

บทที่ 6

การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภออดอยสะเก็ด

จากการวิเคราะห์ผลในด้านศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนทั้ง 9 กลุ่ม ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มธุรกิจชุมชนว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้าง ที่เป็นส่วนสำคัญต่อกระบวนการวิเคราะห์ขั้นต่อไป เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาชุมชน ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคทั่วไป โดยอาศัยการวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis และแนวคิดการวิเคราะห์ตามเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือประเด็นสำคัญ เป็นเครื่องมือบ่งบอกสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ซึ่ง S หรือ Strength เป็น “จุดแข็ง” ที่เป็นตัวสร้างเสริมความสามารถในเชิงบวกให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชน W หรือ Weakness เป็น “จุดอ่อน” ที่เป็นเหตุ หรือสถานการณ์ในเชิงลบที่ทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการพัฒนา O หรือ Opportunity เป็น “โอกาส” ที่เป็นสถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา และ T หรือ Threat เป็น “ข้อจำกัด” ที่เป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางความสำเร็จก้าวหน้าหรือแรงกดดันที่เป็นสถานะอันตราย

การวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนโดยมีเนื้อหาการวิเคราะห์ ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย และเครื่องประดับ ของกลุ่มวงเดือนผ้าไทย และเครื่องประดับ

1.1.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมายและยอดขาย เป็นต้น) การนำเสนอสินค้าของทางกลุ่มให้แก่ร้านค้าต่าง ๆ ซึ่งการนำเสนอสินค้าจัดเป็นการตลาดขั้นตอนหนึ่งที่ประหยัด และไม่ต้องลงทุนมาก ในช่วงเทศกาลหรืองานมหกรรมต่าง ๆ ทางกลุ่มจะแบ่งกันไปออกร้านตามสถานที่ต่าง ๆ และในช่วงว่างเว้นจากช่วงเทศกาล หรืองานมหกรรมทางกลุ่มจะขายผลิตภัณฑ์แบบขายส่งไปยังร้านต่าง ๆ รวมทั้งขายเองบ้าง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คือ ของใช้ ของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก เครื่องประดับ เป็นต้น วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่เป็นผ้าไทยแท้ ๆ และเครื่องเงินแท้ โดยสั่งซื้อจากโรงงานผลิตสินค้าประเภทผ้าในอำเภอคอยสะเก็ด และเครื่องตกแต่งซื้อจากชาวเขา ที่ขายภายในตลาดวโรรส ที่มีหลากหลายร้าน ทำให้ง่ายในการเปรียบเทียบราคาสินค้าวัตถุดิบ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) โครงสร้างทางกลุ่มเป็นการผลิตในชุมชนตามแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการนำลักษณะพื้นเมือง เครื่องญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง จึงมีโครงสร้างขององค์กรที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ง่ายต่อการดำเนินงาน และประสานงาน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไรเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ที่ผลิตเพียงเพื่อจัดจำหน่ายเองเท่านั้น ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะรับใบสั่งซื้อก่อนจึงจะเริ่มการผลิตตามจำนวนที่มีใบสั่งสินค้าเข้ามา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดสินค้าคงคลัง

1.1.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมายและยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้านมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการสั่งซื้อลดน้อยลง ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น ในขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก จะทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่ายเป็นค่าดำเนินการทางแก่งสมาชิกภายในกลุ่ม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบ มาทำงานสาย บางครั้งต้องให้สมาชิกกลุ่มคนใดคนหนึ่งไปตามมาให้มาทำงาน

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

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) การบริหารการเงินยังไม่มีดี มีเพียงการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ อีกทั้งในขั้นตอนการผลิต มีการผลิตที่ยุ่งยาก

1.1.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

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

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน และสินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมนัก ได้รับความสะดวกจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวเขาได้เป็นอย่างดี

