

บทที่ 6

การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอคอยสะเกิด

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพธุรกิจชุมชน ตำบลเชิงคอย ตำบลตลาดขวัญ อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อมูลที่เป็นตัวชี้วัดแนวทางในการทำกิจกรรมในการพัฒนาศักยภาพอย่างแท้จริง โดยเพิ่มเติมข้อมูลในการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion
3. การจัดการความรู้โดยวิธีการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis จัดว่าเป็นหลักเกณฑ์สำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงจุดเด่น และจุดด้อย ที่อยู่ภายใน และภายนอก ของกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อให้ทราบว่าอะไรเป็นสิ่งร่ำ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และอะไรเป็นสิ่งร่ำที่สามารถกระตุ้นให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ หรืออาจเรียกว่าเป็นปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน ส่วนการวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion เป็นหลักเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้สำหรับคัดสรรผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประวัติความเป็นมา ความต่อเนื่องในการผลิต มาตรฐาน คุณภาพ และความพึงพอใจของผู้ซื้อ เป็นต้น พิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เป็นการจัดระเบียบการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดี การเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ 9 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องคั้นถั่วเหลืองผสมงา 2) ผลิตภัณฑ์เครื่องคั้นชนิดผงสำเร็จรูป 3) ขนมกาคะแมกะทิของกลุ่มแปรรูปอาหารบ้านหนองบัวเจ้าพระหลวง 4) ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรลูกประคบ 5) ผลิตภัณฑ์ฟางกัญแจเชือกของ หจก. แสนฮา 6) ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอชาวเขา ของร้านหนึ่งสยามเครื่องหนัง 7) ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ 8) ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม บ้านบ่อหิน 9) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรลูกประคบ ชาสมุนไพรดอกคำฝอยและดอกไม้จันของกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis

1.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มถ้วยเหลืองผสมงา

1.1.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อพ่อค้าและแม่ค้าเนื่องจากหาซื้อวัตถุดิบ และอุปกรณ์จากพ่อค้าแม่ค้าในตลาดมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณาแบบปากต่อปากในหมู่พ่อค้าแม่ค้า ไปสู่ผู้บริโภค ทำให้มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มใช้เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีการควบคุมคุณภาพการผลิตตามระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) เป็นหลักเกณฑ์ วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม เข้มงวดในเรื่องการผลิต โดยที่ขั้นตอนในการผลิตจะไม่ให้บุคคลภายนอกเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับบริเวณสถานที่ผลิต

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) การบริหารจะเป็นไปแบบง่ายๆ ตรงไปตรงมา สมาชิกคนใดมาทำงานก็ได้ค่าตอบแทน เป็นแบบรายวัน วันละ 150 บาท ซึ่งสมาชิกได้ตกลงกติกากการทำงานเป็นที่เข้าใจกันดี ทำให้สมาชิกมาทำงานตรงต่อเวลามาก เมื่อเริ่มกระบวนการผลิตแล้วจะไม่อนุญาตให้บุคคลเข้าไปยุ่งเกี่ยว

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการจำหน่าย ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมีค่างานจากลูกค้าที่สั่งสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิต เพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกการสั่งสินค้า

1.1.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) ขาดการส่งเสริมในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ รูปแบบของฉลากและข้อความยังขาดความน่าสนใจ สีที่ใช้ไม่สอดคล้องกับประเภทผลิตภัณฑ์ ลูกค้าเก่าสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ส่วนลูกค้าใหม่ยังมีน้อยไม่มีการสั่งสินค้าอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต และความชำนาญเครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ในด้านการผลิตทางกลุ่มจำเป็นจะต้องรอใบสั่งซื้อก่อน จึงจะทำการผลิตได้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วต้องมีใบสั่งสินค้าเข้ามามากกว่า 100 ชิ้นขึ้นไปทางกลุ่มจึงจะผลิต เพราะหากใบสั่งสินค้าน้อยเกินไป จะทำต้นทุนในด้านการผลิตสูงขึ้นไม่คุ้มทุน หากมีใบสั่งเข้ามาไม่ถึง 100 ชิ้น ซึ่งเป็นเหตุสุดวิสัยทางกลุ่มจำเป็นต้องผลิตสินค้า เพื่อรักษาลูกค้าที่มาตั้งซื้อสินค้าเป็นประจำเอาไว้ ซึ่งทางกลุ่มต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในส่วนสินค้าที่เหลือ เพื่อให้การผลิตสินค้าเกิน 100 ชิ้น และจะนำส่วนที่เหลือนั้นไปจัดจำหน่ายเอง แต่ส่วนใหญ่จะขาดทุนอยู่บ่อยครั้ง ส่วนกระบวนการผลิตจะไม่ใส่วัตถุดิบเสีย จึงทำให้อายุผลิตภัณฑ์สั้น เป็นเหตุให้มีสินค้าคงคลังมีค่อนข้างมาก

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ประสิทธิภาพ การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล เป็นต้น) การบริหารงานไม่เป็นระบบเท่าที่ควร แต่สมาชิกภายในกลุ่มพยายามรักษาระเบียบกฎเกณฑ์การทำงานเพื่อให้การประสานงานเป็นไปได้ด้วยดี

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินยังไม่เป็นระบบที่สมบูรณ์ มีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างคร่าว ๆ อีกทั้งขั้นตอนการผลิต มีการผลิตที่ยังยาก ทำให้สิ้นเปลืองพลังงานเป็นอย่างมากและจำนวนสินค้าคงคลังมีค่อนข้างมาก จึงไม่มีทุนทรัพย์ที่จะนำมาหมุนเวียนในธุรกิจ จึงต้องหาทางออกด้วยการกู้เงิน เพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในกิจการของกลุ่ม

1.1.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชน หรือกองทุนหมู่บ้านได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ จากนั้นจึงใช้เงินกู้ในการลงทุนกิจการ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงไปมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น จนเกิดเป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม ด้วยเหตุนี้ทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมียอดขายได้มากขึ้น

