ก กระจเป่า เสื้อแขนยาว กางเกงสะดอ จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 85.71) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 60.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเอง จากตัวจังหวัด (ร้อยละ 54.55) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 66.67) ในรอบปีที่ผ่านมามีกลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 14.29) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 57.14) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออก ร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 50.00) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 71.43) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุง รูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 44.44) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 28.57) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 เช่น แปรรูปผ้าลายเกล็ดเต่ากระจเป่า ผ้าตัดชุด ชุด 9 เฝ้า จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 75.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 80.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 57.14) และการขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด (ร้อยละ 60.00) ในรอบปีที่ผ่านมามีกลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 25.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 42.86) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 75.00) ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุง รูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ

บางส่วน (ร้อยละ 50.00) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 25.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม และต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 11

ตารางภาคผนวกที่ 11 ช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์หลัก				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	2	16.67	0	0.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	6	50.00	6	75.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	3	25.00	2	25.00
ขายทั้งปลีกและส่งในสัดส่วนที่เท่ากัน	1	8.33	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	12	63.16	7	53.85
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	3	15.79	1	7.69
ขายที่ตลาด	2	10.53	1	7.69
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	1	5.26	3	23.08
ขาย ณ ศูนย์ศิลปชีพ	1	5.26	0	0.00
ขาย ณ ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	1	7.69
รวม	19	100.00	13	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	8	50.00	6	60.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	6	37.50	4	40.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	2	12.50	0	0.00
รวม	16	100.00	10	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	4	40.00	3	50.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	5	50.00	2	33.33
ส่งให้กับลูกค้าจากแหล่งอื่นๆ ตามคำสั่ง	1	10.00	1	16.67
รวม	10	100.00	6	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	5	41.67	2	25.00
ไม่มี	7	58.33	6	75.00
รวม	12	100.00	8	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	3	25.00	3	37.50
ลดลง	3	25.00	2	25.00
เท่าเดิม	6	50.00	3	37.50
รวม	12	100.00	8	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	9	42.86	4	26.67
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	9	42.86	7	46.67
มีการบอกต่อปากต่อปาก	3	14.29	3	20.00
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่น ๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	0	0.00	1	6.67
รวม	21	100.00	15	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	11	91.67	6	75.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	8.33	2	25.00
รวม	12	100.00	8	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	3	15.00	1	7.69
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	1	5.00	1	7.69
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาดรูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	9	45.00	5	38.46
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	4	20.00	2	15.38
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	2	10.00	2	15.38
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	1	5.00	1	7.69
มีการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ	0	0.00	1	7.69
รวม	20	100.00	13	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	1	50.00	0	0.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการอนุรักษ์รูปแบบเดิม ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น	0	0.00	1	33.33
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้	1	50.00	1	33.33
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะไม่รู้จักความต้องการของตลาด หรือลูกค้า	0	0.00	1	33.33
รวม	2	100.00	3	100.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	1	12.50	0	0.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	5	62.50	6	85.71
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	2	25.00	1	14.29
รวม	8	100.00	7	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	7	53.85	6	60.00
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	2	15.38	0	0.00
ขายที่ตลาด	1	7.69	1	10.00
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	2	15.38	2	20.00
ขาย ณ ศูนย์ศิลปชีพ	1	7.69	0	0.00
ขาย ณ ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	1	10.00
รวม	13	100.00	10	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	6	60.00	6	54.55
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	3	30.00	4	36.36
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	1	10.00	1	9.09
รวม	10	100.00	11	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	3	42.86	1	33.33
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	3	42.86	2	66.67
ส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ	1	14.28	0	0.00
รวม	7	100.00	3	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	2	25.00	1	14.29
ไม่มี	6	75.00	6	85.71
รวม	8	100.00	7	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	2	25.00	1	14.29
ลดลง	3	37.50	2	28.57
เท่าเดิม	3	37.50	4	57.14
รวม	8	100.00	7	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	5	41.67	3	25.00
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	5	41.67	6	50.00
มีการบอกต่อปากต่อปาก	2	16.66	3	25.00
รวม	12	100.00	12	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	7	87.50	5	71.43
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	12.50	2	28.57
รวม	8	100.00	7	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
เปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อเพิ่มคุณภาพของผลผลิต	2	13.33	0	0.00
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	1	6.67	1	11.11
เปลี่ยนแปลงปรับปรุงรูปแบบ ขนาด/รูปร่าง เพิ่มรสชาติ บางส่วนของผลิตภัณฑ์	7	46.67	4	44.44
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในขนาดใหม่	3	20.00	1	11.11
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	0	0.00	2	22.22
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	2	13.33	0	0.00
มีการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ	0	0.00	1	11.11
รวม	15	100.00	9	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการอนุรักษ์แบบเดิม ที่แสดงถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น	0	0.00	2	100.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะไม่มีความสามารถในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้	1	100.00	0	0.00
รวม	1	100.00	2	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	1	50.00	0	0.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	1	50.00	3	75.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	0	0.00	1	25.00
รวม	2	100.00	4	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	2	66.67	4	80.00
ขาย ณ ศูนย์ศิลปะชีพ	1	33.33	1	20.00
รวม	3	100.00	5	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	1	100.00	4	57.14
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	0	0.00	2	28.57
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	0	0.00	1	14.29
รวม	1	100.00	7	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	0	0.00	3	60.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	0	0.00	2	40.00
รวม	0	100.00	5	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	0	0.00	1	25.00
ไม่มี	2	100.00	3	75.00
รวม	2	100.00	4	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	1	50.00	1	25.00
ลดลง	0	0.00	1	25.00
เท่าเดิม	1	50.00	2	50.00
รวม	2	100.00	4	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด ⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	2	66.67	2	28.57
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	1	33.33	3	42.86
มีการบอกต่อปากต่อปาก	0	0.00	2	28.57
รวม	3	100.00	7	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	2	100.00	3	75.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	0	0.00	1	25.00
รวม	2	100.00	4	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	2	100.00	3	50.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	0	0.00	2	33.33
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	0	0.00	1	16.67
รวม	2	100.00	6	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	0	0.00	1	50.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการอนุรักษ์แบบเดิม ที่แสดงถึงเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น	0	0.00	1	50.00
รวม	0	100.00	2	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(4) กระบวนการผู้บริโภค (Customer)**กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี**

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ร้อยละ 16.67) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 50.00) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 21.43 เท่ากัน) และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 7.14) ตามลำดับ เป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) รองลงมา คือ ผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 18.75) และคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 6.25) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 91.67) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างจังหวัดและลูกค้าในกรุงเทพฯ (ร้อยละ 37.50 เท่ากัน) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.00) ลูกค้าประจำส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน (ร้อยละ 58.33)

กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ไม่ทราบกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่นและคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 40.00 เท่ากัน) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวและผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 10.00 เท่ากัน) ตามลำดับ เป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 40.00) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 30.00) บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 20.00) และคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 100.00) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่นและลูกค้าในกรุงเทพฯ (ร้อยละ 30.77 เท่ากัน) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 87.50) ลูกค้าประจำส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน (ร้อยละ 87.50) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 12

ตารางภาคผนวกที่ 12 ข้อมูลผู้บริโภคของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายลูกค้า				
ไม่ทราบ	10	83.34	8	100.00
ทราบ	2	16.67	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายหลัก⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	3	21.43	4	40.00
คนในเมืองใหญ่และกทม.	7	50.00	4	40.00
นักท่องเที่ยว	3	21.43	1	10.00
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	0	0.00	1	10.00
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	1	7.14	0	0.00
รวม	14	100.00	10	100.00
กลุ่มเป้าหมายรอง⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	4	25.00	1	10.00
คนในเมืองใหญ่และกทม.	1	6.25	4	40.00
นักท่องเที่ยว	4	25.00	3	30.00
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	3	18.75	0	0.00
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	4	25.00	2	20.00
รวม	16	100.00	10	100.00
ลูกค้าประจำของกลุ่ม				
มี	11	91.67	8	100.00
ไม่มี	1	8.34	0	0.00
รวม	12	100.00	8	100.00
กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน				
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น	3	18.75	4	30.77
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างอำเภอ ในจังหวัดเดียวกัน	1	6.25	2	15.38
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างจังหวัด	6	37.50	2	16.38
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ	6	37.50	4	30.77
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างประเทศ	0	0.00	1	7.70
รวม	16	100.00	13	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศของลูกค้าโดยส่วนใหญ่				
ส่วนใหญ่เป็นหญิง	9	75.00	7	87.50
ส่วนใหญ่เป็นชาย	0	0.00	0	0.00
ทั้งหญิงและชายเท่าๆ กัน	3	25.00	1	12.50
รวม	12	100.00	8	100.00
วัยของลูกค้าประจำ				
วัยทำงาน	7	58.33	7	87.50
ผู้สูงอายุ	1	8.34	0	0.00
ทุกวัย	4	33.33	1	12.50
รวม	12	100.00	8	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(5) การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาข้อมูลการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ พบว่า

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 58.33) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 58.33) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มพอหาได้และหาได้อย่างสบาย (ร้อยละ 41.67 เท่ากัน) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 50.00)

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 75.00) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 83.33) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มหาได้อย่างสบาย (ร้อยละ 37.50) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 37.50) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 13

ตารางภาคผนวกที่ 13 การจัดการและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ไม่ใช่	2	16.67	1	12.50
ใช้น้อยกว่า 25%	0	0.00	0	0.00
ใช้ 25-50%	3	25.00	1	12.50
ใช้ 51-75%	0	0.00	0	0.00
ใช้มากกว่า 75%	7	58.33	6	75.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ขาดแคลนแล้ว	2	16.67	0	0.00
ใกล้ที่จะขาดแคลน	1	8.33	2	33.33
มีใช้อย่างเพียงพอ	7	58.33	5	83.33
มีอยู่เหลือเฟือ	2	16.67	0	0.00
อื่นๆ (ไม่ได้ใช้)	0	0.00	1	16.67
รวม	12	100.00	6	100.00
ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน				
ไม่สามารถหาได้	1	8.33	1	12.50
หาได้ค่อนข้างยาก	1	8.33	1	12.50
พอหาได้	5	41.67	2	25.00
หาได้อย่างสบาย	5	41.67	3	37.50
อื่นๆ (ยังหาไม่ได้)	0	0.00	1	12.50
รวม	12	100.00	8	100.00
การบริหารจัดการ/อนุรักษ์ ทรัพยากร				
ไม่มี	6	50.00	5	62.50
มี	6	50.00	3	37.50
รวม	12	100.00	8	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของกลุ่ม และการส่งเสริมจากภาครัฐ**กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับดี**

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และการส่งเสริมจากภาครัฐของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอพบว่า

ปัญหาปัจจุบันของกลุ่ม

1. ปัญหาทางด้านทุน ส่วนใหญ่เป็นปัญหาขนาดแคลน (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 ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ ขอความช่วยเหลือจาก NGO พาณิชย์จังหวัด หาแหล่งตลาดใหม่ๆ เพิ่มเติม และเน้นการประชาสัมพันธ์

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

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

กลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และการส่งเสริมจากภาครัฐของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอที่ควรได้รับการพัฒนา พบว่า

ปัญหาปัจจุบันของกลุ่ม

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

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 ซ้อมจักรใหม่ เนื่องจากจักรเครื่องเล็กเย็บได้ช้า

5. ปัญหาด้านตลาด ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านตลาดขาดแคลน (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านตลาด คือ หาตลาดใหม่อยู่เสมอ

การสนับสนุนที่กลุ่มเคยได้รับจากภาครัฐในอดีต กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม (ร้อยละ 38.46)

ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนในอนาคต กลุ่มธุรกิจต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนนโยบายด้านทุน (ร้อยละ 33.33) โดยทางกลุ่มต้องการให้เพิ่มเงินทุน หรือสนับสนุนเงินทุนให้เปล่า และควรที่จะให้มีการกู้เงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ นโยบายด้านตลาด (ร้อยละ 22.22) โดยทางกลุ่มต้องการให้ขยายตลาดให้มากขึ้น หาแหล่งตลาดใหม่ๆ และควรให้มีการจัดงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น นโยบายด้านเทคโนโลยี/ความรู้ (ร้อยละ 16.67) โดยทางกลุ่มต้องการเครื่องทอผ้าไฟฟ้า อยากให้นักวิชาการมาให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงไหม และการย้อมสี ให้ภาครัฐสนับสนุนเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย นโยบายด้านวัตถุดิบ (ร้อยละ 11.11) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยควบคุมราคาไหมประดิษฐ์ ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกไหมเอง เพราะราคาถูกกว่าซื้อจากในตัวเมือง นโยบายด้านแรงงาน (ร้อยละ 5.56) โดยทางกลุ่มต้องการให้มีการเพิ่มค่าแรง และด้านภาพรวม (ร้อยละ 11.11) โดยทางกลุ่มต้องการให้รัฐช่วยพยุงเศรษฐกิจให้ดีขึ้น เพราะว่าเศรษฐกิจดี ใช้อื่นๆก็ดีขึ้นไปด้วย แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 14

ตารางภาคผนวกที่ 14 ปัญหาและการส่งเสริมจากภาครัฐของกลุ่มธุรกิจแปรรูปผ้าทอ

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาปัจจุบันของกลุ่ม⁽¹⁾				
ทุน				
- ปัญหาทุนขาดแคลน	4	57.14	3	60.00
- ปัญหาทุนราคาแพง	2	28.57	1	20.00
- ปัญหาทุน อื่นๆ	1	14.29	1	20.00
รวม	7	100.00	5	100.00
แรงงาน				
- ปัญหาแรงงานขาดแคลน	3	75.00	3	75.00
- ปัญหาแรงงานราคาแพง	0	0.00	1	25.00
- ปัญหาแรงงานคุณภาพต่ำ	1	25.00	0	0.00
รวม	4	100.00	4	100.00
วัตถุดิบ				
- ปัญหาวัตถุดิบขาดแคลน	0	0.00	1	25.00
- ปัญหาวัตถุดิบราคาแพง	0	0.00	3	75.00
รวม	0	100.00	4	100.00
เทคโนโลยี/ความรู้				
- ปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ขาดแคลน	2	66.67	1	25.00
- ปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ราคาแพง	0	0.00	1	25.00
- ปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้คุณภาพต่ำ	1	33.33	1	25.00
- ปัญหาเทคโนโลยี/ความรู้ อื่นๆ	0	0.00	1	25.00
รวม	3	100.00	4	100.00
ตลาด				
- ปัญหาตลาดขาดแคลน	6	100.00	3	100.00
รวม	6	100.00	3	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 14 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การสนับสนุนจากภาครัฐ				
ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านเงินทุน	3	16.67	3	23.08
ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านสิ่งของ	1	5.56	1	7.70
ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการฝึกอบรม	9	50.00	5	38.46
ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด	5	27.78	4	30.77
รวม	18	100.00	13	100.00
การสนับสนุนจาก NGO				
ได้รับสนับสนุนจาก NGO ด้านเงินทุน	1	100.00	0	0.00
รวม	1	100.00	0	0.00
ความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน				
ด้านทุน	5	27.78	6	33.33
แรงงาน	1	5.56	1	5.56
วัตถุดิบ	0	0.00	2	11.11
เทคโนโลยี/ความรู้	3	16.67	3	16.67
ตลาด	9	50.00	4	22.22
ภาพรวม	0	0.00	2	11.11
รวม	18	100.00	18	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

ภาคผนวก ข.

ข้อมูลกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

(1) กระบวนการวัตถุดิบ/ส่วนประกอบ (Raw Material/component suppliers)

ภาพรวมการดำเนินการกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ส่วนประกอบของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดีและกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่ มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากภายในจังหวัด มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบ ให้ทางร้านค้าจัดส่งวัตถุดิบมาให้ และมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 1,022,667 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อบรรจุภัณฑ์เป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์ในต่างจังหวัด วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 150,850 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลากส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อฉลากเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของฉลากภายในจังหวัด วิธีการขนส่งฉลาก ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และกลุ่มธุรกิจอาหารที่มีศักยภาพในระดับดีมีค่าฉลากเฉลี่ย 55,700 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบ ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเองและให้ร้านค้าจัดส่งวัตถุดิบมาให้ และมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 1,251,619 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อบรรจุภัณฑ์เป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์ภายในจังหวัด วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 50,283 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลาก ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อฉลากเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของฉลากภายในจังหวัด วิธีการขนส่งฉลากทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าฉลากเฉลี่ย 4,940 บาท ต่อปีต่อกลุ่ม

(2) กระบวนการผู้ผลิต (Manufacturers) ของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งในกระบวนการภายในธุรกิจผู้ผลิตจะประกอบไปด้วย

(2.1) ระบบจัดหาปัจจัยการผลิต (Purchasing)

กระบวนการหาแรงงานการผลิต

ภาพรวมการดำเนินการกระบวนการหาแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดีและกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่ มีแหล่งที่มาของแรงงานจากสมาชิกในกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดี

จำนวนแรงงานทั้งหมดที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 346 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 31 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 5 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 27 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 187 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 17 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 3 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 14 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 14 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 72.73) เมื่อพิจารณา ทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 54.55) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 45.45) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 72.73) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 54.55) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดีมากและดี (ร้อยละ 36.36 เท่ากัน) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดีมากและดี (ร้อยละ 45.45 เท่ากัน)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมดที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 197 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 22 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 3 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 19 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 154 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 17 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 3 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 14 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 16 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 77.78) เมื่อพิจารณา ทักษะความชำนาญด้านการ

ผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 55.56) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 55.56) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 55.56) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 44.44) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 55.56) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 55.56) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 15

ตารางภาคผนวกที่ 15 ข้อมูลแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)
แรงงานที่เคยใช้สูงสุด (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน)	346	31	197	22
ชาย	53	5	27	3
หญิง	293	27	170	19
แรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน	187	17	154	17
ชาย	30	3	25	3
หญิง	157	14	129	14
ช่วงอายุของแรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน				
17-60 ปี	158	14	144	16
มากกว่า 60 ปี	16	1	8	1
รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การได้มาของแรงงาน				
ส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม	8	72.73	7	77.78
แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง	3	27.27	1	11.11
เป็นเครือญาติกัน	0	0.00	1	11.11
รวม	11	100.00	9	100.00
ฝีมือของแรงงาน				
ดีมาก	4	36.36	5	55.56
ดี	6	54.55	3	33.33
พอใช้	1	9.09	1	11.11
รวม	11	100.00	9	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 15 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)
ความประณีตของชิ้นงาน				
ดีมาก	2	18.18	3	33.33
ดี	5	45.45	5	55.56
พอใช้	4	36.36	1	11.11
รวม	11	100.00	9	100.00
คุณภาพของผลผลิตที่ได้				
ดีมาก	3	27.27	4	44.44
ดี	8	72.73	5	55.56
พอใช้	0	0.00	0	0.00
รวม	11	100.00	9	100.00
ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน				
ดีมาก	3	27.27	2	22.22
ดี	6	54.55	4	44.44
พอใช้	2	18.18	3	33.33
รวม	11	100.00	9	100.00
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
ดีมาก	4	36.36	4	44.44
ดี	4	36.36	5	55.56
พอใช้	3	27.27	0	0.00
รวม	11	100.00	9	100.00
แรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า				
ดีมาก	5	45.45	3	33.33
ดี	5	45.45	5	55.56
พอใช้	1	9.09	1	11.11
รวม	11	100.00	9	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการหาเงินทุนการผลิต

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากการลงหุ้นของสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 21.05) นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน (ร้อยละ 21.05) จากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่นและการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 10.53 เท่ากัน) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 72.73) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 27.27) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่ม (ร้อยละ 18.18) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 45.46)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 27.78) นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 22.22) จากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น (ร้อยละ 16.67) และจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน (ร้อยละ 11.11) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจทั้งหมดมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตไม่เพียงพอ (ร้อยละ 100.00) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่ทำการกู้เพิ่ม (ร้อยละ 88.89) และเชื่อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต (ร้อยละ 11.11) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 44.45) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 16

ตารางภาคผนวกที่ 16 กระบวนการทางการเงินของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งทุน⁽¹⁾				
เงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการ	11	57.89	9	50.00
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการลงหุ้นของสมาชิกกลุ่ม	4	21.05	2	11.11
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	3	15.79	5	27.78
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากคณะกรรมการกลุ่ม	3	15.79	0	0.00

ตารางภาคผนวกที่ 16 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการช่วยเหลือของหน่วยงาน	1	5.26	1	5.56
- เงินทุนไม่ได้มาจากส่วนนี้	0	0.00	1	5.56
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน	4	21.05	2	11.11
เงินทุนมาจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น	2	10.53	3	16.67
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน	2	10.53	4	22.22
รวม	19	100.00	18.00	100.00
เงินทุนหมุนเวียนในการผลิต กรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก				
เพียงพอ	8	72.73	0	0.00
ไม่เพียงพอ	3	27.27	9	100.00
- กู้เพิ่ม	2	18.18	8	88.89
- เชื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	0	0.00	1	11.11
- ใช้เงินสมาชิกมาหมุนก่อน	1	9.09	0	0.00
รวม	11	100.00	9	100.00
มีบัญชีรับ-จ่าย ที่เป็นระบบและกระทำอย่างต่อเนื่อง				
- มีและต่อเนื่อง	5	45.46	4	44.45
- มีแต่ไม่ต่อเนื่อง	3	27.27	2	22.22
- ไม่มี	3	27.27	3	33.33
รวม	11	100.00	9	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(2.2) ระบบการผลิต (Production)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 54.55) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 63.64) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตตามฤดูกาล (ร้อยละ 18.18 เท่ากัน) กลุ่มได้

ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 12 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก และทำการผลิตรวมกันในกลุ่ม มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 90.91) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นของกลุ่ม ส่วนสมาชิกได้ค่าแรง โดยจ่ายเป็นรายงวด เช่น 15 วันต่อครั้ง

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 77.78) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 66.67) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล (ร้อยละ 33.33) กลุ่มได้ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 18 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 100.00) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์เป็นรายงวด โดยในแต่ละเดือนทางกลุ่มจะหักต้นทุนออกทั้งหมด แล้วจึงนำกำไรที่ได้มาถัวเฉลี่ยให้แก่สมาชิกในกลุ่ม แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 17

ตารางภาคผนวกที่ 17 ระบบการผลิตของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ผลิต				
สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ	6	54.55	7	77.78
บ้านสมาชิก	3	27.27	2	22.22
หอประชุมหมู่บ้าน	1	9.09	0	0.00
โรงงานผลิต	1	9.09	0	0.00
รวม	11	100.00	9	100.00
ใน 1 ปีที่ผ่านมาผลิตต่อเนื่อง/ไม่ต่อเนื่อง				
สม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี	7	63.64	6	66.67
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ	2	18.18	0	0.00
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามฤดูกาล	2	18.18	3	33.33
รวม	11	100.00	9	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 17 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต				
- มี	10	90.91	9	100.00
- ไม่มี	1	9.11	0	0.00
รวม	11	100.00	9	100.00
ระยะเวลาการผลิตเฉลี่ยจนถึงปัจจุบัน (ปี) ต่อกลุ่ม	12		18	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) กระบวนการผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า/ผู้ค้าปลีก (Wholesales / Distributors / Retailers)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ข้าวแต่น้ำแพนซี ข้าวแต่น้ำแดงโม กาละแม กาละแมรสลำไย และลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 81.82) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 42.11) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 50.00) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 46.15) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 54.55) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 36.36 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 47.37) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 81.82) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 41.18) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 18.18) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น กาละแมรวมรส และลำไยอบแห้งทั้งเปลือก จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 100.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 66.67) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจไม่มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 100.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการบอกต่อลักษณะปากต่อปาก (ร้อยละ 50.00) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์

