

## บทที่ 6

### การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอคอยสะแก

จากข้อมูลด้านพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ในด้านศักยภาพกลุ่มธุรกิจชุมชน ตำบลแม่คือ ตำบลดวงใต้ ตำบลต้นปูละ ตำบลป่าเมียง และตำบลแม่ฮ้อยเงิน อำเภอคอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในบทที่ 6 นี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ ตามหลักเกณฑ์เพิ่มเติมดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

OTOP Product champion

ข้อมูลเหล่านี้ที่เป็นตัวชี้วัดแนวทางในการทำกิจกรรม และการพัฒนาศักยภาพอย่างแท้จริง ตามสภาพปัญหาที่กลุ่มธุรกิจประสบปัญหาอยู่ขณะนี้ โดยผู้วิจัยเลือกใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพปัญหาปัจจุบันภายใน และภายนอก ขององค์กร เพื่อให้ทราบถึงข้อเด่น และข้อด้อย กลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และสิ่งที่เป็นโอกาส ที่จะทำให้เกิดการกระตุ้นให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ หรืออาจเรียกว่า หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และ ภายนอกที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนนั่นเอง ส่วนหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTO Product champion เป็นหลักเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้สำหรับคัดสรรผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ด้านความเป็นไปได้ ทางการตลาดและด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นต้น โดยการพิจารณาการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเข้าคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เป็นการจัดระเบียบการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดี

การวิเคราะห์ได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม 2) ผลิตภัณฑ์โคมไฟรม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโคมบาย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา 3) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา 4) ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน 5) ผลิตภัณฑ์ ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่ 6) ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย และ 7) ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ไผ่ของ หรือหีบ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มร้านใจนาง เป็นต้น โดยมีเนื้อหา และรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

## 1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis

### 1.1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม

#### 1.1.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และด้านยอดขาย เป็นต้น) ในด้านการตลาด เป็นไปได้ด้วยดี เพราะมีสื่อจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรณรงค์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการบริโภคผักและสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณเป็นยาบำรุง และยารักษาโรค

ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล ทางกลุ่มต้องผลิตสินค้า ออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อสินค้าคั้นมาก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำไรการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาวัตถุดิบภายในชุมชนของตนเอง และชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย ลดต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบจากที่อื่น ๆ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแข่งขัน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติ หรือเพื่อนบ้าน ใกล้เคียง แบ่งปัน และช่วยเหลือกัน กำหนดหน้าที่ในแต่ละด้านมีการแบ่งตามความเหมาะสม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไร ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมีค้ำเงินจากลูกค้าที่สั่งสินค้า ก่อนครั้งหนึ่งจึงจะเริ่มการผลิตสินค้า เพื่อเป็นการป้องกันลูกค้ายกเลิกการสั่งสินค้าเป็นที่มาของการขาดทุน

ด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ย่ำแย่ทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

#### 1.1.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) เพราะมีสื่อจากหน่วยงาน

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรณรักษ์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพมาก จึงเป็นผลให้มีการเข้มงวดในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ อีกทั้งลูกค้ายังไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าเท่าที่ควร จึงมีลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามามาก แต่กลับไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2) **ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น)** ทางกลุ่มมีกำลังในการผลิตน้อย หากมีใบสั่งซื้อน้อยจนเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุนได้ เพราะขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยากและลงทุนมากทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่ายเป็นค่าดำเนินการแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

ในช่วงนอกฤดูกาลสมุนไพรบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อมาจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อที่มีฤดูฝนเป็นอีกฤดูหนึ่งที่ทำให้ทางกลุ่มประสบปัญหาในการผลิตค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน เพราะวัตถุดิบเสียหายเนื่องจากถูกความชื้นทำให้ขึ้นราอยู่บ่อยครั้ง ทางกลุ่มขาดเครื่องมือที่ใช้อบวัตถุดิบให้แห้งหรืออบด้วยความร้อนเพื่อไล่ความชื้นนั่นเอง ปัจจุบันทางกลุ่มใช้วิธีการนำสมุนไพรต่าง ๆ ไปตากแดด เพื่อไล่ความชื้นออกก่อน จึงจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

3) **ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น)** ทางกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือข่าย หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง แบ่งปัน ช่วยเหลือกันและกัน ในการบริหารจึงเป็นไปได้ยากเพราะทุกคนทำงานร่วมกัน และอยู่ง่าย ๆ ไม่มีความเข้มงวดแต่อย่างใด และหากมีการปรับเปลี่ยนระบบ และค่านิยมภายในให้มีความเข้มงวดในการทำงานมากขึ้น รวมทั้งการทำให้สมาชิกมาทำงานตามเวลาจริงที่จัดไว้จึงเป็นไปได้ยาก เพราะทุกคนทำงานตามความต้องการของตนเอง ซึ่งไม่เป็นระบบ