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้คิดว่าได้ช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลกใหม่ ๆ มากขึ้น มีการเปรียบเทียบสินค้า ในด้านความสวยงามของรูปแบบ ขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตจึงจะตัดสินใจซื้อ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนประชากรในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มี

มูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.1.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับรายได้

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องปรับตัวและปรับตัวตามสถานการณ์อยู่ตลอดเพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมาก แต่ในความเป็นจริงทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้เท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีเวลาที่จะสามารถเรียนรู้ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนวด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย แต่หากปล่อยวางหรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบมากขึ้น ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้นและทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้นในด้านราคา คุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไข จึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยาก และส่วนใหญ่กู้เงินได้ในจำนวนวงเงินที่ไม่มาก ทำให้ทางกลุ่มขาดแคลนกำลังทรัพย์ในการบริหารจัดการ

1.2 ผลิตภัณฑ์พริกฉาบของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปบ้านแม่กะเหนื่อ

1.2.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) มีการนำเสนอสินค้าของทางกลุ่มให้แก่วิสาหกิจต่าง ๆ ซึ่งการนำเสนอสินค้าจัดเป็นการตลาดขั้นตอนหนึ่งที่ประหยัด และไม่ต้องลงทุนมากมาย ในช่วงเทศกาล หรืองานมหกรรมต่าง ๆ ทางกลุ่มจะแบ่งกลุ่มกันออกร้านกระจายไปยังที่สถานต่าง ๆ สำหรับในช่วงว่างเว้นจากช่วงเทศกาลหรืองานมหกรรม ทางกลุ่มจะขายผลิตภัณฑ์แบบขายส่งไปยังร้านต่าง ๆ และขายเองบ้าง

ฉาบเป็นอาหารพื้นเมืองที่จัดเป็นอาหารรสชาติอร่อยเป็นอันดับหนึ่งคนในภาคเหนือนิยมรับประทานมาตั้งแต่โบราณ ประกอบไปด้วยเครื่องเทศที่นับเป็นสมุนไพร มีสรรพคุณทางยา เช่น พริกขี้หนู ข่า ตะไคร้ มีรสเผ็ดร้อน ที่มีสรรพคุณเป็นยาบำรุง และรักษาโรค ช่วยขับลม และเจริญอาหาร

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ที่มาส่วนใหญ่ของวัตถุดิบเป็นผลผลิตทางการเกษตรในชุมชน โดยส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นหันมาปลูก พริก ขิง ข่า และตะไคร้ เพื่อที่ทางกลุ่มจะรับซื้อ นำมาแปรรูปเป็นพริกฉาบ น้ำพริกตาแดง ปลุกข้าวกล้วย มะละกอ เพื่อมาแปรรูปเป็นข้าวเกรียบ และข้าวแต่น เป็นต้น หรือซื้อภายในตลาดวโรรส ซึ่งมีหลายร้านด้วยกัน ทำให้ง่ายในการเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงาน และการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมในระดับที่ดี เพราะภายในกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง มีการแบ่งปัน และช่วยเหลือกัน กำหนดหน้าที่ในแต่ละด้านมีการแบ่งตามความเหมาะสม มีประธานกลุ่ม เลขานุการ/เหรัญญิก และกรรมการตามลำดับ

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก จัดว่ามีหลายช่องทางในการหากำไร ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิตเพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกไปสั่งสินค้า จนทำให้เกิดเป็นเหตุการณ์ขาดทุนกำไร

1.2.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้านมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการส่งลดน้อยลงและ ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น ในขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก ทางกลุ่มมีกำลังในการผลิตน้อย หากมีใบสั่งซื้อน้อยจนเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุน และจะทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่ายเป็นค่าดำเนินการแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

ในช่วงนอกฤดูการวัตถุดิบบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาที่สูงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อที่มี