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

นโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมในการใช้สมุนไพร เพื่อป้องกันและรักษาโรค
จึงเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และ
การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารมากขึ้น
สามารถส่งเสริมด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้ สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับ
การแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะทางกลุ่มมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากสินค้าของทางกลุ่มไม่มี
วัตถุดิบเสียจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคหลัก ได้แก่ คนในชุมชนตามท้องตลาด
และร้านค้าทั่วไปในชุมชน

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้า
เป็นกลุ่มที่รู้จักกันดี ตามสภาพความเป็นอยู่แบบชุมชนในท้องถิ่น มีพฤติกรรมการช่วยเหลือกัน
และกัน ด้วยการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ และช่วยโฆษณาผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ เป็นอย่างดี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข
 เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น หรือการแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุน
ได้ง่าย ทั้งมีเงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.1.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตรา
ภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลงอีกทั้งราคา
น้ำมัน ไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายในส่วนค่าจัดส่งและวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับ
รายได้ที่มี

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน
โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิต
จะถูกปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งเมืองไทยมีสมุนไพรจำนวนมาก และเป็นประโยชน์
ต่อร่างกาย แต่การวิจัยหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการจำเป็นต้องใช้ต้นทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ
และสิทธิบัตร เป็นต้น) เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิด
ความไม่แน่นอนในการนำเสนอ นโยบาย และการวางกฎระเบียบของนโยบายนั้น ทำให้ทางกลุ่ม
ได้รับความช่วยเหลือจากนโยบายนั้น ๆ ลดต่ำ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเหล่านั้น ได้มากเท่าที่ควร จึงเป็นเรื่องยากสำหรับทางกลุ่มที่จะต้องหาเวลาเพื่อศึกษาเรื่องเทคโนโลยี หาเป้าหมายการตลาด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากช่องทางเทคโนโลยี

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้ไม่มากเท่าที่ควร เพราะเครื่องดื่มถั่วเหลืองผสมงา นั้นมีวางขายทั่วไปในที่ต่าง ๆ ที่ขายพร้อมกับเครื่องดื่มถั่วเหลืองแบบธรรมดา อีกทั้งคู่แข่งมีการลอกเลียนแบบและคิดค้นสูตรใหม่ ๆ จึงทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อเพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น อีกทั้งลูกค้าชอบทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าทางการเกษตร ที่มีราคาตกต่ำให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น แต่ก็มีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงกู้ได้ หรือทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไข จึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.2 ผลลัพธ์ที่เครื่องดื่มชนิดผงสำเร็จรูป

1.2.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดมีพัฒนาการที่ดี เพราะมีสื่อจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รมรณรงค์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพ ด้วยการบริโภคผักและสมุนไพรไทย ที่มีสรรพคุณเป็นยาบำรุง และยารักษาโรค

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาวัตถุดิบภายในชุมชนของตน และชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย ทั้งสถานที่ประกอบการใช้พื้นที่ว่างด้านหลังของวัดในการดำเนินการผลิต จึงทำให้ทางกลุ่มไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ ในราคาแพง แต่เสียเพียงค่าบำรุงสถานที่เล็กน้อย

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคม ของบุคคลที่ทำงานร่วมมีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกัน ในลักษณะ เครือญาติหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง มีการแบ่งปัน และช่วยเหลือกัน กำหนดหน้าที่ในแต่ละด้าน ซึ่งแบ่งตามความเหมาะสม โดยมีประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และ ประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งมี หลายช่องทางในการหากำไร ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งสินค้าก่อน ครั้งหนึ่งจึงเริ่มการผลิตเพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งเป็นต้นเหตุให้ทางกลุ่มต้องเสีย ผลประโยชน์

1.2.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้าราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) เพราะมีสื่อจากหน่วยงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องช่วยรณรงค์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพมาก จึงเป็นผลให้มีการเข้มงวด เรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มาก ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีการเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้า ด้วยการดูชื่อสินค้า จึงทำให้มีแต่ลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามามาก แต่กลับไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่ม มีกำลังในการผลิตน้อย หากมีการสั่งซื้อไม่ตรงตามเกณฑ์ก็จะทำให้ทางกลุ่มขาดทุนได้ เพราะ ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนมาก ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่ายเป็นค่าดำเนินการ แก่สมาชิกภายในกลุ่ม

ในช่วงนอกฤดูกาลสมุนไพรบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อ มาจากแหล่งอื่นซึ่งมีราคาสูงทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อที่มี ในฤดูฝนเป็นอีกฤดู หนึ่งที่ทำให้ทางกลุ่มประสบปัญหาในการผลิตค่อนข้างมาก เพราะวัตถุดิบเสียหายเนื่องจาก ถูกความชื้นทำให้ขึ้นราอยู่บ่อยครั้ง และทางกลุ่มขาดเครื่องมือที่ใช้อบวัตถุดิบให้แห้งหรืออบด้วยความร้อนเพื่อไล่ความชื้น ปัจจุบันทางกลุ่มยังใช้วิธีการนำสมุนไพร ๆ ไปตากแดดเพื่อไล่ความชื้น ออกจากวัตถุดิบก่อน จึงจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน ร่วมกันในลักษณะเครือข่าย หรือเพื่อนบ้าน ใกล้เคียงที่มีการช่วยเหลือกันและกัน ในการบริหาร ให้เป็นระบบจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มยังคงเผชิญกันการทำงานแบบเรียบง่าย ไม่มี การบังคับหรือผูกมัดให้ทำงานตรงตามเวลา หรือเป็นระบบที่เป็นรูปธรรม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่ม คือ ปัญหาในด้านการผลิต ที่ทางกลุ่มจำเป็นต้องจ่ายทางธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ เช่น ต้องใช้แสงแดดในการตากวัตถุดิบ ให้แห้ง เพื่อสามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะความชื้นจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อราและ เน่าเสีย เป็นต้น และหากฤดูไหนสมุนไพรมขาดแคลน ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.2.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตรา ภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนท้องถิ่น ได้ ในอัตราดอกเบี้ย ที่ถูก เป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุน ในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาบริหารงาน สร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิต เปลี่ยนไปมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม เพราะเหตุนี้ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมียอดขาย จัดจำหน่าย ได้มากขึ้น อีกทั้งในการผลิตนั้นไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความก้าวหน้าในด้านการส่งข้อมูล ข่าวสาร ทำให้ทางกลุ่มสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อใหม่ๆ ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าที่ ทางกลุ่มได้จัดจำหน่าย