4) **ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน และผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น)** ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่มคือ ปัญหาด้านการผลิตทางกลุ่มจำเป็นอาศัยปัจจัยที่เรียกว่า ฤดูกาลค่อนข้างมาก หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อรา และเน่าเสีย หากฤดูฝนสมุนไพรขาดแคลน ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

### 1.1.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร ทำให้สามารถหารายได้จากหลายช่องทาง

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเปลี่ยนไปมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม เพราะเหตุนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมียอดขายได้มากขึ้น อีกทั้งในการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสให้หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนส่งเสริมในการใช้สมุนไพร เพื่อป้องกันและรักษาโรค ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้อย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะทางกลุ่มมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากกลุ่มลงทุนด้านบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานถูกต้องตามหลัก ทางกลุ่มจึงมีผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถผลิตต้นไม้สินค้าเข้ารับการตรวจสอบ ตามเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม จึงจะได้รับเครื่องหมาย ออย. ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีภาชนะบรรจุสนิท รับผิดชอบโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อ เมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อเหมือนอีกในภายหลังเป็นระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังซื้อที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อลดจำนวนคน

ท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้ง ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.1.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจและรายได้ประชากร อัตราภาษี ราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัวทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมัน ไม่คงที่ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูดูแล และค่าบรรจุภัณฑ์ ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้อง กับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโยกถิ่น โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิต จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งเมืองไทยมีตมุน ไพร่มากมายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนาหรือการแปรรูปให้ออกมาใช้ได้จริงมีน้อย อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เพื่อให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้งบลงทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอนการช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น เพราะคู่แข่งยังโฆษณาเกินความเป็นจริง จึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกกว่าจึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อเพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับลูกค้าชอบทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น ตลอดเวลา

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อลดจำนวนคน

ท้องถิ่นที่เข้ามาทำงานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทำให้มีแหล่งเงินกู้มากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือต้องมีเงินฝากกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงทำการกู้เงินได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

## 1.2 ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโมบาย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา

### 1.2.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน จัดจำหน่ายเองในสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านค้า บ่อสร้าง ถนนคนเดินท่าแพ ตลาดกลางเมือง งาน OTOP City หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และในต่างจังหวัด เช่น เมืองทองธานี เป็นต้น ขายส่งให้แก่ลูกค้าที่สั่ง (Order) เพื่อนำไปจำหน่ายต่อตามสถานที่ต่าง ๆ

ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล ทางกลุ่มต้องผลิตสินค้า ออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อสินค้ากันมาก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยีวิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาวัตถุดิบภายในชุมชนของตนเอง และชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย ลดต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบจากที่อื่น ๆ ส่วนใหญ่ได้มาจากการสั่งซื้อจากร้านขายกระดาษสาในหมู่บ้านต้นเปา และพ่อค้าที่นำมาขายบริเวณรอบนอกต่างอำเภอ ถ้าสั่งซื้อจำนวนมากจะได้ราคาที่ถูกลงทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโมบาย วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบจากกระดาษสา เชือก และถุงพลาสติก

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็กการทำงานเป็นไปแบบเรียบง่าย มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวัน รับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน อยู่กันแบบง่าย ๆ การทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมจึงจัดว่าดี

#### 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน)

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิต เพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกใบสั่งสินค้า

ด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่กำลังตกต่ำทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือ ในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

##### 1.2.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุถึงที่ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่าย หลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้าน โฆษณาผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ด้านยอดการสั่งสินค้านั้น ขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาหนึ่งว่าเศรษฐกิจในระบอบเวลานั้นว่าดี หรือไม่ หากเศรษฐกิจดียอดการสั่ง ก็จะดีตาม หากเศรษฐกิจไม่ดียอดก็จะลดลง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนสูงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่มขาด เครื่องมือในการผลิต เครื่องจักรอุปกรณ์ที่สำคัญในกระบวนการผลิตไม่เพียงพอ ทำให้การผลิต ลดต่ำลงทำให้มีรายได้ ไม่เพียงพอจ่าย เป็นค่าดำเนินการแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบมากนัก รวมทั้งการทำให้สมาชิกมาทำงานตามเวลาจริงที่จัดไว้ ซึ่งเป็นไปได้ยาก เพราะทุกคนทำงานยังไม่ เป็นระบบ มีเวลาเข้าทำงานและเลิกงานไม่เป็นเวลา