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือข่าย หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง และช่วยเหลือกันและกัน ในการบริหารจึงเป็นไปได้ยากเพราะทุกคนมีความคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี จึงสามารถทำงานร่วมกันแบบเรียบง่าย ไม่มีความเข้มงวดแต่อย่างใด แต่หากมีการปรับเปลี่ยนระบบและค่านิยมภายในให้มีความเข้มงวดในการทำงานมากขึ้น รวมทั้งการทำให้สมาชิกมาทำงานตรงเวลา จึงเป็นไปได้ยาก เพราะทุกคนทำงานแบบตามใจตนเอง

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ มีกำลังในการผลิตน้อย ในช่วงนอกฤดูการวัตถุดิบมีราคาสูงมากขึ้นกว่าราคาเดิม ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นและไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.2. 3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำมาใช้ดำเนินการกิจการสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรมและการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิต

เป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน รูปแบบการดำรงชีวิตเป็นแบบเดิม ๆ และเนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นส่วนประกอบของอาหารยอดนิยม จึงทำให้เป็นที่ต้องการมาก ทำให้ทางกลุ่มมียอดขายการสั่งซื้อเข้ามาตลอด

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) หลายสิ่งหลายอย่างเข้ามามีบทบาทมากมาย ตั้งแต่การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของทางกลุ่มแต่อย่างใด เพราะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมานาน และสั่งสมมาจนถึงปัจจุบัน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จำช่วยเหลือในการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์พริกกลาบ สิ่งที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมานาน และสั่งสมมาจนถึงปัจจุบัน ระดับการแข่งขันของผู้ค้ารายอื่น ๆ จึงสูง มีคู่แข่งมาก แต่ทางกลุ่มเลือกใช้ชีวิตดูดิบที่ได้คุณภาพ โดยก่อนการผลิตจะมีการคัดเลือกวัตถุดิบทุกครั้งก่อนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มสะอาด และปลอดภัย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดีและอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่เข้ามาสั่งซื้ออยู่ตลอด ด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับปริมาณของน้ำพริกตาแดงที่บรรจุภัณฑ์ลงในภาชนะว่ามากหรือน้อย หรือขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตนั่นเอง

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

1.2.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังการสั่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดส่ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโก่งกินโครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรมและการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามประสาชาวบ้านในท้องถิ่น จึงทำให้ในหลายด้านไม่มีการพัฒนาให้เหมาะสมต่อความต้องการผู้บริโภค และไม่มีการคิดค้นหรือประยุกต์สูตรเครื่องน้ำพริกให้แปลกใหม่ ขาดความคิดสร้างสรรค์ หรือจุดเด่น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมือง จนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอน และขาดอำนาจในการสั่งการหลายด้าน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจจริง แต่ทางกลุ่มไม่มีทุนในการจัดซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ เหล่านั้นมาใช้ อีกทั้งทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาว่างมีน้อย และมีอายุมาก จึงไม่สามารถจดจำการใช้งานที่ซับซ้อนได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก หากทางกลุ่มพัฒนาสูตรพริกเผาใหม่ๆ ได้ และหากขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ไม่นานก็เกิดการลอกเลียนแบบขึ้น ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนบวกกับลูกค้าชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้นอย่างไหนดีกว่ากัน

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินกู้มากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.3 ผลลัพธ์แปรรูปใหม่ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ป็นนาไม้