5) **ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น)** ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะทางกลุ่มจะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากการทางกลุ่มลงทุนในด้านบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างมาก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานถูกต้องตามหลัก ทางกลุ่มจึงมีผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้สินค้าเข้ารับการตรวจสอบ ตามเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม จึงจะได้รับเครื่องหมาย ออย. ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีมาตรฐานและปลอดภัย รับผิดชอบโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา กระทรวงสาธารณสุข

6) **ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจในการซื้อ เป็นต้น)** ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเอง ก็ต่อเมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเท่านั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละน้อย ๆ และจะกลับมาตั้งซื้อใหม่อีกในภายหลังเป็นระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

7) **ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น)** ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อการลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกอย่างคือเป็นส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มมีช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.2.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) **ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น)** สภาพทางเศรษฐกิจปัจจุบันที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง ทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายมากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับรายได้

2) **ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น)** แม้รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งเมืองไทยมีสมุนไพรมากมายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนา หรือแปรรูปให้ออกมาใช้ได้จริงมีน้อย อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัยและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้นเพราะคู่แข่งมีการโฆษณาเกินจริง จึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกลงกว่า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับลูกค้าชอบลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น ตลอดเวลา

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) คำนวณนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ และเป็นส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการรอมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.3 ผลกระทบขงนมกาคละแมกะทิจองแปรรูปอาหารบ้านหนองบัวพระเจ้าหลวง

1.3.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดประสงค์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์นมกาคละแมกะทิ รับประทานง่ายและสามารถหาซื้อได้ง่าย เหมาะสำหรับซื้อหาไว้เป็นของฝาก เนื่องจากเก็บไว้ได้นาน มีรสหวานอร่อย

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาซื้อวัตถุดิบภายในชุมชนของตนเอง และชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย มีคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบก่อนทุกครั้ง ที่จะนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต สำหรับสถานที่ตั้งในการประกอบการเป็นที่ดินส่วนตัวที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ซึ่งกลุ่ม 1 มีผู้ดำเนิน 5-6 คน แต่ละหน้าที่ จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน อยู่กันแบบง่าย ๆ การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคล ที่ทำงานร่วมอยู่ในเกณฑ์ดี

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร - ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลผลิตของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามี หลายช่องทางในการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียงเพื่อจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้น

1.3.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) คนไทยเข้มงวดในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ อีกทั้งลูกค้ายังไม่มั่นใจในคุณภาพ ของสินค้าเท่าที่ควร จึงมีลูกค้าหน้าใหม่ ๆ เข้ามามาก แต่กลับไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก ต้องลงทุนลงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่มขาดเครื่องทุ่นแรงในการผลิต จึงทำให้กำลังการผลิตน้อยลงไปด้วยและวัตถุดิบ เช่น น้ำตาลมีราคาแพงมากขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจ ในปัจจุบัน ซึ่งทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เป็นค่าดำเนินการ และค่าจ้างให้แก่สมาชิก ภายในกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน ร่วมกันในลักษณะเครือข่าย หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง คือทำงานตามความสมัครใจ ต้องการทำงาน ในระยะเวลาเท่าไรก็ทำแค่นั้น จึงทำให้ขาดแคลนกำลังบุคคลในการผลิตสินค้า

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น เช่น น้ำตาลมีราคาแพงมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มขาดเงินหมุนเวียนภายในกลุ่มเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผลิตในแต่ละครั้งจำเป็นต้องใช้ น้ำตาลเป็นจำนวนมาก แต่ทางกลุ่มก็ไม่สามารถขึ้นราคาสินค้ามาชดเชยในส่วนของราคาน้ำตาลได้ เพราะหากทำอย่างนั้นลูกค้าอาจลดจำนวนน้อยลง จนทางกลุ่มอาจเสียดู๊กค้าไปได้

1.3.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำมาใช้สำหรับช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจชุมชนของตนเองในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจ
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบการดำรงชีวิตเรียบง่าย ชุมชนมีสาธารณูปโภคครบครัน อีกทั้งกระบวนการในด้านการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางมลพิษให้แก่สิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้สมาชิกในชุมชนสามารถยืนหยัด และสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวได้
- 4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ให้สินค้าของทางกลุ่มเป็นที่รู้จัก สามารถเรียนรู้และติดต่อค้าขายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดีขึ้น
- 5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ทางกลุ่มจึงใช้กลยุทธ์ในการขายที่ต่างจากที่อื่น โดยแต่เดิมการขายขนมกวนสะเม็ม จะขายเป็นชิ้น ชิ้นละ ๖ บาท แต่ทางกลุ่มจะขายเป็นห่อ โดยหนึ่งห่อจะมีขนมกวนสะเม็ม ห่อเล็ก ๆ ประมาณ 10-20 ชิ้น แล้วแต่น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ จะบรรจุอยู่ในหีบห่อที่สวยงามและสะอาดได้มาตรฐาน
- 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อเมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเท่านั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลังเป็นระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี
- 7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาลนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อลดจำนวนคนที่ต้องเข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.3.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจเช่นอัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายมากขึ้น ดังเช่น จัดส่งสินค้า ค่าวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น และค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ทำให้ไม่สอดคล้อง กับรายได้ที่ได้รับมา