#### 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน)

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่ม จำเป็นอาศัยปัจจัยที่เรียกว่า ฤดูกาลค่อนข้างมาก หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบ ให้คงอยู่ได้ เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อราในฤดูฝนวัตถุดิบจากไม้ ค่อนข้างหายาก และมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

### 1.2.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นแบบเรียบง่าย ภายในชุมชนมีสาธารณูปโภคครบถ้วนสินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นสภาพสังคม และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทย จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีกระแสมาทลายเข้ามา จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมเหล่านี้เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจและการลงทุนเป็นอย่างมาก
- 4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จึงช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- 5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย
- 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อ เมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อคราวละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลังเป็นระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อคราวละมาก ๆ ตามอำนาจเงินที่มี
- 7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาลนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ โดยการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดีและมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ



#### 1.2.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจรายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายเพิ่มมากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลาทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม แต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิตมุ่งพัฒนาเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมอย่างเดียวนั้น ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) สภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า และไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้ เนื่องจากเวลาว่างน้อยและสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบมากขึ้น และทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้นจะทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้นกว่าแต่ก่อนว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อย หรือไม่อย่างไร ตามสภาพเศรษฐกิจ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงจะก่อนจึง

จะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

### 1.3 ผลกระทบกระเปาะผ้าชาวเขา

#### 1.3.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มยังเป็นสินค้าที่จัดจำหน่ายทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัด ทำให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) มีการจัดซื้อวัตถุดิบตามห้างร้านทั่วไป วัตถุดิบหลัก ๆ เช่น ยางที่เป็นส่วนพื้นรองเท้า สามารถหาซื้อได้ตามร้านขายเครื่องหนังทั่วไป ส่วนวัตถุดิบที่จำเป็นอีกหนึ่งอย่าง คือ ผ้าทอชาวเขา หาซื้อจากชาวเขาโดยตรง ซึ่งมีลักษณะการซื้อ 2 แบบคือ ซื้อผ้าทอใหม่ และซื้อผ้าทอเก่า หรือเรียกอีกอย่างว่า ผ้าทอมือสองนั่นเอง ในด้านของราคานั้นผ้าทอเก่าจะมีราคาถูกกว่าส่วนวัตถุดิบอื่น สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในการทำงานเป็นไปแบบเรียบง่าย การแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวัน และรับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงเริ่มทำผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหน้าที่ทำงานช่วยเหลือกันและกันอยู่กันแบบง่าย ๆ การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมจึงจัดว่าดี

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น ) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น

ด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ย่ำแย่ทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

#### 1.3.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) โดยทางกลุ่มมีช่องทาง

ในการจัดจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าใหม่ และไม่มีการสั่งสินค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่วนลูกเก่าสั่งซื้อสินค้าน้อยลง

2) **ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น)** ในการผลิตของทางกลุ่ม มักมีขยะที่เกิดจาก เศษวัสดุในการผลิตค่อนข้างมาก การกำจัดขยะจากเศษวัสดุเป็นไปด้วยความยากลำบากจึงมักมีปัญหาเกี่ยวกับเทศบาลอยู่บ่อยครั้ง เพราะทางเทศบาลไม่มีนโยบายในการเก็บขยะที่เกิดจากเศษวัสดุในการผลิตเช่น เศษเหล็กก และเศษยางรองพื้นรองเท้า เป็นต้น

3) **ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น)** ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารงานยังไม่เป็นระบบมากนัก ด้านกฎเกณฑ์ของกลุ่ม สมาชิกภายในกลุ่มสามารถรักษาระเบียบได้ค่อนข้างดี การประสานงานเป็นไปอย่างเป็นระบบ

4) **ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น)** การบริหารด้านการเงินไม่ดี มีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างง่าย อีกทั้งในขั้นตอนการผลิต มีการผลิตที่ยู่งยาก

### 1.3.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) **ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น)** ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) **ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น)** สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมนมาก ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวเขาได้เป็นอย่างดี

3) **ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น)** จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสความเข้ามา จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหล่าเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนอย่างมาก

4) **ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น)** เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น

ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดีทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลก ๆ ใหม่ ๆ มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามอำนาจเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.3.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลงอีกทั้งราคาน้ำมัน ไม่คงที่ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโยกถิ่น โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลาทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายแต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควรเนื่องจากเวลาว่างน้อยจึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลายแต่หากปล่อยวางไว้ หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบมากขึ้น ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น ว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อยหรือไม่อย่างไร