(ร้อยละ 100.00) และไม่มี การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) โดยไม่มี การปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ข้าวแต่น้ำลำไย ข้าวแต่น้ำแดงโม กาละแมงกะทิ กาละแมเส้นยาว และลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 88.89) โดย แหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 47.37) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มา รับเองจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 37.50) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัดและต่างจังหวัด (ร้อยละ 38.46 เท่ากัน) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 22.22) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริม การตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 35.71) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 77.78) ส่วนใหญ่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่และมีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 37.50 เท่ากัน) และไม่มี การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 22.22) โดยไม่มี การปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น ข้าวแต่น้ำพร้อมทอด จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชั้นที่ 2 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 100.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 100.00) และการขายส่ง ขายส่งกรณีให้กับลูกค้าภายในจังหวัด (ร้อยละ 100.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่ง ขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 100.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงาน ต่างๆ ตามเทศกาลและมีการบอกต่อลักษณะปากต่อปาก (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจไม่มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) โดยไม่มี การปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00) แสดงดังตาราง ภาคผนวกที่ 18

ตารางภาคผนวกที่ 18 ช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจอาหาร/
ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์หลัก				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	1	9.09	0	0.00
ขายส่ง	1	9.09	0	0.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	0	0.00	1	11.11
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	9	81.82	8	88.89
รวม	11	100.00	9	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	8	42.11	9	47.37
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	5	26.32	4	21.05
ขายที่ตลาด	4	21.05	4	21.05
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	2	10.53	2	10.53
รวม	19	100.00	19	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	6	50.00	1	12.50
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	3	25.00	3	37.50
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	2	16.67	2	25.00
ขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง	1	8.33	2	25.00
รวม	12	100.00	8	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า⁽¹⁾				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	5	38.46	5	38.46
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	6	46.15	5	38.46
ส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ	1	7.69	1	7.69
ส่งให้กับตัวแทน	1	7.69	1	7.69
ส่งให้กับลูกค้าจากแหล่งอื่นๆ ตามคำสั่ง	0	0.00	1	7.69
รวม	13	100.00	13	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	6	54.55	2	22.22
ไม่มี	5	45.45	7	77.78
รวม	11	100.00	9	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 18 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	4	36.36	0	0.00
ลดลง	3	27.27	0	0.00
เท่าเดิม	4	36.36	9	100.00
รวม	11	100.00	9	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4	21.05	1	7.14
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	9	47.37	5	35.71
มีการบอกต่อปากต่อปาก	5	26.32	7	50.00
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	1	5.26	1	7.14
รวม	19	100.00	14	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	9	81.82	7	77.78
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	2	18.18	2	22.22
รวม	11	100.00	9	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	1	5.88	0	0.00
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	2	11.76	0	0.00
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	3	17.65	2	25.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	3	17.65	3	37.50
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	7	41.18	3	37.50
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	1	5.88	0	0.00
รวม	17	100.00	8	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 18 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	2	100.00	2	100.00
รวม	2	100.00	2	100.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม ขายส่งมากกว่าขายปลีก	2	100.00	1	100.00
รวม	2	100.00	1	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	2	66.67	1	100.00
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	1	33.33	0	0.00
รวม	3	100.00	1	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	1	25.00	0	0
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	1	25.00	0	0
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	2	50.00	0	0
รวม	4	100.00	0	0.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้กับลูกค้า⁽¹⁾				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	0	0	1	100.00
รวม	0	0.00	1	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	0	0.00	1	100.00
ไม่มี	2	100.00	0	0.00
รวม	2	100.00	1	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	0	0.00	1	100.00
ลดลง	0	0.00	0	0.00
เท่าเดิม	2	100.00	0	0.00
รวม	2	100.00	1	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 18 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด ⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	1	25.00	0	0.00
มีการออกบ้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	1	25.00	1	50.00
มีการบอกต่อปากต่อปาก	2	50.00	1	50.00
รวม	4	100.00	2	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	1	50.00	0	0.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	50.00	1	100.00
รวม	2	100.00	1	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	1	100.00	0	0
รวม	1	100.00	0	0.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	1	100.00	1	100.00
รวม	1	100.00	1	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(4) กระบวนการผู้บริโภค (Customer)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

กลุ่มธุรกิจอาหารที่มีศักยภาพในระดับดี ทราบกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 46.15) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่นและผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 23.08 เท่ากัน) และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 7.69) ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 27.78) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 22.22 เท่ากัน) และคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 16.67) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 100.00) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างอำเภอในจังหวัด

เดียวกันและเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและชาย เท่าๆกัน (ร้อยละ 63.64) ลูกค้าประจำส่วนมากจะมีทุภัก (ร้อยละ 60.00)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจอาหารที่ควรได้รับการพัฒนา ทราบกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 33.33) รองลงมา คือนักท่องเที่ยวและผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) และคนในชุมชนท้องถิ่น และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 8.33 เท่ากัน) ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 41.67) รองลงมา คือนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 25.00) และคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 16.67) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 77.78) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 45.45) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและชายเท่าๆกัน (ร้อยละ 66.67) ลูกค้าประจำส่วนมากจะมีทุภัก (ร้อยละ 55.56) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 19

ตารางภาคผนวกที่ 19 ข้อมูลผู้บริโภคของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายลูกค้า				
ไม่ทราบ	0	0.00	0	0
ทราบ	11	100.00	9	100.00
รวม	11	100.00	9	100.00
กลุ่มเป้าหมายหลัก⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	3	23.08	1	8.33
คนในเมืองใหญ่และกทม.	6	46.15	4	33.33
นักท่องเที่ยว	0	0.00	3	25.00
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	3	23.08	3	25.00
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	1	7.69	1	8.33
รวม	13	100.00	12	100.00
กลุ่มเป้าหมายรอง⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	5	27.78	5	41.67
คนในเมืองใหญ่และกทม.	3	16.67	2	16.67
นักท่องเที่ยว	4	22.22	3	25.00

ตารางภาคผนวกที่ 19 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	2	11.11	1	8.33
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	4	22.22	1	8.33
รวม	18	100.00	12	100.00
ลูกค้าประจำของกลุ่ม				
มี	11	100.00	7	77.78
ไม่มี	0	0.00	2	22.22
รวม	11	100.00	9	100.00
กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน				
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น	3	15.00	1	9.09
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างอำเภอ ในจังหวัดเดียวกัน	5	25.00	2	18.18
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างจังหวัด	4	20.00	5	45.45
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ	5	25.00	2	18.18
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างประเทศ	3	15.00	1	9.09
รวม	20	100.00	11	100.00
เพศของลูกค้าโดยส่วนใหญ่				
ส่วนใหญ่เป็นหญิง	4	36.36	2	22.22
ส่วนใหญ่เป็นชาย	0	0.00	1	11.11
ทั้งหญิงและชายเท่าๆ กัน	7	63.64	6	66.67
รวม	11	100.00	9	100.00
วัยของลูกค้าประจำ				
วัยรุ่น	0	0.00	1	11.11
วัยทำงาน	4	40.00	3	33.33
ผู้สูงอายุ	0	0.00	0	0.00
ทุกวัย	6	60.00	5	55.56
รวม	10	100.00	9	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(5) ข้อมูลการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

กลุ่มธุรกิจอาหารที่มีศักยภาพในระดับดี ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 63.64) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 45.45) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มพอหาได้ (ร้อยละ 54.55) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้สามารถมิใช้ตลอดไป (ร้อยละ 72.73)

กลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจอาหารที่ควรได้รับการพัฒนา ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 55.56) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 66.67) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มพอหาได้ (ร้อยละ 66.67) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมิใช้ตลอดไป (ร้อยละ 66.67) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 20

ตารางภาคผนวกที่ 20 การจัดการและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจอาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ใช้น้อยกว่า 25%	0	0.00	3	33.33
ใช้ 25-50%	4	36.36	0	0.00
ใช้ 51-75%	0	0.00	1	11.11
ใช้มากกว่า 75%	7	63.64	5	55.56
รวม	11	100.00	9	100.00
ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ขาดแคลนแล้ว	2	18.18	0	0.00
ใกล้ที่จะขาดแคลน	2	18.18	2	22.22
มีใช้อย่างเพียงพอ	5	45.45	6	66.67
มีอยู่เหลือเฟือ	2	18.18	1	11.11
รวม	11	100.00	9	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่ง ภายนอกชุมชน				
หาได้ค่อนข้างยาก	1	9.09	1	11.11
พอหาได้	6	54.55	6	66.67
หาได้อย่างสบาย	4	36.36	2	22.22
รวม	11	100.00	9	100.00
การบริหารจัดการ/อนุรักษ์ ทรัพยากร				
ไม่มี	3	27.27	3	33.33
มี	8	72.73	6	66.67
รวม	11	100.00	9	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ข.

ข้อมูลกลุ่มธุรกิจของใช้ของตกแต่ง

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

(1) กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ/ส่วนประกอบ (Raw Material/component suppliers)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งวัตถุดิบ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 134,556 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อบรรจุภัณฑ์เป็นเงินสดและเงินเชื่อ โดยมีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์ภายในจังหวัด วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และให้ร้านค้าจัดส่งวัตถุดิบมาให้ และมีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 8,980 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลากของกลุ่มส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อฉลากเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของฉลากภายในชุมชนและภายในจังหวัด วิธีการขนส่งฉลาก ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าฉลากเฉลี่ย 17,850 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

วัตถุดิบ

ในการจัดซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในชุมชน วิธีการขนส่งวัตถุดิบ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าวัตถุดิบเฉลี่ย 45,802 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

บรรจุภัณฑ์

ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อบรรจุภัณฑ์เป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์ภายในชุมชน ภายในจังหวัดและจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเองและให้ร้านค้าจัดส่งวัตถุดิบมาให้ และมีค่าบรรจุภัณฑ์เฉลี่ย 1,209,333 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

ฉลาก

ในการจัดซื้อฉลากส่วนใหญ่กลุ่มมีการชำระเงินในการซื้อฉลากเป็นเงินสด โดยมีแหล่งที่มาของฉลากภายในชุมชนและจากต่างจังหวัด วิธีการขนส่งฉลากทางกลุ่มไปซื้อด้วยตนเอง และมีค่าฉลากเฉลี่ย 20,588 บาทต่อปีต่อกลุ่ม

(2) กระบวนการผู้ผลิต (Manufacturers) ของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง ซึ่งในกระบวนการภายในธุรกิจผู้ผลิตจะประกอบไปด้วย

(2.1) ระบบจัดหาปัจจัยการผลิต (Puchasing)

กระบวนการหาแรงงานการผลิต

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมดที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 136 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 19 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 5 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 15 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 95 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 14 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 4 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 7 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 13 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตนเอง (ร้อยละ 71.43) เมื่อพิจารณา ทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 71.43) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 71.43) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 71.43) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 71.43) ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 71.43) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 71.43)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