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิต จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน เช่น ทัศนคติ เป็นต้น แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มกลับตามไม่ทัน ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกระแสสังคมได้ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมน้อยลง

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริงแต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่ มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร อีกทั้งยังมีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับลูกค้าชอบลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หากทางกลุ่มไม่มีการคิดค้นหรือประยุกต์ เพื่อปรุงแต่งรสชาติใหม่ๆ ขึ้นมา จะทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่นเพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม ทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อน

จึงจะทำการกู้ได้เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.4 ผลกระทบที่แปรรูปสมุนไพรลูกประคบ

1.4.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุวัตถุประสงค์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจำหน่ายหลายด้าน ได้แก่ สปา ร้านค้า และห้างร้านทั่วไป รวมทั้งส่งออกไปในต่างประเทศ ตามใบสั่งได้รับการส่งเสริมและ ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ฝ่ายชุมชนจังหวัดเชียงใหม่

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาซื้อวัตถุดิบภายในชุมชนของตนเอง และชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย วัตถุดิบหลัก ๆ อย่างสมุนไพรต่าง ๆ เช่น ขมิ้น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด และใบเป่า เกือบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบที่ได้มาจากชุมชนของตนเอง และชุมชนใกล้เคียงหรือห้างร้าน ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น การบูร และผ้าดิบ จัดซื้อหาตามห้างร้านค้าทั่วไป โดยมีคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบก่อนทุกครั้ง ที่จะนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงานเป็นไปแบบเรียบง่ายมีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวัน

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

1.4.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุวัตถุประสงค์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางในการจัดจำหน่ายหลายด้าน ได้แก่ สปา ร้านค้า และห้างร้านทั่วไป รวมทั้งส่งออกไปในต่างประเทศ ตามใบสั่ง จึงต้องเข้มงวดในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ หลายครั้งที่ยอดขายลดน้อยลงเนื่องจากทางกลุ่มไม่สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง และลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าเท่าที่ควร

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และวัตถุดิบหลัก ๆ อย่างสมุนไพรต่าง ๆ เช่น ขมิ้น ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ใบเป่า และเกลือ มีราคาแพงมากขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ในช่วงนอกฤดูกาลสมุนไพรบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากขึ้นกำลังซื้อที่มีอยู่เดิมเป็นอีกฤดูหนึ่งที่ทำให้ทางกลุ่มประสบปัญหาในการผลิตค่อนข้างมาก เช่นเดียวกัน เพราะวัตถุดิบเสียหายเนื่องจากถูกความชื้นทำให้ขึ้นราอยู่บ่อยครั้ง ทางกลุ่มขาดเครื่องมือที่จะอบวัตถุดิบให้แห้ง หรืออบด้วยความร้อนเพื่อไล่ความชื้น ปัจจุบันทางกลุ่มยังใช้วิธีการนำสมุนไพรต่าง ๆ ไปตากแดดเพื่อไล่ความชื้นออกก่อน จึงจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในการทำงานเป็นไปแบบเรียบง่าย มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจนจริง แต่ขาดความเข้มงวดสมาชิกภายในกลุ่มมาทำงานบ้างไม่มาบ้าง

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินมีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างง่าย และจำนวนสินค้าคงคลังมีค่อนข้างมาก ปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น ทำให้ทางกลุ่มขาดเงินหมุนเวียนภายในกลุ่มเป็นอย่างมาก

1.4. 3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนพัฒนาเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำมาใช้สำหรับช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจชุมชนของตนเองในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามประสาชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน อีกทั้งในด้านการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีกระแสให้หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งส่วนนี้

มีส่วนที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก และด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน และการช่วยเหลือด้านงบประมาณสนับสนุน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก แต่ทางกลุ่มเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาด และได้มาตรฐาน มีสีส้มสวยงามให้เลือกใช้มากมายโดยสีส้มนั้น ๆ จะขึ้นอยู่กับสูตรสมุนไพรที่ใช้ เพื่อให้ง่ายแก่การจดจำชนิดของการใช้

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อเมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ๆ ที่มีพฤติกรรมซื้อครั้งละน้อย ๆ ซื้อไปใช้กันเองในครอบครัว บ้างเป็นเจ้ากิจการที่มาดูงาน เพื่อซื้อหาไปทดลองใช้ และจะกลับมาสั่งซื้อเหมาอีกในภายหลังเป็นระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาลนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.4.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงทำให้ทางกลุ่มมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับมา

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งเมืองไทยมีสมุนไพรมากมายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนาหรือแปรรูปให้ออกมาใช้ได้จริงมีน้อย อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจ

เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย และบรรจุก๊าซที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้นแต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่ใช่ของที่จำเป็นสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าทางการเกษตรที่มีราคาตกต่ำให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงจะก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย ไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.5 ผลกระทบที่พวงกฏเจเชือก ของหจก.แสนสา

1.5.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุก๊าซ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มยังเป็นสินค้าส่งออกไปในต่างประเทศตามใบสั่ง ได้รับการส่งเสริม และช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมการส่งออก ในการนำสินค้าไปจัดจำหน่ายยังต่างประเทศ ทำให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) มีการจัดซื้อวัตถุดิบตามห้างร้านทั่วไป วัตถุดิบหลัก ๆ ส่วนใหญ่หาจัดซื้อวัตถุดิบที่ตลาดต้นตำไย เพราะมีหลายราคาให้เลือกซื้อ และสามารถเปรียบเทียบราคาได้ง่าย จากนั้นจึงจะทำการคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบก่อนทุกครั้งที่จะนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในการทำงานเป็นไปแบบเรียบง่าย มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็นทุกวัน มุ่งเน้นที่จะรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในกระบวนการผลิตที่จะมีการตรวจสอบคุณภาพ ก่อนทุกครั้งที่จะนำไปสู่ขั้นตอนอื่น ๆ ต่อไป เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพในการส่งออกของสินค้า ลดของเสียที่จะเกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิต