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงจะก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น เป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

#### 1.4 ผลกระทบที่เครื่องเงิน ปลายทาง ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน

##### 1.4.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) มีการนำสินค้าส่งไปยังตลาดกลางเมืองงาน OTOF City ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลมหกรรมของตักแตงบ้าน ซึ่งในช่วงเทศกาล หรืองานมหกรรมต่าง ๆ ทางกลุ่มจะแบ่งกลุ่มกันออกร้านไปอยู่ที่ต่าง ๆ ในช่วงว่างเว้นจากช่วงเทศกาล หรืองานมหกรรมต่าง ๆ นั้น ทางกลุ่มจะขายผลิตภัณฑ์แบบขายส่งไปยังร้านต่าง ๆ และขายเองบ้าง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำสั้งการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่เป็นไม้สักทองและยางรัก ซึ่งจัดซื้อจากต่างจังหวัด เช่น สุโขทัย ในราคา 1,000-5,000 ต่อ 1 คันรด และพ่อค้าที่นำมาขายบริเวณรอบนอกต่างอำเภอ เช่น อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในการปฏิบัติงานมีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวันจะรับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง

ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน และอยู่กันแบบง่าย ๆ การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี

#### 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน)

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหาคำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น และด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ย่ำแย่ทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

#### 1.4.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดคุ้มทุน และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลกระทบต่อให้ยอดขายลดน้อยลง ไม่มีการสั่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ ลูกค้าที่มีอยู่ก่อนสั่งซื้อสินค้าลดน้อยลงขาดการส่งเสริมในด้านประชาสัมพันธ์

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มประสบปัญหาขาดแคลนสมาชิกกลุ่ม และขาดแรงงานในการผลิต ช่วงเทศกาลจะมีการผลิตทุกวัน เพราะมีการสั่งสินค้าเข้ามาค่อนข้างมากจนทำไม่ทัน จึงมักส่งงานไม่ทันตามที่กำหนด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และการบริหารยังไม่เป็นระบบมากนัก แต่ในด้านระเบียบจัดไว้ดี การประสานงานเป็นไปอย่างเป็นระบบ

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินยังไม่ดี มีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ อีกทั้งในขั้นตอนการผลิต มีการผลิตที่ยุงยาก

#### 1.3.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมมากได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหล่าเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนอย่างมากตามนโยบายของรัฐ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้เองจัดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากสินค้าเป็นงานหัตถกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์และความสวยงาม จึงได้รับความนิยมค่อนข้างมากระดับการแข่งขันจึงค่อนข้างสูง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่าที่จะสั่งซื้อสินค้าในครั้งละมาก ๆ ส่วนลูกค้าใหม่นั้นเป็นลูกค้าที่ได้มาจากการออกร้านตามเทศกาลต่าง ๆ โดยนั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามอำนาจเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.4.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าลดน้อยลง

อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และราคาวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับรายรับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโงกน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมที่เข้ามามาก สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มนั้น ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่ได้รับ การตอบรับจากกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายมีจำกัด

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน ซึ่งการช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม อีกทั้งยังขาดสิทธิในการตัดสินใจในการช่วยเหลือ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีสามารถช่วยเหลือในเรื่องของการติดต่อได้สะดวก แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ ๆ มีวิธีใช้งานที่ซับซ้อนเป็นการยากที่จะศึกษาวิธีใช้งานในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาว่างน้อยสมาชิกส่วนใหญ่ค่อนข้างสูงอายุจึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากสินค้าเป็นงานหัตถกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์และความสวยงาม จึงมีการทำงานหัตถกรรมชนิดนี้ค่อนข้างมาก และสามารถพบเห็นได้ทั่วไป จึงมีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก จนเกิดการเปรียบเทียบ และการกดราคาราคาสินค้าให้ต่ำลงเกินราคาต้นทุนสินค้า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้นแต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้นว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือไม่อย่างไร

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนเกิดขึ้นมากมาย โดยมีเงื่อนไข เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อน จึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ



## 1.5 ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่

### 1.5.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน โดยมีการวางขายตามร้านค้าในชุมชน อำเภอคอยสะเก็ด และอำเภอใกล้เคียง และมีพ่อค้ามารับไปขายตามสถานที่ต่าง ๆ ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลมกราคมของตงแตงบ้าน ทางกลุ่มต้องผลิตสินค้าออกมาวางจำหน่ายจำนวนมากและมีผู้ซื้อสินค้ากันมากในช่วงเทศกาล รองลงมาได้แก่ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และงานบุญประเพณีต่าง ๆ เมื่อว่างเว้นจากช่วงเทศกาลหรืองานมหกรรมต่างๆ ทางกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังร้านขายส่งต่าง ๆ และนำมาจำหน่ายเองบ้าง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบหลัก ๆ เช่น ไม้ไผ่ และหวาย นั้นสามารถปลูกไว้ใช้เองได้ โดยการปลูกกันเองภายในชุมชน บ้างก็รับซื้อจากแหล่งอื่นๆ ในชุมชนใกล้เคียง และซื้อจากต่างจังหวัดในราคา 30-150 ต่อ 1 คันรถ นำมาคัดเลือกระดับคุณภาพก่อนจะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น สี และอุปกรณ์การช่างอื่น ๆ หากซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป มีรูปแบบทันสมัย ตรงตามความต้องการของตลาด ด้านมาตรฐานการผลิตก็มีการทดสอบความแข็งแรง สวยงาม มีการรับรองคุณภาพจากกรรมการของกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็กในการทำงานเป็นไปแบบเรียบง่าย มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวันจะรับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมจึงจัดว่าดี

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิตเพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกใบสั่งสินค้า

### 1.5.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่ ด้านยอดขายสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาหนึ่งว่าเศรษฐกิจในระบะเวลานั้นว่าดีหรือไม่ หากเศรษฐกิจดี ยอดการสั่งก็จะดีตาม หากเศรษฐกิจไม่ดียอดก็จะลดลง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยีวิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่มขาดเครื่องมือ เครื่องมือ ในการผลิต เครื่องจักรอุปกรณ์ที่สำคัญในกระบวนการผลิตไม่เพียงพอ ทำให้การผลิตลดต่ำลงจึงส่งงานไม่ทันตามที่กำหนด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบมากนัก

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิตที่ทางกลุ่มพบเป็นประจำคือความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพอากาศ หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อราในฤดูฝน วัตถุดิบที่เป็นไม้ค่อนข้างหายาก มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

### 1.5.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นสภาพสังคม และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทย จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) รัฐบาลมีการส่งเสริม และสนับสนุน โครงการต่าง ๆ เพื่อเป็นการพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้น ส่วนนี้เอง จัดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่ อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลกใหม่มากขึ้น ด้านราคานั้น มีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.5.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่าย ค่าจัดส่ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวตลอดเพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม แต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิตที่มุ่งพัฒนาเพียงเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมเพียงเดียวนั้น ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้ เนื่องจากเวลาว่างน้อย และสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก จนเกิดการเปรียบเทียบ และการกดราคาสินค้าให้ต่ำลงเกินราคาต้นทุนสินค้า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้นกว่าแต่ก่อนว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อยหรือไม่ ตามสภาพเศรษฐกิจ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงจะก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

## 1.6 ผลกระทบข้ามของม้วนสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย

### 1.6.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดคุ้มทุน และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน โดยมีการจัดจำหน่ายตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำพุร้อน ที่มีนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ภายในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง ติดตามข่าวสาร เพื่อจัดหาช่อง ในการจัดจำหน่าย ขยายตลาด การจัดบูทขายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เมื่อมีงานเทศกาลต่าง หรืองานมหกรรมต่างๆ ทางกลุ่มจะขายผลิตภัณฑ์แบบขายส่งไปยังร้านต่างๆ และขายเองบ้าง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่หาได้ในแหล่งชุมชนของตนเอง เป็นการกระจายรายได้แก่คนในชุมชน และลดต้นทุนในการจัดซื้อขนส่ง ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ เช่นน้ำตาล จัดซื้อหาตามห้างร้านค้าทั่วไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคม ของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง แบ่งปัน และช่วยเหลือกัน กำหนดหน้าที่ในแต่ละด้านมีการแบ่งตาม ความเหมาะสม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือ ในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงและเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก จัดว่ามีหลายช่องทางการจำหน่าย ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมีค้ำเงินจากลูกค้าที่สั่งสินค้าก่อนครั้งหนึ่งจึงจะเริ่มการผลิต เพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกใบสั่งสินค้า จนทำให้เกิดเป็นเหตุการณ์ขาดทุน