1.3.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) มีการจัดซื้อ เช่น ทำนามบัตร และจัดทำสื่อทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลา มีงานจัดแสดงสินค้าที่ใดบ้าง เพื่อเพิ่มช่องทาง ทางการตลาด นำเสนอสินค้าให้กับผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการสั่งซื้อโดยตรง การนำเสนอสินค้าจัดเป็นการตลาดขั้นตอนหนึ่งที่ประหยัด และไม่ต้องลงทุนมากมาย ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่แพร่หลาย โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ทางกลุ่มต้องผลิตสินค้าออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เพราะมีลูกค้าที่มาจากที่ต่าง ๆ มากมาย มาซื้อหาไว้เพื่อเป็นของฝาก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบหลัก ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ คือเศษไม้และชิ้นเลื่อย จะซื้อตามโรงงานแปรรูปไม้ต่าง ส่วนวัตถุดิบอื่นจะซื้อตามห้างร้านทั่วไป หรือในตลาดวโรรส ซึ่งมีหลายร้านด้วยกัน ทำให้ง่ายในการเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มผลิตภัณฑ์ ปันนาไม้ไม่เป็นการผลิตในชุมชนตามแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการทำลักษณะพื้เนื้อ เครื่องญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง ในการทำงาน หรือความสัมพันธ์ในสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วม จึงจัดว่าดี และช่วยเหลือกัน กำหนดหน้าที่ในแต่ละด้านมีการแบ่งตามความเหมาะสม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุน ได้ง่ายในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.3.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ส่วนยอดการสั่งสินค้าจะขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ หากเศรษฐกิจดียอดการสั่งก็จะดีตาม หากเศรษฐกิจไม่ดียอดสั่งก็จะลดลง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคาวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก อีกทั้งทางกลุ่ม

ขาดเครื่องมือในการผลิตบางชนิด ในช่วงฤดูฝนวัตถุดิบ เช่น ไม้ หรือเศษไม้ จะหาได้ยากขึ้น ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก อีกทั้งไม้ก็เก็บความชื้นไว้มาก ทำให้ไม้ที่ซื้อมา หรือไม้ที่เก็บไว้ขึ้นรา ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้น และเกินกำลังซื้อที่มี

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ประสิทธิภาพ การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การบริหารยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ทั้งยังขาดความเข้มงวดในการทำงาน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ มีกำลังในการผลิตน้อย ในช่วงฤดูฝนวัตถุดิบมีราคาที่สูงมากขึ้นกว่าเดิม ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นและไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.3.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาดำเนินกิจการสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีการออกแบบสวยงาม จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) หลายสิ่งหลายอย่างเข้ามามีบทบาทมากมาย ตั้งแต่การเมือง จนถึงนโยบายรัฐบาล ที่มีการปรับเปลี่ยนหลายด้านทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่มากขึ้น ตามแผนกระตุ้นเศรษฐกิจ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้คิดว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อเป็นต้น) มีทั้งลูกค้าและใหม่อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของที่แปลกตาและสินค้าแนวใหม่ ๆ มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไขเป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.3.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังการสั่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดส่ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น จึงทำให้หลายด้านไม่มีการพัฒนา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคมแต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิต จะมุ่งพัฒนาเพียงเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมเพียงอย่างเดียว นั้น ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมือง จนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอนและขาดอำนาจในการสั่งการหลายด้าน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจจริง แต่การนำมาใช้นั้นค่อนข้างยาก เพราะกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสูงและรวดเร็ว จนทางกลุ่มตามไม่ทัน

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะมีการลอกเลียนแบบ และเกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้น จะทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้นกว่าแต่ก่อน ว่าผลิตภัณฑ์จำเป็นมากน้อยหรือไม่อย่างไร ตามสภาพเศรษฐกิจ

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

1.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชน และค่านิยมของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านจ้องใต้

1.4.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์และยอดขาย เป็นต้น) ส่วนใหญ่จะมีผู้มารับซื้อไปขายเอง หรือทำตามใบสั่งในช่วงแรกที่ทำให้การผลิตจะนำไปขาย แต่หลังจากมีผู้บริโภคลองสินค้าแล้วทำให้สินค้าเริ่มเป็นที่สนใจของท้องตลาดมากขึ้น จากที่เมื่อก่อนต้องไปขายเอง ปัจจุบันมีคนมารับซื้อถึงบ้าน ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมตามลำดับ เช่น ชูเปอรั่มมาร์เก็ต ร้าน ก้วยเตี่ยว บั่มน้ำมัน และโรงพยาบาลแม่และเด็ก โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นการนำเสนอสินค้าให้กับผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการสั่งซื้อโดยตรง ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่แพร่หลาย และจำหน่ายได้มากขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) เลือกใช้วัตถุดิบที่หาได้ในแหล่งชุมชน เป็นการกระจายรายได้แก่คนในชุมชน และลดต้นทุนในการจัดซื้อขนส่ง ในนอกฤดูกาลสมุนไพรบางชนิดหายาก วัตถุดิบมีราคาที่สูง และไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ สามารถจัดซื้อหาตามร้านค้าทั่วไป เช่น ร้านฮงฮวด ถนนมหิดล จังหวัดเชียงใหม่