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหาค่าไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียงเพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการส่งออก ในการนำสินค้าไปจัดจำหน่ายยังต่างประเทศ จนตอนนี้มีการขยายเพิ่มมากขึ้น

1.5.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน รวมทั้งส่งออกไปในต่างประเทศ ตามใบสั่ง จึงต้องเข้มงวดในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่หลายครั้งที่ยอดขายลดน้อยลงเนื่องจากทางกลุ่มไม่สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง และลูกค้ายังเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้าเท่าที่ควรนัก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง และอาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) การผลิตได้ประสบปัญหาผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่คงที่ เนื่องจากขั้นตอนในการข้อมลืเชื่อมมัดข้อมออกมาไม่ได้คุณภาพตามสีเดิมที่ต้องการมัดข้อมออกมาอ่อนกว่าในครั้งแรก หรือเข้มกว่าบ้าง จึงทำให้ไม่สามารถรักษาคุณภาพในการส่งออกได้ และในส่วนขั้นตอน

การพันเชือกทำตัวตุ๊กตาตุ๊กจ้างที่ไม่ชำนาญงานจะพันเชือกไม่ดีทำให้งานที่ออกมาขาดความแข็งแรง คงทนและคุณภาพ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ที่มีการแบ่งงาน โดยไม่มีการคัดกรอง ความสามารถของสมาชิก ทำให้มีสมาชิกที่ทำงานเป็นบ้าง ไม่เป็นบ้าง

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินยังไม่ดี มีเพียงการทำบัญชีอย่างง่าย และจำนวนสินค้าคงคลังมีค่อนข้างมาก (ที่ขาดคุณภาพ)

1.5.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตรา ภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก ในการนำสินค้า ไปจัดจำหน่ายยังต่างประเทศ สามารถกู้เงินจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก ได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก ตามสภาพเศรษฐกิจ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้า ยอดนิยมนอกในหมู่บ้าน เพราะสามารถตอบสนองความต้องการทางสังคม และวัฒนธรรมที่จำเป็น สำหรับบ้านปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสสวามายเข้ามา จึงทำให้ความต้องการ รวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหล่านี้เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนเป็นอย่างดี

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับ การแข่งขันยังมีไม่มากนัก เพราะเป็นสินค้าใหม่ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้ง ลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ เพราะสินค้าของ ทางกลุ่มจัดว่ามีราคาไม่แพง จนเกินไป จึงเป็นนิยมนอย่างรวดเร็ว ยิ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลก ๆ ใหม่ ๆ

มากขึ้น บางครั้งก็เป็นเจ้ากิจการที่มาดูงานเพื่อซื้อหาไปทดลองขาย และเมื่อสินค้ามียอดขายดี ก็จะกลับมาสั่งซื้อสินค้าอีกเป็นจำนวนมากในภายหลัง เป็นระบบขายส่งและขายปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อคราวละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) คัวนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงินกู้ยืม และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.5.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต ฐานะ การโงกกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม จนเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจจริง แต่เป็นแบบระยะสั้นเท่านั้น ไม่ต่อเนื่อง หากระยะเวลาผ่านไปจะทำให้กระแสความต้องการลดลง

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควรเนื่องจากเวลาว่างน้อย เพราะ การส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ จึงจำเป็นต้องผลิต เพื่อให้ทันกำหนดจึงไม่สามารถเรียนรู้ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังมีไม่มากเพราะเป็นสินค้าใหม่ ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย แต่หากปล่อยวางไว้หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบเกิดขึ้นทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ขึ้น ๆ

ลง ๆ ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น

7) **ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น)** ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงในวงเงินที่ต่ำและยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.6 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอชาวเขา ของร้านหนึ่งสยามเครื่องหนัง

1.6.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) **ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น)** ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มยังเป็นสินค้าที่จัดจำหน่ายทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด 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 หาซื้อจากชาวเขาโดยตรงมีลักษณะการซื้อ 2 แบบคือซื้อผ้าทอใหม่และซื้อผ้าทอเก่า หรือเรียกอีกอย่างว่าผ้าทอมือสอง ในด้านของราคาร้านผ้าทอเก่าจะมีราคาถูกลงกว่า ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป ซึ่งเป็นวัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

3) **ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น)** ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในการทำงานเป็นไปแบบง่าย ๆ มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้า ถึงเย็นทุกวันจะรับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ .oแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกัน อยู่กันแบบเรียบง่าย การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมเป็นไปด้วยดี

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

1.6.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

- 1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ ยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมด้าน โฆษณาผลิตภัณฑ์ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าใหม่และไม่มีการสั่งสินค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- 2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยีวิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ในการผลิตของทางกลุ่มมีขะที่เกิดจากเศษวัสดุในการผลิตค่อนข้างมาก การกำจัดขยะจากเศษวัสดุเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก จึงมักสร้างปัญหาให้กับทางเทศบาลอยู่บ่อยครั้ง เพราะทางเทศบาลไม่มั่นใจนโยบายในการเก็บขยะที่เกิดจากเศษวัสดุในการผลิตเช่น เศษเปลือกและเศษยางรองพื้นรองเท้า เป็นต้น
- 3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงานยังไม่เป็นระบบ การสั่งการหรือแบบงานจะแบ่งงานให้สมาชิกได้รับผิดชอบตามกำลังของตนเอง
- 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารด้านการเงินยังไม่ดีพอเท่าที่ควร โดยทางกลุ่มมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ เนื่องจากไม่มีความรู้ในด้านธุรกิจหรือการทำบัญชีที่เป็นมาตรฐาน