#### 1.6.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) เพราะมีสื่อจากหน่วยงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพมาก จึงเป็นผลให้มีการเข้มงวด ในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ อีกทั้งลูกค้ายังไม่มั่นใจ ในคุณภาพของสินค้าเท่าที่ควรจึงมีลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามา แต่กลับไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่มขาดเครื่องมือ เครื่องมือ ในการผลิต เครื่องจักรอุปกรณ์ที่สำคัญในกระบวนการผลิตไม่เพียงพอ ทำให้การผลิตลดต่ำลงจึงมัก ส่งงานไม่ทันตามที่กำหนด

ในช่วงนอกฤดูกาลสมุนไพรบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้อง จัดซื้อมาจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อ ที่มีฤดูฝนเป็นอีกฤดูหนึ่งที่ทำให้ทางกลุ่มประสบปัญหาในการผลิตค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน เพราะวัตถุดิบเสียหายเนื่องจากถูกความชื้นทำให้ขึ้นราอยู่บ่อยครั้ง ทางกลุ่มขาดเครื่องมือที่ใช้อบ วัตถุดิบให้แห้ง หรืออบด้วยความร้อนเพื่อไล่ความชื้นนั่นเอง ปัจจุบันทางกลุ่มยังใช้วิธีการนำ สมุนไพรต่าง ๆ ไปตากแดด เพื่อไล่ความชื้นออกก่อนจึงจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบมากนัก เพราะการทำงานยังไม่เป็นระบบ

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักๆ ของทางกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิตทางกลุ่ม จำเป็นอาศัยปัจจัยที่เรียกว่าฤดูกาล หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถ เก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะความชื้นเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อรา และเน่าเสีย หากฤดูไหนสมุนไพรมากเกินไปทางกลุ่ม จำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

### 1.6.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโงกถิ่น โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบการดำรงชีวิต เปลี่ยนไปมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม เพราะเหตุนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมียอดขาย ได้มากขึ้น อีกทั้งในการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสให้หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และด้วย นโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมในการใช้สมุนไพร เพื่อป้องกันและรักษาโรค ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้ เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับ การแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะทางกลุ่มจะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากการทางกลุ่มลงทุน ด้านบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานถูกต้องตามหลัก ทางกลุ่มจึงมีผลิตภัณฑ์ ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้สินค้าเข้ารับ

การตรวจสอบ ตามเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม จึงจะได้รับเครื่องหมาย อย. ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่มีภาชนะบรรจุสนิท รับผิดชอบโดย สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา กระทรวงสาธารณสุข

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อ เมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้า หน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อคราวละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลังเป็นระบบ ขายส่งและปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อคราวละมาก ๆ ตามความต้องการ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินกู้ นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่นเพื่อลดจำนวนคน ท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำ ให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.6.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตรา ภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาส ทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิต จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม เมืองไทยมีสมุนไพรมากมายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนา หรือแปรรูปให้ออกมาใช้ได้จริงมีน้อย อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เพื่อให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และ ความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิชาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุ ก่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวนและระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับ การแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบ

ค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น เพราะคู่แข่งยังโฆษณาเกินจริง จึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกลงกว่า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

#### 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น)

ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อเพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับลูกค้าชอบลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา

#### 7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น)

ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทำให้มีแหล่งเงินทุนเกิดขึ้นมากมาย โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิก กลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

### 1.7 ผลิตภัณฑ์ที่กล่องไม่ได้ของ หรือหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านใจนาง

#### 1.7.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี มีการวางขายในร้านค้าแล้วชุมชนอำเภอคอยสะเก็ด อำเภอใกล้เคียงและมีพ่อค้ามารับไปขายตามสถานที่ต่าง ๆ ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะ เป็นช่วงเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลนมกรรมของดกแต่งบ้านทางกลุ่มต้องผลิตสินค้าออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อสินค้ากันมาก ในช่วงเทศกาล

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่ทำได้ในแหล่งชุมชนของตนเอง เป็นการกระจายรายได้แก่คนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นไม้มะม่วงแท้ และไม่อัดบ้างวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากการซื้อจากคนในชุมชน และซื้อจากต่างจังหวัด ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อ ได้ตามร้านค้าทั่วไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติ หรือ



เพื่อนบ้านใกล้เคียง แบ่งปันและช่วยเหลือกัน โดยจะมีการกำหนดหน้าที่ในแต่ละด้านมีการแบ่งตามความเหมาะสม

#### 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน)

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงและเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีระบบขายส่ง และปลีก จัดว่ามีหลายช่องทางการจำหน่ายในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าก่อนครั้งหนึ่งจึงเริ่มการผลิตเพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกใบสั่งซื้อสินค้า จนทำให้เกิดเป็นเหตุการณ์ขาดทุน กำไร