จำนวนแรงงานรวมทั้งหมดที่เคยใช้ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบันสูงสุดจำนวน 217 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ยสูงสุด 17 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 5 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 12 คนต่อกลุ่ม จำนวนแรงงานที่ใช้ปัจจุบันรวมทั้งหมด 177 คน จำนวนแรงงานเฉลี่ย 14 คนต่อกลุ่ม จำแนกเป็นเพศชายเฉลี่ย 3 คนต่อกลุ่ม และเพศหญิงเฉลี่ย 10 คนต่อกลุ่ม แรงงานที่ใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 17-60 ปี เฉลี่ย 12 คนต่อกลุ่ม วิธีการได้มาของแรงงานสำหรับกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 61.54) เมื่อพิจารณา ทักษะความชำนาญด้านการผลิตของแรงงาน พบว่า ฝีมือแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 61.54) ความประณีตของชิ้นงาน อยู่ในระดับดีมากและระดับดี (ร้อยละ 38.46 เท่ากัน) คุณภาพของผลผลิตที่ได้ อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 46.15) ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 76.92) ผลผลิตที่ได้ตรงตาม

ความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 46.15) และแรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า อยู่ในระดับดี (ร้อยละ 53.85) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 21

ตารางภาคผนวกที่ 21 ข้อมูลแรงงานการผลิตของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)	จำนวน (คน)	จำนวนเฉลี่ย (คน/กลุ่ม)
แรงงานที่เคยใช้สูงสุด (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงปัจจุบัน)	136	19	217	17
ชาย	33	5	61	5
หญิง	103	15	155	12
แรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน	95	14	177	14
ชาย	25	4	42	3
หญิง	50	7	134	10
ช่วงอายุของแรงงานที่ใช้ในปัจจุบัน				
17-60 ปี	93	13	158	12
มากกว่า 60 ปี	0	0	19	1
รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การได้มาของแรงงาน				
ส่วนใหญ่/ทั้งหมดเป็นสมาชิกกลุ่ม	2	28.57	8	61.54
แรงงานมาสมัครขอทำงานด้วยตัวเอง	5	71.43	3	23.08
เป็นเครือญาติกัน	0	0.00	2	15.38
รวม	7	100.00	13	100.00
ฝีมือของแรงงาน				
ดีมาก	2	28.57	4	30.77
ดี	5	71.43	8	61.54
พอใช้	0	0.00	1	7.69
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 21 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความประณีตของชิ้นงาน				
ดีมาก	2	28.57	5	38.46
ดี	5	71.43	5	38.46
พอใช้	0	0.00	3	23.08
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
คุณภาพของผลผลิตที่ได้				
ดีมาก	5	71.43	5	38.46
ดี	2	28.57	6	46.15
พอใช้	0	0.00	2	15.38
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
ความเอาใจใส่ในการทำงานของแรงงาน				
ดีมาก	2	28.57	3	23.08
ดี	5	71.43	10	76.92
พอใช้	0	0.00	0	0.00
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
ผลผลิตที่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
ดีมาก	5	71.43	4	30.77
ดี	2	28.57	6	46.15
พอใช้	0	0.00	2	15.38
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	1	7.69
รวม	7	100.00	13	100.00
แรงงานสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาของลูกค้า				
ดีมาก	5	71.43	3	23.08
ดี	1	14.29	7	53.85
พอใช้	1	14.29	3	23.08
ต้องได้รับการพัฒนา	0	0.00	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการหาเงินทุนการผลิต

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ดี

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 40.00) นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน (ร้อยละ 20.00) จากการกู้ยืมสถาบันการเงิน (ร้อยละ 10.00) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 85.71) และไม่เพียงพอ (ร้อยละ 14.29) เมื่อเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ กลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่จะให้ลูกค้าจ่ายเงินมัดจำก่อน (ร้อยละ 14.29) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 57.14)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการนั้น โดยส่วนใหญ่/ทั้งหมดมาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 27.78) นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจมีแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชนและจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากหน่วยงานท้องถิ่น (ร้อยละ 11.11 เท่ากัน) ในกรณีที่มีคำสั่งซื้อ (Order) จำนวนมาก (ในกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้) กลุ่มธุรกิจทั้งหมดมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิตเพียงพอ (ร้อยละ 100.00) ในการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายส่วนใหญ่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง (ร้อยละ 53.84) แสดงดังตารางที่ 22

ตารางภาคผนวกที่ 22 กระบวนการทางการเงินของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งทุน⁽¹⁾				
เงินทุนมาจากเงินทุนของกิจการ	7	70.00	13	72.22
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการลงหุ้นของสมาชิกกลุ่ม	2	20.00	4	22.22
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากประธานกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	4	40.00	5	27.78
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากคณะกรรมการกลุ่ม	0	0.00	0	0.00
- ส่วนใหญ่/ทั้งหมด มาจากการช่วยเหลือของหน่วยงาน	0	0.00	3	16.67
- เงินทุนไม่ได้มาจากส่วนนี้	1	10.00	1	5.56

ตารางภาคผนวกที่ 22 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงินชุมชน	2	20.00	2	11.11
เงินทุนมาจากการกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจาก หน่วยงานท้องถิ่น	0	0.00	2	11.11
เงินทุนมาจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน	1	10.00	1	5.56
รวม	10	100.00	18	100.00
เงินทุนหมุนเวียนในการผลิต กรณีที่มีคำสั่งซื้อ จำนวนมาก				
เพียงพอ	6	85.71	13	100.00
ไม่เพียงพอ	1	14.29	0	0.00
- ให้ลูกค้าจ่ายเงินมัดจำก่อน	1	14.29	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
มีบัญชีรับ - จ่าย ที่เป็นระบบและกระทำอย่าง ต่อเนื่อง				
- มีและต่อเนื่อง	4	57.14	7	53.84
- มีแต่ไม่ต่อเนื่อง	3	42.86	5	38.46
- ไม่มี	0	0.00	1	7.70
รวม	7	100.00	13	100.00

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(2.2) ระบบการผลิต (Production)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 85.71) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 71.43) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ (ร้อยละ 28.57) กลุ่มได้ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 11 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 100.00) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ทันทีที่ผลิตเสร็จ โดยคิดเป็นรายชิ้น

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

สถานที่ในการผลิต ส่วนใหญ่กลุ่มธุรกิจผลิตที่สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 69.23) ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี (ร้อยละ 61.54) ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ (ร้อยละ 30.77) กลุ่มได้ดำเนินการผลิตมาเป็นระยะเวลา (จนถึงปัจจุบัน) เฉลี่ย 9 ปีต่อกลุ่ม ในการผลิตทางกลุ่มจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้แก่สมาชิก โดยหักจากราคาผลิตภัณฑ์ ทำการผลิตรวมกันภายในกลุ่ม มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต (ร้อยละ 69.23) เมื่อสมาชิกผู้ผลิตผลิตได้แล้วทางกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ และมีการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์เป็นรายงวด โดยคิดตามจำนวนชิ้นงานเป็นรายวัน แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 23

ตารางภาคผนวกที่ 23 ระบบการผลิตของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ผลิต				
สถานที่ของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ	6	85.71	9	69.23
บ้านสมาชิก	1	14.29	3	23.08
หอประชุมหมู่บ้าน	0	0.00	1	7.69
รวม	7	100.00	13	100.00
ใน 1 ปีที่ผ่านมาผลิตต่อเนื่อง/ไม่ต่อเนื่อง				
สม่ำเสมอ/ต่อเนื่องตลอดปี	5	71.43	8	61.54
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ	2	28.57	4	30.77
ไม่ต่อเนื่องเพราะผลิตตามเทศกาลต่างๆ	0	0.00	1	7.69
รวม	7	100.00	13	100.00
มีระบบแบ่งสรรการผลิตให้สมาชิกผู้ผลิต				
มี	7	100.00	9	69.23
ไม่มี	0	0.00	4	30.77
รวม	7	100.00	13	100.00
ระยะเวลาการผลิตเฉลี่ยจนถึงปัจจุบัน(ปี)ต่อกลุ่ม	11		9	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) กระบวนการผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า/ผู้ค้าปลีก (Wholesalers / Distributors / Retailers)
 กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น เสื้อพื้นเมือง กล้องเขียนหมาก โขฟา เทียนหอม เทียนหอมรูปวัตถุโบราณ ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา กระเป๋าผ้าทอ จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 57.14) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 83.33) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ (ร้อยละ 45.45) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 42.86) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 42.86) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 41.67) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 85.71) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ (ร้อยละ 27.27 เท่ากัน) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 14.29) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น กระเป๋า กล้องขนม เทียนลอยน้ำ จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่ง ขายปลีกมากกว่าขายส่ง และขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 100.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 75.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 33.33) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น ลดลง และเท่าเดิม (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 50.00) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 66.67) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 33.33) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 เช่น กระดาษสา เทียนหอมกันยุง จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่งและขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 100.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัดและจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 40.00 เท่ากัน) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจไม่มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 100.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเท่าเดิม (ร้อยละ 100.00) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริม

การตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาล (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วนและมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่ (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) และไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนเนื่องจากรูปแบบเดิมยังคงได้รับความนิยม (ร้อยละ 100.00)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ชุดรับแขก เตียงไม้ไผ่ ชิง ชิม เทียนหอม ดอกกุหลาบ กระเป๋าถือ กระเป๋าแบบตลาด กล่องกระดาษทิชชู จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ชั้นที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะขายปลีกและขายส่งมากกว่าขายปลีก (ร้อยละ 30.77 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 56.25) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 66.67) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 50.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 61.54) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 46.15) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล (ร้อยละ 41.67) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจได้มีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) ส่วนใหญ่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่และมีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุง รูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 37.50)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 เช่น เตียงไม้ไผ่ โต๊ะไม้ไผ่ สล้อ กรอบรูป จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่ง (ร้อยละ 50.00) โดยแหล่งจำหน่ายการขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 50.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 62.50) และขายส่งกรณีส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด (ร้อยละ 100.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 50.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆ ตามเทศกาลและมีการบอกต่อลักษณะปากต่อปาก (ร้อยละ 36.36 เท่ากัน) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุง รูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน (ร้อยละ 40.00)

ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนา ได้แก่ ชลู่ย จากการศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2 พบว่า ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีลักษณะขายส่งและขายปลีกมากกว่าขายส่ง (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) โดยแหล่งจำหน่ายการ

ขายปลีก ขายที่แหล่งผลิต (ร้อยละ 100.00) และการขายส่ง ขายส่งให้กับลูกค้าที่มาตัวเองจากตัวจังหวัด (ร้อยละ 100.00) ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ๆ (ร้อยละ 50.00) มีแหล่งกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นและเท่าเดิม (ร้อยละ 50.00 เท่ากัน) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่มีการบอกต่อลักษณะปากต่อปาก (ร้อยละ 66.67) ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจมีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 100.00) ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่ และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ (ร้อยละ 25.00 เท่ากัน) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 24