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลที่ทำงานร่วมกันอยู่ในระดับที่ดี เป็นการทำงานที่เรียบง่าย ในแต่ละหน้าที่จะทำงานช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.4.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดคุ้มทุน และยอดขาย เป็นต้น) กลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน แต่ขาดการส่งเสริมในด้านโฆษณาผลิตภัณฑ์ มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี ทำให้ยอดขายลดลง ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มมีกำลังในการผลิตน้อย หากมีใบสั่งซื้อน้อยจนเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุนได้ เพราะขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก และลงทุนลงแรงมาก ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอเป็นค่าดำเนินงานทางแก๊สมาชิกภายในกลุ่ม

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

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ มีกำลังในการผลิตน้อย ในช่วงนอกฤดูการลวดดัดมีราคาที่สูงมากขึ้นกว่าเดิม ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.4.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจรายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) กลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาดำเนินกิจการ และสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบการดำรงชีวิตเปลี่ยนไปมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์

ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้าขอดีนิยมเพราะเหตุนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมียอดขายได้มากขึ้น อีกทั้งในการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) หลายสิ่งหลายอย่างเข้ามามีบทบาทมากมาย ตั้งแต่การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล ที่มีการปรับเปลี่ยนในหลาย ๆ ด้านทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่มากขึ้น ตามแผนกระตุ้นเศรษฐกิจ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จำว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ในติดต่อค้าขายได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แต่ทางกลุ่มสามารถนำเอาประโยชน์ของสมุนไพรมานำใช้ได้มาก อีกทั้งในการผลิตมีการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนการผลิตทุกครั้ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลกๆ ใหม่ๆ มากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาดสินค้า และตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองสามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.4.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังการสั่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

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

ที่ทันสมัย เพื่อให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย และบรรจุกฎที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอน และขาดอำนาจสั่งการหลาย ๆ ด้าน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลนั้นความล่าช้าซึ่งไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น เพราะคู่แข่งยังโฆษณาเกินจริง จึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกกว่า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

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

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้นโดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.5 ผลกระทบที่กลุ่มน้ำพริกตามเดงบ้านสันต้นม่วงเหนือ

1.5.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุกฎที่และยอดขาย เป็นต้น) การจำหน่ายส่วนใหญ่จะมีผู้มารับซื้อไปขายเอง หรือทำตามใบสั่งในช่วงแรกๆ ที่ทำการผลิตจะนำไปขาย แต่หลังจากผู้บริโภคได้ลองสินค้าแล้ว ทำให้สินค้าเริ่มเป็นที่สนใจของท้องตลาดมากขึ้น จากการที่เมื่อก่อนต้องไปขายเอง ปัจจุบันมีคนมารับซื้อถึงบ้าน ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมตามลำดับ

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบเป็นผลผลิตทางการเกษตรภายในชุมชนของตน โดยส่งเสริมให้ราษฎรทำกิจกรรมในชุมชน ให้หันมาปลูก พริก ขิง ข่า และตะไคร้ เพื่อที่ทางกลุ่มจะรับซื้อ นำมาแปรรูปเป็นน้ำพริกตาแดง ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถจัดซื้อหาตามห้างร้านค้าทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีสมาชิกในกลุ่ม 15 คน เนื่องจากการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก การทำงานหรือความสัมพันธ์ภายในกลุ่มอยู่ในระดับที่ดี เพราะมีการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือญาติหรือเพื่อนบ้าน สามารถทำงานช่วยเหลือกันและกัน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก และเงื่อนไขดี