##### 1.7.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดคุ้มทุน และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายลดลงน้อยลงไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ในขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก จะทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่าย เป็นค่าค่านินทางแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และมีการบริหารงานที่ยังไม่เป็นระบบ ทำให้เวลาเข้าทำงาน และเวลาเลิกงานไม่เป็นระบบ และส่งผลเสียต่อระบบการผลิตของทางกลุ่มเป็นอย่างมาก

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินยังไม่ดี มีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ อีกทั้งในขั้นตอนการผลิต มีการผลิตที่ยุ่งยากและปัญหาในเรื่องฤดูกาล หากไม่มีแสงแดด จะเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ลำบาก เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อรา ส่งผลทำให้เนื้อไม้เสียหาย และหายากในช่วงฤดูฝน ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

### 1.7.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก ตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่าย ตามประสาชาวบ้านท้องถิ่นมีสาธารณูปโภคครบครัน และสินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าขอดีนิยมมาก ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวเขาได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสเข้ามามากมาย จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลกใหม่มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังเงินที่มี ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

#### 1.7.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัวทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับที่มีอยู่
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ และการโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งเมืองไทยมีสมุนไพรมากเกินไปให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนา หรือแปรรูปให้ออกมาใช้ได้จริงมีน้อย อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย และมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ทางกลุ่มจำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม
- 4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นมากมาย แต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาดำเนินงานน้อยจึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก
- 5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลายหากปล่อยไว้ หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบมากขึ้น ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป
- 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้นว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อย หรือไม่อย่างไร
- 7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่นเพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น จะต้องเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงทำการกู้ได้

เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมาก โดยส่วนใหญ่กู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

## 2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion ธุรกิจชุมชนตำบลแม่คือ ตำบลลวงใต้ ตำบลสันปูเลย ตำบลป่าเมี่ยง และตำบลแม่ฮ้อยเงิน อำเภอต๋อยสะเท็ด จังหวัดเชียงใหม่

ด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 มีดังนี้

### ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

### ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

### ส่วน ค ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

#### 2.1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรพร้อมดื่ม

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 56 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ซึ่งส่วนที่เห็นได้ชัดคือ ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ในส่วนประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด คะแนนที่ได้ค่อนข้างน้อยมาก แสดงให้เห็นถึงความไม่พร้อมทางศักยภาพด้านการตลาดจัดอยู่ในประเภท เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

#### 2.2 ผลิตภัณฑ์โคมไฟรม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโคมบาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน รัฐประชา

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชา มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 51 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มมีข้อบกพร่องหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ซึ่งส่วนที่เห็นได้ชัดคือ ส่วน ก ด้าน ผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ในส่วนประเด็นที่ 2

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระแสนี้ได้ค่อนข้างน้อยมากแสดงให้เห็นถึง ความไม่พร้อมทางศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกส่วนที่คึกทองเหลลา ได้คะแนนน้อยมาก คือ ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้ตรวจสอบจากการลงพื้นที่ และตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ ส่วน ค ได้คะแนนน้อยเพราะผลิตภัณฑ์ของคึกทองเหลลามีการจัดเก็บเป็นหมวดหมู่ได้ดีแล้ว แต่กระดาศาถูกจัดเก็บในที่ร่มอากาศถ่ายเทได้น้อยทำให้ผลิตภัณฑ์มีราขึ้นเนื่องจากความชื้น และยังมีแมลงกัดแทะผลิตภัณฑ์ จัดอยู่ในประเภท เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

### 2.3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา

การวิเคราะห์ด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 71 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งคะแนนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในส่วน ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วนประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนนี้คุณประไพสามารถทำคะแนนได้เต็มซึ่งในส่วนอื่น ยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ รวมคะแนนแล้วจัดอยู่ในประเภทสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

### 2.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงิน มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 60 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งในกลุ่มของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องเงินยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ คะแนนตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ ในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่มีคะแนนในด้านใดที่ได้มากหรือน้อยพิเศษ จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

### 2.5 ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 74 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว คะแนนตามหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ ของคุณจิระเดช ในส่วน ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์คุณจิระเดชได้คะแนนเต็มทุกข้อ ส่วน ก มีหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ แต่คะแนนในส่วนนี้ค่อนข้างมากถึงจะไม่ได้เต็ม ทั้งหมดก็ตาม ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน นั้นมีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไขแต่ไม่ยากจนเกินไป จึงจัดเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