1.6.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนพัฒนาเป็นกองทุนในหมู่บ้าน
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโก่งกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมนักได้ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นอย่างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวเขาได้เป็นอย่างดี
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) นโยบายของทางรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในการสร้างเสริมรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ได้เอื้ออำนวยผลประโยชน์ต่อธุรกิจและการลงทุนของทางกลุ่มเป็นอย่างดี

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มให้รู้จักกันแพร่หลาย เช่น การทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของทางกลุ่มทำให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ขาย

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่า และใหม่แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลก ๆ ใหม่ ๆ มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังเงินที่มี

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

1.6.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังซื้อน้อยลงอีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรมและการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควรเนื่องจากเวลาว่างน้อยจึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้นแต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น ว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อยหรือไม่อย่างไร

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก โดยส่วนใหญ่ไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.7 ผลลัพธ์ที่กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ

1.7.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

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

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต ค่าลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบหลัก ๆ เช่น ไม้ไผ่และหวาย นั้นสามารถปลูกไว้ใช้เองได้ โดยการปลูกกันเองภายในชุมชน บ้างก็รับซื้อจากแหล่งอื่น ๆ ในชุมชนใกล้เคียง แล้วจึงนำมาคัดเลือกระดับคุณภาพก่อนจะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น สี และอุปกรณ์การช่างอื่น ๆ หาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป มีรูปแบบทันสมัย ตรงตามความต้องการของตลาดในด้านมาตรฐานการผลิตค่า มีการทดสอบความแข็งแรง สวยงาม และมีการรับรองคุณภาพจากกรรมการกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็กในการทำงานเป็นไปแบบง่าย ๆ มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน โดยจะเริ่มต้นทำการผลิตตั้งแต่เช้าถึงเย็น และทุกวันจะรับใบสั่ง (Order)

ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน อยู่กันเป็นกันเอง การทำงานหรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี

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

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมีค้ำเงินจากลูกค้าที่สั่งสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิต เพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกไปสั่งสินค้า

1.7.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมายและยอดขาย เป็นต้น) กลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้าน โฆษณาผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ยอดการสั่งสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาหนึ่งว่าเศรษฐกิจในระบะเวลานั้น ว่าดีหรือไม่ หากเศรษฐกิจดียอดการสั่งก็จะดีตาม หากเศรษฐกิจไม่ดียอดก็จะลดลง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต ก่อสร้างการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่มขาดเครื่องมือ เครื่องมือในการผลิต เครื่องจักรอุปกรณ์ที่สำคัญในกระบวนการผลิตไม่เพียงพอ ทำให้การผลิตลดต่ำลง

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบมากนัก

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ ปัญหาในด้านการผลิต ทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติเช่น แสงแดด หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อราในฤดูฝน วัตถุดิบจากไม้ค่อนข้างหายาก และมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย เป็นต้น

1.7. 3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ เป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนพัฒนาเป็นกองทุนในหมู่บ้าน

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทย จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีกระแสความหมายเข้ามา จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหล่านี้เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจและการลงทุนเป็นอย่างดี

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จึงจำช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมาก สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลก ๆ ใหม่ๆ มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังซื้อที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาลมีนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนประชากรในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย ซึ่งมีเงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.7.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

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

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลาทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทัน

ต่อกระแสทางสังคมแต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิตที่จะมุ่งพัฒนาเพียงเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมเพียงอย่างเดียว นั้น ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้

3) **ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น)** ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) **ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น)** เทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นมากมาย แต่ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของเวลา อีกทั้งสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้

5) **ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น)** ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบมากขึ้น และทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น ทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) **ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น)** ลูกค้ามีพฤติกรรมเปรียบเทียบมากขึ้นกว่าเดิม ว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อย หรือไม่อย่างไร ตามสภาพเศรษฐกิจ

7) **ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น)** ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.8 ผลิตภัณฑ์ใหม่เดิม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เดิม บ้านบ่อหิน

1.8.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) **ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น)** ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายด้าน ในด้านความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าจัดอยู่ในระดับดี จึงสามารถช่วยในเรื่องยอดขายได้ค่อนข้างมาก

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

วัตถุดิบหลัก ๆ เช่น ไข่เป็ด จะรับซื้อจากคนภายในชุมชน และรับซื้อจากชุมชนใกล้เคียง ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกไม่แพงมากนัก วัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในด้านความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมกัน จึงจัดว่าดี ในการทำงานเป็นไปแบบง่าย ๆ ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือกันและกัน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลผลิตหลักของทางกลุ่มมีระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียง เพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะรับใบสั่งซื้อก่อนจึงเริ่มการผลิตตามจำนวนที่มีใบสั่งสินค้าเข้ามา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าคงคลัง

1.8.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้าราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมาย และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการส่งลดน้อยลง ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต ค่าใช้จ่ายการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบหลัก ๆ เช่น ไข่เป็ด ได้ผลรับกระทบจากสื่อในเรื่องของไข่หวัดนก จึงทำให้การผลิตลดต่ำลง

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

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสดและเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่มคือ ปัญหาด้านการผลิตที่ลดน้อยลง จึงเริ่มขาดเงินหมุนเวียนภายในกลุ่ม

1.8.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตรา

ดอกเบ็ญที่ปลูก ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มแสดงให้เห็น สภาพสังคม และวัฒนธรรมในการใช้ชีวิตในชนบทได้เป็นอย่างดีหรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทยที่รู้จักวิถีอันอมอาหารให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นเวลานาน ๆ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีกระแสมากมายเข้ามา จึงทำให้ความต้องการ รวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหล่านี้เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนเป็นอย่างดี

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้คิดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับที่สูงมาก แต่ทางกลุ่มได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน ไข่ฟอง โตเกรดเอ ในการผลิต สร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ที่ให้ความสนใจค่อนข้างมาก ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาดของไข่

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาล นโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนที่ต้องเข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดีและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.8.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่าย ค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