ตารางภาคผนวกที่ 24 ช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจของใช้ ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์หลัก				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	0	0.00	4	30.77
ขายส่ง	2	28.57	2	15.38
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	1	14.29	3	23.08
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	4	57.14	4	30.77
รวม	7	100.00	13	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	5	83.33	9	56.25
ขายร้านค้าในหมู่บ้าน	0	0.00	2	12.50
ขายที่ตลาด	0	0.00	2	12.50
ออกขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ	1	16.67	3	18.75
รวม	6	100.00	16	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	3	27.27	4	66.67
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	3	27.27	1	16.67
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	5	45.45	1	16.67
รวม	11	100.00	6	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า⁽¹⁾				
ส่งให้กับลูกค้าภายในจังหวัด	2	33.33	4	40.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	3	50.00	5	50.00
ส่งให้กับลูกค้าต่างประเทศ	0	0.00	0	0.00
ส่งให้กับตัวแทน	1	16.67	1	10.00
รวม	6	100.00	10	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	3	42.86	8	61.54
ไม่มี	4	57.14	5	38.46
รวม	7	100.00	13	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	3	42.86	6	46.15
ลดลง	2	28.57	1	7.69
เท่าเดิม	2	28.57	6	46.15
รวม	7	100.00	13	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4	33.33	6	25.00
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	5	41.67	10	41.67
มีการบอกต่อปากต่อปาก	3	25.00	7	29.17
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	0	0.00	1	4.17
รวม	12	100.00	24	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	6	85.71	13	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	14.29	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	1	9.09	2	8.33
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	0	0.00	2	8.33
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	2	18.18	9	37.50
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	2	18.18	7	29.17
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	3	27.27	2	8.33
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	3	27.27	2	8.33
รวม	11	100.00	24	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	1	100.00	0	0
รวม	1	100.00	0	0.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 1				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	0	0.00	1	16.67
ขายส่ง	1	33.33	3	50.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	1	33.33	2	33.33
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	1	33.33	0	0.00
รวม	3	100.00	6	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	2	100.00	3	50.00
ขายที่ตลาด	0	0.00	2	33.33
ขายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	0	0.00	1	16.67
รวม	2	100.00	6	100.00
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	3	75.00	5	62.50
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	1	25.00	2	25.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	0	0.00	1	12.50
รวม	4	100.00	8	100.00
ขายส่งกรณีส่งสินค้าให้ลูกค้า⁽¹⁾				
ส่งให้กับลูกค้าต่างจังหวัด	0	0	1	100.00
รวม	0	0.00	1	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	1	33.33	3	50.00
ไม่มี	2	66.67	3	50.00
รวม	3	100.00	6	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	1	33.33	3	50.00
ลดลง	1	33.33	0	0.00
เท่าเดิม	1	33.33	3	50.00
รวม	3	100.00	6	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	2	33.33	2	18.18
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	3	50.00	4	36.36
มีการบอกต่อปากต่อปาก	1	16.67	4	36.36
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	0	0.00	1	9.09
รวม	6	100.00	11	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	2	66.67	6	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	33.33	0	0.00
รวม	3	100.00	6	100.00
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	0	0.00	1	10.00
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	0	0.00	2	20.00
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาด รูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	1	25.00	4	40.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่	0	0.00	2	20.00
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	2	50.00	0	0.00
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	1	25.00	1	10.00
รวม	4	100.00	10	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	1	100.00	0	0
รวม	1	100.00	0	0.00
ผลิตภัณฑ์รองลำดับที่ 2				
ช่องทางการตลาดของกลุ่ม				
ขายปลีก	0	0.00	0	0.00
ขายส่ง	1	50.00	1	50.00
ขายปลีกมากกว่าขายส่ง	0	0.00	1	50.00
ขายส่งมากกว่าขายปลีก	1	50.00	0	0.00
รวม	2	100.00	2	100.00
ขายปลีก⁽¹⁾				
ขายที่แหล่งผลิต	1	100.00	1	100.00
รวม	1	100.00	1	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายส่งกรณีลูกค้ามารับสินค้าเอง⁽¹⁾				
ลูกค้าที่มารับเองจากตัวจังหวัด	2	40.00	2	100.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างจังหวัด	2	40.00	0	0.00
ลูกค้าที่มารับเองจากต่างประเทศ	1	20.00	0	0.00
รวม	5	100.00	2	100.00
ในรอบปีมีการหาแหล่งขายสินค้าใหม่ ๆ				
มี	0	0.00	1	50.00
ไม่มี	2	100.00	1	50.00
รวม	2	100.00	2	100.00
แหล่งกระจายสินค้า				
เพิ่มขึ้น	0	0.00	1	50.00
ลดลง	0	0.00	0	0.00
เท่าเดิม	2	100.00	1	50.00
รวม	2	100.00	2	100.00
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด⁽¹⁾				
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	2	50.00	0	0.00
มีการออกร้านจำหน่ายของหน่วยงานต่างๆตามเทศกาล	2	50.00	1	33.33
มีการบอกต่อปากต่อปาก	0	0.00	2	66.67
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ประสานงานกับหน่วยอื่น	0	0.00	0	0.00
รวม	4	100.00	3	100.00
การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา				
มีการปรับเปลี่ยน	1	50.00	2	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน	1	50.00	0	0.00
รวม	2	100.00	2	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการปรับเปลี่ยน				
มีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพ	0	0.00	1	25.00
มีการเปลี่ยนวัตถุดิบที่คุณภาพลดลง เพื่อลดต้นทุน	0	0.00	0	0.00
มีการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรูปแบบ ขนาดรูปทรง เพิ่มรสชาติ บางส่วน	1	50.00	1	25.00
มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหม่	1	50.00	1	25.00
มีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์	0	0.00	0	0.00
มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	0	0.00	1	25.00
รวม	2	100.00	4	100.00
ไม่มีการปรับเปลี่ยน				
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะรูปแบบเดิมยังได้รับความนิยม	1	100.00	0	0
รวม	1	100.00	0	0.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(4) กระบวนการผู้บริโภค (Customer)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี ทราบกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (ร้อยละ 100.00) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกต่างประเทศ (ร้อยละ 45.45) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่น คนในเมืองใหญ่และกทม. และนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 18.18 เท่ากัน) ตามลำดับ เป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่น และคนในเมืองใหญ่และกทม. (ร้อยละ 33.33 เท่ากัน) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 16.67 เท่ากัน) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 100.00) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างจังหวัดและต่างประเทศ(ร้อยละ 30.77 เท่ากัน) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและชายเท่าๆกัน (ร้อยละ 100.00) ลูกค้าประจำส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน (ร้อยละ 71.43)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนา ทราบกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (ร้อยละ 84.62) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในเมืองใหญ่และกทม. และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 35.71 เท่ากัน) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 14.29 เท่ากัน) ตามลำดับ เป้าหมายรองของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 35.71) รองลงมา คือ คนในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 28.57) และคนในเมืองใหญ่และกทม. และบุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง (ร้อยละ 14.29 เท่ากัน) ตามลำดับ กลุ่มธุรกิจมีลูกค้าประจำของกลุ่ม (ร้อยละ 84.62) กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น (ร้อยละ 31.25) ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและชายเท่าๆกัน (ร้อยละ 46.15) ลูกค้าประจำส่วนมากอยู่ในวัยทำงานและมีทุกวัย (ร้อยละ 46.15 เท่ากัน) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 25

ตารางภาคผนวกที่ 25 ข้อมูลผู้บริโภคของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเป้าหมายลูกค้า				
ไม่ทราบ	0	0.00	2	15.38
ทราบ	7	100.00	11	84.62
รวม	7	100.00	13	100.00
กลุ่มเป้าหมายหลัก⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	2	18.18	2	14.29
คนในเมืองใหญ่และกทม.	2	18.18	5	35.71
นักท่องเที่ยว	2	18.18	2	14.29
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	5	45.45	0	0.00
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	0	0.00	5	35.71
รวม	11	100.00	14	100.00
กลุ่มเป้าหมายรอง⁽¹⁾				
คนในชุมชนท้องถิ่น	2	33.33	4	28.57
คนในเมืองใหญ่และกทม.	2	33.33	2	14.29
นักท่องเที่ยว	1	16.67	5	35.71
ผู้ส่งออกต่างประเทศ	0	0.00	1	7.14
บุคคลทั่วไป ไม่เจาะจง	1	16.67	2	14.29
รวม	6	100.00	14	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 25 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าประจำของกลุ่ม				
มี	7	100.00	11	84.62
ไม่มี	0	0.00	2	15.38
รวม	7	100.00	13	100.00
กลุ่มลูกค้าประจำที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน				
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในชุมชนท้องถิ่น	1	7.69	5	31.25
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างอำเภอ ในจังหวัดเดียวกัน	1	7.69	3	18.75
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างจังหวัด	4	30.77	4	25.00
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ	3	23.08	3	18.75
ลูกค้าประจำของกลุ่มเป็นลูกค้าต่างประเทศ	4	30.77	1	6.25
รวม	13	100.00	16	100.00
เพศของลูกค้าโดยส่วนใหญ่				
ส่วนใหญ่เป็นหญิง	0	0.00	4	30.77
ส่วนใหญ่เป็นชาย	0	0.00	3	23.08
ทั้งหญิงและชายเท่าๆ กัน	7	100.00	6	46.15
รวม	7	100.00	13	100.00
วัยของลูกค้าประจำ				
วัยรุ่น	0	0.00	1	7.69
วัยทำงาน	5	71.43	6	46.15
ผู้สูงอายุ	0	0.00	0	0.00
ทุกวัย	2	28.57	6	46.15
รวม	7	100.00	13	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

หมายเหตุ ⁽¹⁾ ตอบได้หลายข้อ

(5) ข้อมูลการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับดี ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 42.86) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 85.71) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มหาได้อย่างสบาย (ร้อยละ 57.14) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 71.43)

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่มีศักยภาพในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา

กลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่งที่ควรได้รับการพัฒนา ใช้วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน สัดส่วนการใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้มากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 53.85) ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนที่ใช้เป็นวัตถุดิบของกลุ่มส่วนใหญ่มีใช้อย่างเพียงพอ (ร้อยละ 69.23) ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่กลุ่มพอหาได้ (ร้อยละ 46.15) และกลุ่มได้มีการบริหารจัดการ/อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น เพื่อให้สามารถมีใช้ตลอดไป (ร้อยละ 53.85) แสดงดังตารางภาคผนวกที่ 26

ตารางภาคผนวกที่ 26 การจัดการและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจของกลุ่มธุรกิจของใช้ตกแต่ง

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้เป็นทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ไม่ใช้	1	14.29	3	23.08
ใช้น้อยกว่า 25%	2	28.57	0	0.00
ใช้ 25-50%	0	0.00	0	0.00
ใช้ 51-75%	1	14.29	3	23.08
ใช้มากกว่า 75%	3	42.86	7	53.85
รวม	7	100.00	13	100.00

ตารางภาคผนวกที่ 26 (ต่อ)

รายการ	ธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดี		ธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความเพียงพอของทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน				
ใกล้ที่จะขาดแคลน	0	0.00	1	7.69
มีใช้อย่างเพียงพอ	6	85.71	9	69.23
มีอยู่เหลือเฟือ	0	0.00	3	23.08
ขึ้นอยู่กับฤดูกาล	1	14.29	0	0.00
รวม	7	100.00	13	100.00
ความสามารถในการหาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกชุมชน				
ไม่สามารถหาได้	0	0.00	1	7.69
หาได้ค่อนข้างยาก	0	0.00	1	7.69
พอหาได้	3	42.86	6	46.15
หาได้อย่างสบาย	4	57.14	5	38.46
รวม	7	100.00	13	100.00
การบริหารจัดการ/อนุรักษ์ ทรัพยากร				
ไม่มี	2	28.57	6	46.15
มี	5	71.43	7	53.85
รวม	7	100.00	13	100.00

ที่มา : จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ฉ.

ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆในภาพรวมของกลุ่มธุรกิจชุมชน พบว่า หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านการจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 56.25) ด้านการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.83) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 52.08) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.17) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.17) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 56.25) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.83) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50)

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านการจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 38.89) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 55.56) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 64.81) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 48.15) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 53.70) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 35.19) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 46.30) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 48.15)

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านการจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 62.50) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 62.50) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 75.00)

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านการจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรใน

ท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 83.33) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมากและน้อยที่สุดเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับน้อย (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 83.33) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 83.33) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 83.33) แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 27 ความคิดเห็นเรื่องศักยภาพด้านต่างๆในภาพรวมของกลุ่มธุรกิจชุมชน ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงศึกษาธิการ						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	3 (6.25)	9 (18.75)	27 (56.25)	9 (18.75)	0 (0.00)	48 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	2 (4.17)	6 (12.50)	22 (45.83)	15 (31.25)	3 (6.25)	48 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	1 (2.08)	21 (43.75)	24 (50.00)	2 (4.17)	48 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	12 (25.00)	25 (52.08)	11 (22.92)	0 (0.00)	48 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	3 (6.25)	26 (54.17)	17 (35.42)	2 (4.17)	48 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	4 (8.33)	26 (54.17)	18 (37.50)	0 (0.00)	48 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1 (2.08)	6 (12.50)	27 (56.25)	14 (29.17)	0 (0.00)	48 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	2 (4.17)	6 (12.50)	22 (45.83)	15 (31.25)	3 (6.25)	48 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	8 (16.67)	30 (62.50)	10 (20.83)	0 (0.00)	48 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 27 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงมหาดไทย						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (1.85)	6 (11.11)	27 (50.00)	15 (27.78)	5 (9.26)	54 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	2 (3.70)	7 (12.96)	21 (38.89)	19 (35.19)	5 (9.26)	54 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (1.85)	2 (3.70)	14 (25.93)	30 (55.56)	7 (12.96)	54 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	2 (3.70)	4 (7.41)	35 (64.81)	11 (20.37)	2 (3.70)	54 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (1.85)	26 (48.15)	22 (40.74)	5 (9.26)	54 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	3 (5.56)	18 (33.33)	29 (53.70)	4 (7.41)	54 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	8 (14.81)	19 (35.19)	19 (35.19)	8 (14.81)	54 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	5 (9.26)	25 (46.30)	18 (33.33)	6 (11.11)	54 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	3 (5.56)	10 (18.52)	26 (48.15)	10 (18.52)	5 (9.26)	54 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (12.50)	0 (0.00)	5 (62.50)	2 (25.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	4 (50.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	3 (37.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (12.50)	5 (62.50)	2 (25.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	5 (62.50)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	4 (50.00)	0 (0.00)	8 (100.00)



ตารางภาคผนวกที่ 27 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	3 (37.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	5 (62.50)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (75.00)	2 (25.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
กระทรวงอุตสาหกรรม						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (16.67)	0 (0.00)	3 (50.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (16.67)	3 (50.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (83.33)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	2 33.33	1 (16.67)	1 (16.67)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	3 (50.00)	2 (33.33)	1 16.67	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (83.33)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (16.67)	5 (83.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 27 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (66.67)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (16.67)	3 (50.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	1 (16.67)	1 (16.67)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	2 (33.33)	1 (16.67)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	1 (16.67)	5 (83.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

การศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องศักยภาพด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในกลุ่มธุรกิจชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น

ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ

จากการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องศักยภาพด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ พบว่า หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 44.44) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 40.74) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 40.74) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง และน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 37.04) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 40.74) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 44.44) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 44.44) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 48.15) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 44.44)

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 32.14) และ 35.71 ตามลำดับ) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 32.14) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 32.14) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการ

ผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 57.14) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.29) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 57.14) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 57.14) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.57) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.57)

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 37.50) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 62.50) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 0.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00)

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 60.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 100.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 100.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 80.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 28 ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงศึกษาธิการ						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (3.70)	7 (25.93)	12 (44.44)	6 (22.22)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (3.70)	5 (18.52)	11 (40.74)	8 (29.63)	2 (7.41)	27 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	5 (18.52)	11 (40.74)	10 (37.04)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (3.70)	10 (37.04)	10 (37.04)	6 (22.22)	0 (0.00)	27 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	7 (25.93)	8 (29.63)	11 (40.74)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	4 (14.81)	10 (37.04)	12 (44.44)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	4 (14.81)	10 (37.04)	12 (44.44)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	8 (29.63)	13 (48.15)	4 (14.81)	2 (7.41)	27 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (3.70)	10 (37.04)	12 (44.44)	2 (7.41)	2 (7.41)	27 (100.00)
กระทรวงมหาดไทย						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (3.57)	4 (14.29)	10 (35.71)	9 (32.14)	4 (14.29)	28 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (3.57)	7 (25.00)	9 (32.14)	9 (32.14)	2 (7.14)	28 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (3.57)	3 (10.71)	8 (28.57)	9 (32.14)	7 (25.00)	28 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	3 (10.71)	6 (21.43)	16 (57.14)	3 (10.71)	0 (0.00)	28 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	2 (7.14)	4 (14.29)	11 (39.29)	9 (32.14)	2 (7.14)	28 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 28 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	1 (3.57)	3 (10.71)	6 (21.43)	16 (57.14)	2 (7.14)	28 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1 (3.57)	3 (10.71)	6 (21.43)	16 (57.14)	2 (7.14)	28 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 0.00	4 (14.29)	15 (53.57)	7 (25.00)	2 (7.14)	28 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (3.57)	5 (17.86)	15 (53.57)	5 (17.86)	2 (7.14)	28 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (12.50)	1 (12.50)	4 (50.00)	1 (12.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (12.50)	1 (12.50)	3 (37.50)	3 (37.50)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (12.50)	0 (0.00)	4 (50.00)	2 (25.00)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (12.50)	5 (62.50)	2 (25.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	5 62.50	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	4 (50.00)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	4 (50.00)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	3 (37.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	2 (25.00)	4 (50.00)	2 (25.00)	0 0.00	8 (100.00)
กระทรวงอุตสาหกรรม						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 28 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	2 (33.33)	1 (16.67)	6 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (16.67)	0 (0.00)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	3 (60.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	3 (60.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (100.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (100.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (80.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	2 (40.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ

จากการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ พบว่า กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.04) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 40.74) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 44.44) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.85) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 40.74) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.85) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 55.56) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 44.44) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.85)

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมาก (ร้อยละ 48.15) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 51.85) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 44.44) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 37.04 และ 33.33 ตามลำดับ) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 40.74 และ 37.04 ตามลำดับ) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 48.15) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 55.56) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 59.26)

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 83.33) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 83.33) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับมาก (ร้อยละ 50.00)

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก

และปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนา มาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทาง การตลาด ระดับปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) และด้านความสามารถด้านการแก้ไข ปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ประเภทแปรรูปผ้าทอด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 40.00) ด้านบริหาร จัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 80.00) ด้านการรักษาและพัฒนา มาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 80.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 80.00) และด้าน ความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับน้อย (ร้อยละ 60.00) แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 29 ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ ประเภทแปรรูปผ้าทอ

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงศึกษาธิการ						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	3 (11.11)	6 (22.22)	10 (37.04)	7 (25.93)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบ ที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	2 (7.41)	4 (14.81)	11 (40.74)	7 (25.93)	3 (11.11)	27 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (3.70)	6 (22.22)	12 (44.44)	7 (25.93)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (3.70)	9 (33.33)	14 (51.85)	3 (11.11)	0 (0.00)	27 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (3.70)	3 (11.11)	11 (40.74)	11 (40.74)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนา มาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	5 (18.52)	14 (51.85)	7 (25.93)	1 (3.70)	27 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 29 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านการบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม	1 (3.70)	3 (11.11)	15 (55.56)	7 (25.93)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่ม ช่องทางการตลาด	0 (0.00)	4 (14.81)	12 (44.44)	7 (25.93)	4 (14.81)	27 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไข ปัญหา	0 (0.00)	8 (29.63)	14 (51.85)	3 (11.11)	2 (7.41)	27 (100.00)
กระทรวงมหาดไทย						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (3.70)	3 (11.11)	13 (48.15)	8 (29.63)	2 (7.41)	27 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (3.70)	1 (3.70)	14 (51.85)	10 (37.04)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (3.70)	2 (7.41)	12 (44.44)	8 (29.63)	4 (14.81)	27 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (3.70)	4 (14.81)	18 (66.67)	4 (14.81)	0 (0.00)	27 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (3.70)	2 (7.41)	9 (33.33)	10 (37.04)	5 (18.52)	27 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐาน สินค้า	0 (0.00)	3 (11.11)	10 (37.04)	11 (40.74)	3 (11.11)	27 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม	1 (3.70)	2 (7.41)	6 (22.22)	13 (48.15)	5 (18.52)	27 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่ม ช่องทางการตลาด	0 (0.00)	3 (11.11)	15 (55.56)	8 (29.63)	1 (3.70)	27 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไข ปัญหา	1 (3.70)	3 (11.11)	16 (59.26)	5 (18.52)	2 (7.41)	27 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (16.67)	1 (16.67)	2 (33.33)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (16.67)	1 (16.67)	2 (33.33)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (16.67)	0 (0.00)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 29 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (16.67)	5 (83.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (16.67)	5 (83.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (66.67)	1 (16.67)	1 (16.67)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	2 (33.33)	1 (16.67)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
กระทรวงอุตสาหกรรม						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (66.67)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (66.67)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (16.67)	3 (50.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1 (16.67)	1 (16.67)	2 (33.33)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	1 (16.67)	2 (33.33)	2 (33.33)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (16.67)	1 (16.67)	4 (66.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 29 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (20.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	2 (40.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (80.00)	1 20.00	5 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (80.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (80.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

จากการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร พบว่า กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.83) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 37.50) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.17) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด

การตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.83)

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.13) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 46.88) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 68.75) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 43.75) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 37.50 และ 40.63 ตามลำดับ) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 46.88) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 71.88)

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมาก (ร้อยละ 40.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 40.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 60.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับมากที่สุดและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 60.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 60.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 60.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับมาก (ร้อยละ 40.00)

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 80.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 40.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 60.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 80.00)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตรด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 75.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือ

แรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 75.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 100.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 75.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 75.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 30 ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงศึกษาธิการ						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	2 (8.33)	4 (16.67)	10 (41.67)	6 (25.00)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (4.17)	5 (20.83)	5 (20.83)	10 (41.67)	3 (12.50)	24 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	3 (12.50)	11 (45.83)	9 (37.50)	1 (4.17)	24 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	3 (12.50)	15 (62.50)	6 (25.00)	0 (0.00)	24 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (4.17)	3 (12.50)	9 (37.50)	9 (37.50)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	5 (20.83)	12 (50.00)	6 (25.00)	1 (4.17)	24 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	2 (8.33)	2 (8.33)	13 (54.17)	6 (25.00)	1 (4.17)	24 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	5 (20.83)	10 (41.67)	7 (29.17)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	3 (12.50)	6 (25.00)	11 (45.83)	3 (12.50)	1 (4.17)	24 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 30 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงมหาดไทย						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (3.13)	2 (6.25)	17 (53.13)	12 (37.50)	0 (0.00)	32 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	2 (6.25)	4 (12.50)	9 (28.13)	16 (50.00)	1 (3.13)	32 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (3.13)	1 (3.13)	15 (46.88)	12 (37.50)	3 (9.38)	32 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (3.13)	2 (6.25)	22 (68.75)	4 (12.50)	3 (9.38)	32 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (3.13)	0 (0.00)	14 (43.75)	10 (31.25)	7 (21.88)	32 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	2 (6.25)	13 (40.63)	12 (37.50)	5 (15.63)	32 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	2 (6.25)	3 (9.38)	15 (46.88)	11 (34.38)	1 (3.13)	32 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	4 (12.50)	16 (50.00)	10 (31.25)	2 (6.25)	32 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (3.13)	1 (3.13)	23 (71.88)	5 (15.63)	2 (6.25)	32 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (20.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	5 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (20.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	5 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	5 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	5 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (20.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	5 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	5 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 30 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	5 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	5 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	1 (20.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	5 (100.00)
กระทรวงอุตสาหกรรม						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (40.00)	2 (40.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (80.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	2 (40.00)	2 (40.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	1 (20.00)	3 (60.00)	1 (20.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (100.00)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (75.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	2 (50.00)	1 (25.00)	4 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	3 (75.00)	0 (0.00)	4 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 30 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (25.00)	2 (50.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	3 (75.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	1 (25.00)	1 (25.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (75.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	1 (25.00)	2 (50.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	4 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง

จากการศึกษาความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง พบว่า กระทรวงศึกษาธิการมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลางและน้อยใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 29.17 และ 25.00 ตามลำดับ) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลางและน้อยใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 33.33 และ 29.17 ตามลำดับ) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 29.17 และ 33.33 ตามลำดับ) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.50) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 41.67) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก ปานกลางและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 29.17) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.67)

กระทรวงมหาดไทยมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 46.15) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมากและปานกลางใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 30.77 และ 34.62 ตามลำดับ) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 42.31) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต

ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง (ร้อยละ 42.31) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.85) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 65.38)

กระทรวงพาณิชย์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 62.50) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 37.50) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก (ร้อยละ 37.50) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก(ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 75.00)

กระทรวงอุตสาหกรรมมีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมากและปานกลางเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมากและน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน ระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.00) ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านฝีมือแรงงาน ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.67) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า ระดับมาก (ร้อยละ 66.67) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระดับมาก ปานกลาง และน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด ระดับมาก (ร้อยละ 50.00) และด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา ระดับมาก ปานกลาง และน้อยเท่ากัน (ร้อยละ 33.33) แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 31 ความเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อศักยภาพด้านต่างๆของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงศึกษาธิการ						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	3 (12.50)	6 (25.00)	7 (29.17)	5 (20.83)	3 (12.50)	24 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	2 (8.33)	7 (29.17)	5 (20.83)	8 (33.33)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	2 (8.33)	3 (12.50)	8 (33.33)	7 (29.17)	4 (16.67)	24 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	2 (8.33)	4 (16.67)	9 (37.50)	7 (29.17)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (4.17)	3 (12.50)	10 (41.67)	6 (25.00)	4 (16.67)	24 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนา มาตรฐานสินค้า	1 (4.17)	5 (20.83)	6 (25.00)	10 (41.67)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม	2 (8.33)	4 (16.67)	10 (41.67)	6 (25.00)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่ม ช่องทางการตลาด	1 (4.17)	7 (29.17)	7 (29.17)	7 (29.17)	2 (8.33)	24 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไข ปัญหา	1 (4.17)	7 (29.17)	10 (41.67)	5 (20.83)	1 (4.17)	24 (100.00)
กระทรวงมหาดไทย						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	2 (7.69)	1 (3.85)	12 (46.15)	10 (38.46)	1 (3.85)	26 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	4 (15.38)	5 (19.23)	9 (34.62)	8 (30.77)	0 (0.00)	26 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (3.85)	6 (23.08)	11 (42.31)	7 (26.92)	1 (3.85)	26 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 31 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	2 (7.69)	3 (11.54)	13 (50.00)	7 (26.92)	1 (3.85)	26 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (3.85)	3 (11.54)	13 (50.00)	7 (26.92)	2 (7.69)	26 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	4 (15.38)	13 (50.00)	9 (34.62)	0 (0.00)	26 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1 (3.85)	4 (15.38)	11 (42.31)	7 (26.92)	3 (11.54)	26 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	1 (3.85)	0 (0.00)	14 (53.85)	10 (38.46)	1 (3.85)	26 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	1 (3.85)	3 (11.54)	17 (65.38)	4 (15.38)	1 (3.85)	26 (100.00)
กระทรวงพาณิชย์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (12.50)	0 (0.00)	5 (62.50)	1 (12.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	1 (12.50)	0 (0.00)	3 (37.50)	4 (50.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	1 (12.50)	2 (25.00)	5 (62.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (12.50)	1 (12.50)	4 (50.00)	2 (25.00)	0 (0.00)	8 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	1 (12.50)	0 (0.00)	4 (50.00)	2 (25.00)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	2 (25.00)	2 (25.00)	3 (37.50)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1 (12.50)	0 (0.00)	2 (25.00)	3 (37.50)	2 (25.00)	8 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	4 (50.00)	1 (12.50)	8 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	1 (12.50)	6 (75.00)	1 (12.50)	0 (0.00)	8 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 31 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
กระทรวงอุตสาหกรรม						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	1 (16.67)	1 (16.67)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	1 (16.67)	1 (16.67)	2 (33.33)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทางการตลาด	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไขปัญหา	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์						
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับเงินทุน	1 (16.67)	0 (0.00)	3 (50.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านบริหารจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้/ทรัพยากรในท้องถิ่น	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (66.67)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านฝีมือแรงงาน	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.00)	1 (16.67)	4 (66.67)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์/รสชาติ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	3 (50.00)	1 (16.67)	6 (100.00)
- ด้านการรักษาและพัฒนามาตรฐานสินค้า	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	4 (66.67)	0 (0.00)	6 (100.00)

ตารางภาคผนวกที่ 31 (ต่อ)

ศักยภาพ	ความเห็นต่อระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
- ด้านการบริหารจัดการด้าน สิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	2 (33.33)	2 (33.33)	2 33.33	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านการขยายตลาด/การเพิ่มช่องทาง การตลาด	0 (0.00)	1 (16.67)	2 (33.33)	3 (50.00)	0 (0.00)	6 (100.00)
- ด้านความสามารถด้านการแก้ไข ปัญหา	0 (0.00)	2 (33.33)	2 (33.33)	2 (33.33)	0 (0.00)	6 (100.00)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ภาคผนวก ญ.

แนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มธุรกิจชุมชนในความเห็นของหน่วยงานรัฐ

ตารางภาคผนวกที่ 32 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาและแนวทางการดำเนินงาน

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงศึกษาธิการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาตนเอง ไม่สามัคคี 2. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่หลากหลาย 3. ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก สินค้าขายไม่ได้ 4. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด 5. วัตถุประสงค์แคบ หายาก และราคาสูง 6. ผลดีไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มไม่มีเวลาทำ/ตลาดนิยมเป็นช่วงๆ 7. การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 8. ขาดแคลนเงินทุน 9. พ่อค้าคนกลางกดราคา 10. ฝ่าทอ ต้องใช้เวลาในการทำนาน ถ้าราคาถูกลงได้ไม่คุ้มทุน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 2. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 3. จัดสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย 4. หางบสนับสนุนมากกว่านี้ 5. สนับสนุนเรื่องมาตรฐานอย่างจริงจัง ดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 6. ให้สมาชิกจำหน่ายราคากันเอง 7. นำผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นวัตถุดิบให้กลุ่มแปรรูปฝ่าทอ ใช้งเอง 8. สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง 9. สนับสนุนให้กลุ่มผลิตสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการ 10. ส่งเสริมให้มีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

ตารางพัฒนาบทที่ 32 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาตนเอง ไม่สามัคคี 2. ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก สินค้าขายไม่ได้ 3. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด 4. ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางด้านการขาย การตลาด 5. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่หลากหลาย 6. ขาดแคลนเงินทุน 7. นำเงินทุนไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ 8. มีการปรับมาตรฐานที่ยากขึ้น กลุ่มตามไม่ทัน 9. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และราคาสูง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริ่งจิ่งเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 2. จัดสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย 3. นำผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นวัตถุดิบให้กลุ่มแปรรูปผ้าทอ ใช้เอง 4. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 5. ทางสนับสนุนมากกว่านี้ 6. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการขายอย่างจริงจัง 7. สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง 8. สนับสนุนเรื่องมาตรฐานอย่างจริงจัง ดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 9. สนับสนุนให้กลุ่มดำเนินการตามแผนงาน 10. สนับสนุนให้กลุ่มผลิตสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการ 11. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด 2. ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก สินค้าขายไม่ได้ 3. ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางด้านการขาย การตลาด 4. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่หลากหลาย 5. การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง 2. จัดสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย 3. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริ่งจิ่งเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 4. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ 5. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการขายอย่างจริงจัง 6. สนับสนุนให้กลุ่มดำเนินการตามแผนงาน

ตารางพัฒนาบทที่ 32 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด การรวมกลุ่มไม่ดีพอ ไม่มีการพัฒนาตนเอง ไม่สามัคคี วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และราคาสูง ราคาสูง ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก สิ้นค้าขายไม่ได้ คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ เจ้าหน้าที่ของรัฐขาดประสิทธิภาพจริง มีความรู้น้อยกว่าผู้ผลิตขาดแคลนเงินทุน ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางด้านการขาย การตลาด การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ 	<ol style="list-style-type: none"> จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ จัดสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ ให้รู้ควบคุมมาตรฐานให้คงที่ หางบสนับสนุนมากกว่านี้ สนับสนุนเรื่องมาตรฐานอย่างจริงจัง ดูกานกลุ่มที่มีมาตรฐาน สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แบบไม่หลากหลาย ขาดแคลนเงินทุน ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ที่จะสืบทอด วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และราคาสูง ผู้ผลิตไม่มีทักษะทางด้านการขาย การตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ฯลฯ จัดสถานที่แสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ และจำหน่าย หางบสนับสนุนมากกว่านี้ สร้างระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นอย่างจริงจัง สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง สนับสนุนให้กลุ่มดำเนินการตามแผนงาน

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางภาคผนวกที่ 33 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
<p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีที่จะพัฒนา ประยุกต์ใช้หลากหลาย 2. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ขาดการประชาสัมพันธ์ 3. แผลงผลิตคับแคบ 4. วัตถุดิบราคาสูง ขาดแคลน หายาก ต้นทุนสูง 5. กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 6. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ 7. พ่อค้าคนกลางกดราคา 8. มีการลอกเลียนแบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายกลุ่ม 2. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน พาศึกษาดูงาน 3. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่ 4. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ 5. กระจายแหล่งผลิต เช่นรับไปทำที่บ้าน 6. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ จากประสบการณ์จริงมาแนะนำ 7. ทางสนับสนุนมากกว่านี้ 8. ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ 9. เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายๆ กลุ่ม 10. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง 	

ตารางภาคผนวกที่ 33 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> ขาดแคลนเงินทุน ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์ ขาดความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีที่จะพัฒนา ประยุกต์ใช้ หลากหลาย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ กลุ่มไม่มีการพัฒนาตัวเอง ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ แหล่งผลิตคับแคบ มีการลอกเลียนแบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ ขาดแคลนเงินทุน 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง ทางสนับสนุนมากกว่านี้ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายๆ กลุ่ม หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน พาศึกษาดูงาน ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> ขาดความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีที่จะพัฒนา ประยุกต์ใช้ หลากหลาย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ มีการผลิตไม่ต่อเนื่อง มีการลอกเลียนแบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายๆกลุ่ม สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน พาศึกษาดูงาน จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่ กระจายแหล่งผลิต เช่นรับไปทำที่บ้าน ส่งเสริมการค้าขายทอคลุมิปัญญาสู่ศูนย์อย่างจริงจัง ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ

ตารางภาคผนวกที่ 33 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีความรู้จริง มีความรู้น้อยกว่ากลุ่ม กลุ่มฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด มีการลอกเลียนแบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นเอกลักษณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายๆกลุ่ม สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนามีมือแรงงาน พกศึกษาดูงาน หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ จากประสบการณ์จริง มาแนะนำ จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญารุ่นสู่รุ่นอย่างจริงจัง
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์ ขาดความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีที่จะพัฒนา ประยุกต์ใช้หลากหลาย ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ขาดการประชาสัมพันธ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ สถานที่ผลิตคับแคบ ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ทำตามคนอื่นทำ ไม่หลากหลาย ขาดความรู้เรื่องโภชนาการ 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริ่งจิ่งเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง ทางสนับสนุนมากกว่านี้ เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดหลายๆกลุ่ม สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนามีมือแรงงาน พกศึกษาดูงาน จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี สร้างแนวคิดใหม่ หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางภาคผนวกที่ 34 ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหากลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
<p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์ 2. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และมีราคาสูง 3. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 4. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 5. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ตัวใครตัวมัน 6. แร่งงานน้อย ผลิตตามคำสั่งซื้อไม่ทัน 7. ขาดแคลนเงินทุน 8. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีมาตรฐานรองรับ 9. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตนเอง ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ 10. ขาดการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรมเพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ของกลุ่ม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน 2. สนับสนุน ส่งเสริมการรักษาวัตถุดิบภายในชุมชน 3. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 5. พาศึกษาดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 6. หางบสนับสนุนให้มากกว่านี้ 7. ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นอย่างจริงจัง 8. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ 9. สร้างเครือข่าย ศึกษาตลาด ประชาสัมพันธ์ 10. สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 11. ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรม 	