## 2.6 ผลិតภักข์ขนมทองม้วนสมุนไพโร ของกลุ่มผลิตภักข์แปรรูปสมุนไพโรไทย

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภักข์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภักข์ทองม้วนสมุนไพโร มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 52 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภักข์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ในส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาดประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด ข้อนี้ได้คะแนนน้อยมากต่ำกว่าเกณฑ์ อย่างเห็นได้ชัดจำเป็นต้องทำการแก้ไข ในส่วนอื่น ๆ ค่อนข้างได้คะแนนน้อยเช่นกัน แต่สามารถแก้ไขได้ จึงจัดอยู่ในประเภท เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว และมีการประเมินศักยภาพ เป็นระยะ

## 2.7 ผลิตภักข์ก๋อ่งไม้ไล่ของ หรือหีบ และผลิตภักข์กลุ่มร้านใจนาง

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภักข์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภักข์ร้านใจนาง มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 52 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภักข์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ทั้งในส่วน ก ข และ ค ไม่ว่าจะเป็นส่วนใดก็จัดคะแนนอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างน้อย แต่ไม่มีคะแนนส่วนใดมากหรือน้อยเป็นพิเศษ จึงจัดอยู่ในประเภท เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

## 3. การจัดการความรู้โดยกำหนดจุดยึดที่เน้นหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการมีพื้นฐานในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอยู่แล้ว เนื่องด้วยชีวิตในชนบทมีวิถีเช่นมาตั้งแต่ดั้งเดิม โดยกลุ่มธุรกิจชุมชน ตำบลแม่คือ ตำบลลวงใต้ ตำบลสันปูเลย ตำบลป่าเมียง และตำบลแม่ฮ้อยเงิน อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ จัดว่าเป็นชุมชนเมืองกึ่งชนบท จึงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโลก และวิวัฒนาการด้านต่าง ๆ ส่งผลให้ชุมชนเหล่านี้มีวิถีชีวิตผันแปรไปจากเดิม และห่างไกลจากหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม มีผลจากแนวทางการจัดการความรู้โดยการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกับเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม 7 ประการ (อภิชัย พันธเสน, 2545) ดังตารางที่ 6.1 - 6.7

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร  
พร้อมดื่มกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แปรรูป กลุ่มผลิตภัณฑ์ แปรรูปสมุนไพร พร้อมดื่ม</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการ</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างและคุ้มค่า</li> <li>- เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยเหลือคนท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร คำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้</li> </ul>
<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนจนเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>	

ตารางที่ 6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์โคมไฟร์ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่ม โมบาย ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัฐประชากับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ผลิตภัณฑ์โคมไฟร์ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัดและร่มโอบาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน รัฐประชา</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้</li> <li>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> <li>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้</li> </ul>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และ ไม่ก่อกวนจนเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>



ตารางที่ 6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสาวเขากับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์กระเป๋า ผ้าชาวเขา</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> <li>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสม กับสถานภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- กระจายรายได้ ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป</li> <li>- สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย</li> <li>- มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</li> </ul>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย</li> </ul>

ตารางที่ 6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม  
เครื่องเงินกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ปลาเงิน ปลาทอง กลุ่มผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมเครื่องเงิน</p>	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> <li>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป</li> <li>- สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้หลากหลาย</li> <li>- มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</li> </ul>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>

ตารางที่ 6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ กลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่กับปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรม ไม้ไผ่</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> <li>- มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างคุ้มค่า</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้เห็นท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> <li>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้มีความสำคัญกับลูกค้า</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</li> </ul>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย</li> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>

ตารางที่ 6.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ขนมอบม่วงสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ผลิตภัณฑ์ขน มอบม่วงสมุนไพร ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ แปรรูปสมุนไพรไทย</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างคุ้มค่า</li> <li>- เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้เห็นท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป</li> <li>- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้าสมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร คำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้</li> </ul>
<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย</li> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>	

ตารางที่ 6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม้ไผ่ของ หรือหีบ และผลิตภัณฑ์กลุ่มร้านเจินาง กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์กลุ่มไม้ ไผ่ของ หรือหีบ และผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้านเจินาง</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต</li> <li>- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</li> </ul>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</li> <li>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</li> </ul>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</li> <li>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</li> <li>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</li> </ul>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</li> <li>- กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้หลากหลาย</li> </ul>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</li> <li>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้าและสมาชิก</li> </ul>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</li> </ul>
<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย</li> <li>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้</li> </ul>	