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

จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม แต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิต จะมุ่งพัฒนาเพียง เพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมเพียงอย่างเดียว นั้น ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้ ข้อจำกัดในเรื่องเวลา อีกทั้งสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับที่สูงมาก แต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการ โฆษณาอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น ว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อยหรือไม่ และขาดความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ด้านในการผลิตจะถูกมองว่ามีความปลอดภัยมากน้อยแค่ไหน จึงจะซื้อสินค้า

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขจึงจะก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก ส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.9 ผลลัพธ์ที่สมานไพร่ถูกรับคอบ ชาสมานไพร่ดอกคำฝอย และดอกไม้จัน กลุ่มผู้สูงอายุ

1.9.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ด้านการตลาดค่อนข้างดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีช่องทางจัดจำหน่ายหลายด้าน ด้านความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าจัดอยู่ในระดับดี จึงสามารถช่วยในเรื่องยอดขายได้ค่อนข้างมาก

มีการนำเสนอสินค้าทางกลุ่มให้แก่ร้านค้าต่าง ๆ ตามหมู่บ้าน ชุบเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายของ เช่น ร้านน้ำโหลงทอง การนำเสนอสินค้าจัดเป็นการตลาดขั้นตอนที่ประหยัดและไม่ต้องลงทุนมากมาย

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบหลัก ๆ จะรับซื้อจากคนภายในชุมชน และรับซื้อจากชุมชนใกล้เคียง ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกไม่แพงมากนัก วัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป โดยวัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศทั้งหมด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหารและการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีสมาชิกกลุ่ม 15 คน โครงสร้างองค์กรไม่ซับซ้อน การทำงานหรือความสัมพันธ์ในที่ทำงานจัดว่าดี เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง จะมีการประสานงานกับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่มก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ และจ่ายงานให้แก่ผู้ดำเนินงาน ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการทำการค้าเพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ผลิตเพียงเพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะรับใบสั่งซื้อ ก่อนจึงจะเริ่มการผลิตตามจำนวนที่สั่งซื้อเข้ามา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าคงคลัง

1.9.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) กลุ่มมีช่องทางจัดจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ยอดขายลดลงน้อยลงไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น อีกทั้งทางกลุ่มมักประสบปัญหาผลิตไม่ทันส่งให้ลูกค้า จึงมักถูกตำหนิอยู่เสมอ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ การทำงานจึงล่าช้า

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

และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบ อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ การทำงานจึงล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า

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

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่ม คือ ปัญหาในด้านการผลิต จึงล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคในฤดูฝนวัตถุดิบหลายอย่างค่อนข้างหายาก มีราคาแพงขึ้น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.9. 3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนในหมู่บ้านขึ้น

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน อีกทั้งในด้านการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะที่เป็นพิษแต่อย่างใด ผลผลิตหลักของทางกลุ่มจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับงานพิธีการสำคัญในศาสนาพุทธที่ขาดไม่ได้จึงมียอดสั่งซื้อสินค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ผลผลิตหลักของทางกลุ่มจัดเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับงานพิธีกรรมทางศาสนาพุทธของคนไทย ที่มีมานาน จึงไม่มีความเกี่ยวข้องต่อกระแสสังคมว่าเป็นอย่างไร กระแสสังคมจึงนับว่าไม่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของทางกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงมาก แต่ทางกลุ่มได้คัดเลือกวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานก่อนนำไปผลิตทุกครั้ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีและถูกต้องตามมาตรฐาน

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ที่ทำให้ความสนใจค่อนข้างมาก ส่วนในด้านราคาราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยรัฐบาลนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบ

อาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนคนที่ต้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.9.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่าย ค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่าย ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น ทำให้ขาดการพัฒนาตนเอง และขาดแรงกระตุ้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก หรือขาดการโฆษณาผลิตภัณฑ์

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ สามารถช่วยเหลือในการติดต่อสื่อสารได้จริง เนื่องจากสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จึงไม่สามารถเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีที่ซับซ้อนได้มากนัก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงมาก อีกทั้งสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก จัดทำให้กำลังในการผลิตลดลง ผลิตได้ล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการทำให้กลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปหลายครั้ง และลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่น

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) พฤติกรรมของทางกลุ่มไม่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการซื้อมากนัก เพราะเป็นสินค้าจำเป็นต้องใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา แต่ลูกค้ามีพฤติกรรมชอบความสะดวกสบายไม่ชอบความยุ่งยาก จึงมักสั่งซื้อพร้อมกันกับดอกไม้จากร้านขายดอกไม้ หรือร้านขายของที่ระลึกต่าง ๆ แทนการสั่งซื้อจากร้านขายโลศพ ซึ่งทางกลุ่มขายส่งให้กับร้านขายโลศพเป็นส่วนใหญ่

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินกู้มากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิก

กลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion บุรีรัมย์ชุมชนตำบลเชิงค้อย ตำบลตลาดขวัญ อำเภอค้อสูง จังหวัดบุรีรัมย์

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ส่วน ค ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

2.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องตุ้มถั่วเหลืองผสมงา

จากการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องตุ้มปลอดภัยมีคะแนรวมทั้งสิ้น 60 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ โดยเฉพาะส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด ซึ่งคุณสมบัติได้รับคะแนนน้อยกว่าส่วนอื่น ๆ จัดอยู่ในประเภท เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว และมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องตุ้มชนิดผงสำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์แม่บ้านร้อยจีเหล็ก มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 86 คะแนนจัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ซึ่งกลุ่มคุณพัชรีได้คะแนนส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนเต็มทุกประเด็น แต่ทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกเล็กน้อยที่ไม่ตรงตามเกณฑ์ ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ขาดคะแนนไปบางส่วน