ตารางภาคผนวกที่ 34 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 2. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ตัวใครตัวมัน 3. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตนเอง ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ 4. ขาดแคลนเงินทุน 5. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ และประสบการณ์ 6. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และมีราคาสูง 7. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. ทางสนับสนุนให้มากกว่านี้ 3. สนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 4. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่าง ๆ ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 5. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน 6. สนับสนุน ส่งเสริมการรักษาวัตถุดิบภายในชุมชน 7. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน 9. สนับสนุน ส่งเสริมการรักษาวัตถุดิบภายในชุมชน 10. พาศึกษาดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 11. ส่งเสริมการค้าขายทอผ้าภูมิปัญญาสู่รู้อย่างจริงจัง
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัตถุดิบขาดแคลน หายาก และมีราคาสูง 2. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 3. พาศึกษาดูงานกลุ่มที่มีมาตรฐาน 4. สร้างเครือข่าย ศึกษาดูงาน ประชาสัมพันธ์ 5. สนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 6. ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้ศิลปะ วัฒนธรรม

ตารางภาคผนวกที่ 34 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัตถุประสงค์คลุมเครือ และมีความสูง 2. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ตัวใครตัวมัน 3. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 4. เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีประสบการณ์จริง มีความรู้ต่ำกว่ากลุ่ม 5. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 6. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มไม่มีความรู้พัฒนาตนเอง ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ 2. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. สร้างเครือข่าย ศึกษาดูงาน ประชาสัมพันธ์ 4. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง 5. สนับสนุนให้ความรู้เรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงาน 6. ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่อย่างจริงจัง 7. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เกิดการลอกเลียนแบบ และละเมิดลิขสิทธิ์ 2. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ตัวใครตัวมัน 4. ขาดแคลนเงินทุน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. หาแหล่งจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ ขยายไปยังตลาดต่างประเทศ 3. สร้างเครือข่าย ศึกษาดูงาน ประชาสัมพันธ์ 4. ทางสนับสนุนให้มากกว่านี้

ที่มา: จากกรณีศึกษา

ตารางภาคผนวกที่ 35 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่ง ภายใต้การดูแลของหน่วยงาน

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงศึกษาธิการ <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ไม่มีความรู้ 2. การดำเนินการไม่ต่อเนื่องกลุ่มจึงไม่มีความใส่ใจอย่างจริงจัง 3. ขาดการประชาสัมพันธ์ 4. ขาดแคลนเงินทุน 5. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ 6. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 7. ขาดความรู้เรื่องโภชนาการ 8. คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน 9. วัตถุประสงค์หายาก ขาดแคลน มีราคาสูง 10. กลุ่มผู้ผลิตมักเกินไป สินค้าล้นตลาด 11. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตัวเอง ไม่มีความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ 12. วัตถุประสงค์หายาก ขาดแคลน มีราคาสูง 13. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 14. กลุ่มไม่กล้าลงทุน ไม่กล้าผลิตสินค้าใหม่ ๆ 15. ขาดวัตถุประสงค์ที่ทันสมัยในการผลิต 		<ol style="list-style-type: none"> 1. หางบสนับสนุนมากกว่านี้ 2. หาตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 3. สนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจังเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม 4. กระจายงานให้ไปที่บ้าน 5. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6. ให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงินทุน 7. ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ 8. เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ 9. นโยบายควรต่อเนื่องและจริงจัง มีการติดตามประเมินผล 10. ดำเนินการขอมาตราฐานรองรับ 11. ส่งเสริมให้ผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อลดต้นทุน 12. ต้องให้ความรู้เรื่องธุรกิจสร้างสรรค์ (CE) เพื่อผลิตสิ่งใหม่ ๆ

ตารางภาคผนวกที่ 35 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ไม่มีความรู้ 2. สถานที่ผลิตคับแคบ ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม 3. ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 4. คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน 5. วัตถุดิบหายาก ขาดแคลน มีราคาสูง 6. กลุ่มผู้ผลิตมากเกินไป สิ้นค้าล้นตลาด 7. ขาดการประชาสัมพันธ์ 8. กลุ่มไม่มีการพัฒนาตัวเอง ไม่มีความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ 9. ขาดความรู้เรื่องโภชนาการ 10. ขาดวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิต 11. ขาดแคลนเงินทุน 12. ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ 13. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หาดตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 2. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ 4. หาดตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 5. สมาชิกกลุ่มควรให้ความใส่ใจ รับผิดชอบร่วมกัน 6. ส่งเสริมให้ผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อลดต้นทุน 7. หางบสนับสนุนมากกว่านี้ 8. ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ 9. กระตุ้นให้เกิดสมาชิก ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มาเรียนรู้ และสืบทอด 10. กระจายงานให้ไปทำที่บ้าน 11. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง 12. นโยบายควรต่อเนื่องและจริงจัง มีการติดตามประเมินผล
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความรู้เรื่องโภชนาการ 2. คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน 3. กลุ่มผู้ผลิตมากเกินไป สิ้นค้าล้นตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ 2. จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. ดำเนินการขอมาตรฐานรองรับ

ตารางภาคผนวกที่ 35 (ต่อ)

หน่วยงาน	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> ขาดความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ทำตามคนอื่นทำ ไม่หลากหลาย คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ไม่มีความรู้ วัตถุดิบหายาก ขาดแคลน มีราคาสูง กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายตลาด ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ประสบการณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หาตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการจำหน่ายอย่างจริงจัง ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาอย่างจริงจัง
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> สถานที่ผลิตคับแคบ ไม่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ทำตามคนอื่นทำ ไม่หลากหลาย ขาดความรู้เรื่องโภชนาการ คุณภาพบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีตลาด ตลาดแคบ หายาก ไม่มีความรู้ ขาดการประชาสัมพันธ์ 	<ol style="list-style-type: none"> จัดอบรมให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักโภชนาการ เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญจาก ประสบการณ์จริงมาแนะนำ หาตลาดรองรับ ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

การศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงดังตาราง

ตารางภาคผนวกที่ 36 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอ

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงศึกษาธิการ ^๕	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด 4. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญชี 6. ให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ให้มาก 7. สนับสนุนเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 9. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่างตรงไปตรงมา 10. สนับสนุนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 11. เน้นการส่งเสริมที่เอาไปใช้ได้จริง 12. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 4. เน้นการส่งเสริมที่เอาไปใช้ได้จริง 5. สนับสนุนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 6. สนับสนุนเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7. พัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปให้มีความหลากหลายมากขึ้น 8. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 9. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญชี 10. ให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ให้มาก 11. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้

ตารางภาคผนวกที่ 36 (ต่อ)

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด 3. ให้ความสำคัญกับวัสดุอุปกรณ์ให้มาก 4. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 5. พัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูปให้มีความหลากหลายมากขึ้น
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด 4. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 5. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 6. สนับสนุนเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 2. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุมัณฑ 3. สนับสนุนเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่างตรงไปตรงมา 5. เน้นการส่งเสริมที่เอาไปใช้ได้จริง 6. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด 7. มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางภาคผนวกที่ 37 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ประเภทแปรรูปผ้าทอ

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงศึกษาธิการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 4. ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 5. ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต 6. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 8. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 9. ให้ความสำคัญกับความเป็นมาของผลิตภัณฑ์
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 2. ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 4. ให้ความสำคัญกับความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ 5. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 6. ให้ความสำคัญกับราคาวัตถุดิบ 7. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 2. ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 3. สนับสนุนให้มีการประยุกต์ รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 4. สร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 5. ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 6. สนับสนุนให้มีการประยุกต์ รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 8. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง

ตารางภาคผนวกที่ 37 (ต่อ)

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์	<ol style="list-style-type: none">1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน3. ส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์4. สนับสนุนให้มีการประยุกต์ รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น5. ส่งเสริมเรื่องคุณภาพ มาตรฐาน จนสามารถส่งออกได้

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางภาคผนวกที่ 38 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์อาหาร/ผลผลิตทางการเกษตร

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงศึกษาธิการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง และจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 4. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 6. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 7. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8. กลุ่มควรใส่ใจ มีความรับผิดชอบร่วมกัน 9. ควรมีศูนย์วิเคราะห์มาตรฐานอาหารแต่ละจังหวัด 10. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประสานงานที่ดีกว่านี้ 11. สนับสนุน และส่งเสริมในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 12. ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เล็งเห็นความสำคัญ 13. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริง อย่างตรงไปตรงมา 14. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 15. ควรมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนออกจำหน่าย
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 3. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 4. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกัญช์ 5. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 6. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7. กลุ่มควรใส่ใจ มีความรับผิดชอบร่วมกัน 8. กลุ่มควรใส่ใจเกี่ยวกับสถานที่ผลิตให้มากกว่านี้ 9. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 10. ให้ความสำคัญกับการลงมือทำ มากกว่าการยึดข้อมูลจากเอกสาร 11. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง และจริงจัง

ตารางภาคผนวกที่ 38 (ต่อ)

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 2. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 3. ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง และจริงจัง 5. ส่วนที่ดำเนินการให้มาตรฐาน ควรจะดำเนินการให้โดยเร็ว
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง และจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 4. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 5. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 6. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 3. ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ 4. ส่งเสริม สร้างคุณค่าให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป 5. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ขยายตลาด 6. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเอง 7. เน้นการส่งเสริมที่กลุ่มสามารถนำไปใช้ได้จริง

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ตารางภาคผนวกที่ 39 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่ทางภาครัฐบาลควรดำเนินการ หรือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงศึกษาธิการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 3. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกิจกรรม 4. พาไปศึกษาดูงานต่างจังหวัด 5. สนับสนุนเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง 6. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 7. ให้ความรู้ สนับสนุนเกี่ยวกับการจัดการ และรักษาสิ่งแวดล้อม 8. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มขาดจริงอย่างตรงไปตรงมา 9. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 10. จัดอบรมเกี่ยวกับการตั้ง การสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม
กระทรวงมหาดไทย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ 4. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกิจกรรม 6. จัดอบรมเกี่ยวกับการตั้ง การสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม 7. ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ 8. พาไปศึกษาดูงานต่างจังหวัด 9. สนับสนุนเรื่องการจดลิขสิทธิ์ ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์ 10. ผลิผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับผู้บริโภคทุกกลุ่ม ขยายฐานผู้บริโภค
กระทรวงพาณิชย์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 2. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกิจกรรม 3. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ 4. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 5. อำนวยความสะดวกในการขนย้าย

ตารางภาคผนวกที่ 39 (ต่อ)

หน่วยงาน	ข้อเสนอแนะ
กระทรวงอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรดำเนินการอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและจริงจัง 2. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 3. พาไปศึกษาดูงานต่างจังหวัด 4. ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พึ่งพาตัวเองได้ 5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ 6. ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ 8. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพมากขึ้น 2. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 3. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ 5. หน่วยงานควรสนับสนุนในส่วนที่กลุ่มชาตจริงอย่างตรงไปตรงมา 6. เน้นการส่งเสริมที่กลุ่มสามารถนำไปใช้ได้จริง 7. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ 8. กระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และชุมชน

ที่มา: จากการวิเคราะห์