เท่านั้นจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้

2.3 ผลិតภัณฑ์ขนมกลาละแมกะทิ ของแปรรูปอาหารบ้านหนองบัวเจ้าพระหลวง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารบ้านหนองบัวเจ้าพระหลวง โดยจะมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 68 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ คะแนนที่ได้ในแต่ละส่วน ไม่น้อยแต่ไม่มีส่วนใดได้คะแนนเต็มเลยไม่ว่าจะเป็นใน ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ยังขาดคะแนนในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.4 ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรลูกประคบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรลูกประคบมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 60 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ คะแนนที่ได้ในแต่ละส่วน ไม่น้อยแต่ไม่มีส่วนใดได้คะแนนเต็มเลยไม่ว่าจะเป็น อีกทั้งในส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ยังขาดคะแนนในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.5 ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจเชือก ของหจก. แสนฮา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์หจก.แสนฮา มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 77 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกเล็กน้อยที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ แต่คะแนนที่ได้ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ในประเด็นที่ 1 ด้านการตลาดจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.6 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอชาวเขา ของร้านหนึ่งสยามเครื่องหนัง

ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์หนึ่งสยามเครื่องหนังมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 66 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ไม่ตรงตามเกณฑ์ คะแนนที่ได้ในแต่ละส่วน ไม่น้อยแต่ไม่มีส่วนใดได้คะแนนเต็มเลยจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนา สู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.7 ผลลัพธ์กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 71 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้างที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ แต่คะแนนที่ได้รับค่อนข้างมาก ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และในประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.8 ผลลัพธ์ไข่เค็ม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม บ้านบ่อหิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุ ตลาดขวัญ มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 73 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มมีคะแนนส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาดและส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เต็มแล้ว ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน จำเป็นจะต้องปรับปรุงเล็กน้อยจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.9 ผลลัพธ์สมุนไพรลูกประคบ ชาสมุนไพรดอกคำฝอยและดอกไม้จันทน์กลุ่มผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรลูกประคบ มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 81 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ และมีคะแนนรวมมาก แต่ในบางส่วนของคะแนนเล็กน้อยอย่างส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้าจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้

3. การจัดการความรู้โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

ผลจากการจัดการความรู้โดยการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกับเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยสรุป 7 ประการ (อภิชัย พันธเสน, 2545) พบว่ากลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการวิจัยมีพื้นฐาน ในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอยู่แล้ว เนื่องด้วยชีวิตในชนบทมีวิถีชีวิตแบบพอเพียงมาตั้งแต่ดั้งเดิม กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลเชิงคอกและตำบลตลาดขวัญ อำเภอคอกสะแก จังหวัดเชียงใหม่

จัดว่าเป็นชุมชนเมืองกึ่งชนบท โดยมีการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อนำไปจัดการธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นตัวอย่างในงานวิจัยทั้งหมด 9 กลุ่ม สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มห่อหุ้มผลสมงา กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์</p>	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลายและมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
<p>การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา</p>	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
<p>เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มห่อหุ้มผลสมงา</p>	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
<p>ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มห่อหุ้มผลสมงา</p>	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสถานภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง

	- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ล้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวยังไม่ได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึง สถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนจนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดผงสำเร็จรูป กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ชนิดผงสำเร็จรูป</p>	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี ชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสม กับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ

	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม เชื่อสัจย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ลำค่าใครเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่โลภจนเกินไปและไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ถ่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ขนมกาละแมะกะทิ กลุ่มแปรรูปอาหารบ้านหนองบัวพระเจ้าหลวง กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ขนม กาละแมะกะทิ ของแปรรูป อาหารบ้านหนองบัว เจ้าพระหลวง</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง

	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวไม่ได้
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกำหนดเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรลูกประคบกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	<p style="text-align: center;">หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p> <p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาหลากหลาย ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด <p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
--	--

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรลูกประคบ</p>	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง - ไม่เน้นนำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงาน
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสม กับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้า ที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่โลภจนเกินไปและไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีบริการที่คืนหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวยังไม่ได้
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึง สถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจเชือกของห้างหุ้นส่วนจำกัดแสนฮากับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ พวงกุญแจเชือก ของ หก. แสนฮ</p>	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <p>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</p>
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <p>- เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก</p>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <p>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</p> <p>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</p> <p>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</p> <p>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</p>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <p>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</p> <p>- กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์</p> <p>- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ</p>
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <p>- ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง</p> <p>- เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p>
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <p>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</p> <p>- มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวไม่ได้</p>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <p>- มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย</p> <p>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้</p>

ตารางที่ 6.6 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอชาวเขา ของร้านหนึ่งสยามเครื่องหนัง กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์แปรรูป ผ้าทอชาวเขา ของร้านหนึ่งสยาม เครื่องหนัง</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเต็มที่ไม่ได้
<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน 	

ตารางที่ 6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์กลุ่ม หัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก 	

	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้ - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย
--	---

ตารางที่ 6.8 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม บ้านบ่อหินกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ไข่เค็ม บ้านบ่อหิน</p>	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	<p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว
<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ 	

	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <p>- ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก</p>
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <p>- เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนจนเกินความสามารถในการชำระหนี้</p>

ตารางที่ 6.9 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรลูกประคบ ชาสมุนไพรดอกคำฝอย ดอกไม้จันของกลุ่มผู้สูงอายุกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	<p>หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ</p>
<p>การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ลูกประคบ ชาสมุนไพร ดอกคำฝอย ดอกไม้จัน ของกลุ่มผู้สูงอายุ</p>	<p>1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต</p> <p>- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต</p> <p>- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด</p> <p>- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า</p> <p>- มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้</p> <p>- เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก</p> <p>- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า</p> <p>- มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน</p>
	<p>3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย</p> <p>- มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ</p> <p>- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์</p> <p>- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง</p>
	<p>4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน</p> <p>- ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว</p> <p>- กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป</p> <p>- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง</p>

	<p>5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาต้องไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	<p>6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง”</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่โลภจนเกินไปและไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	<p>7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ถ่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