1.5.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุฤทธิ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายลดลงน้อยลง ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ในขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก ทางกลุ่มมีกำลังในการผลิตน้อย หากมีใบสั่งซื้อน้อยจนเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุน และจะทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่าย เป็นค่าดำเนินงานแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

ในช่วงนอกฤดูการผลิตวัตถุดิบบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อที่มี

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

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่ม คือ มีกำลังในการผลิตน้อย ในช่วงนอกฤดูการผลิตมีราคาสูงมากขึ้นกว่าเดิม ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.5.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน การดำรงชีวิตเป็นแบบดั้งเดิม และเนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นส่วนประกอบของอาหารยอดนิยมจึงทำให้เป็นที่ต้องการมาก ทำให้ทางกลุ่มมีขอการสั่งซื้อเข้ามาตลอด

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) หลายสิ่งหลายอย่างเข้ามามีบทบาทมากมาย ตั้งแต่การเมือง จนถึงนโยบายรัฐบาล แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของทางกลุ่มแต่อย่างใด เพราะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมานาน และสั่งสมมาจนถึงปัจจุบัน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าช่วยเหลือในการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ในติดต่อค้าขายได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดง สิ่งที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมานาน และสั่งสมมาจนถึงปัจจุบัน ระดับการแข่งขันของผู้ค้ารายอื่นๆ จึงสูง มีคู่แข่งมาก แต่ทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่ได้คุณภาพ โดยก่อนการผลิตจะมีการคัดเลือกวัตถุดิบทุกครั้งก่อนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มสะอาดและปลอดภัย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่เข้าสั่งซื้ออยู่ตลอด ในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับปริมาณของ น้ำพริกตาแดง ที่บรรจุก้นถังในภาชนะว่ามากหรือน้อย หรือขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตนั่นเอง

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนประชากรท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุน ได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.5.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังการสั่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่ายๆ ตามวิถีแบบชาวบ้านในท้องถิ่น จึงทำให้ในหลาย ๆ ด้านไม่มีการพัฒนาให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภค ไม่มีการประยุกต์สูตรน้ำพริกตาแดงให้แปลกใหม่และขาดความคิดในการสร้างสรรค์หรือสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งการที่จะทำให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัยพร้อมบรรจุกักเก็บที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอน และขาดอำนาจสั่งการหลายๆ ด้าน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ทางกลุ่มไม่มีทุนในการจัดซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ เหล่านั้นมาใช้ อีกทั้งทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาว่างมีน้อยและสมาชิกกลุ่มมีอายุมาก จนไม่สามารถจดจำการใช้งานที่ซับซ้อนได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก หากทางกลุ่มพัฒนาสูตรน้ำพริกตาแดงใหม่ๆ ได้ หากขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่องไม่นานก็เกิดการลอกเลียนแบบขึ้น ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน บวกกับลูกค้าชอบลองสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อเปรียบเทียบสินค้าว่าอย่างไรดีกว่ากัน

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อน จึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.6 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ไม้แกะสลัก และสมุนไพรสลัก ของผลิตภัณฑ์กลุ่มมิ่งไม้เมืองเหนือ

1.6.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการจัดจำหน่ายเองในสถานที่ต่าง ๆ เช่น ถนนคนเดิน ท่าแพ และไนท์บาร์ซ่า เป็นต้น ขายส่งให้แก่ลูกค้าที่สั่ง (Order) เพื่อนำไปจำหน่ายต่อตามสถานที่ต่าง ๆ ทำให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่เป็นไม้จันทน์ ไม้มะม่วง และสมุนไพร ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้จัดซื้อมาจากต่างจังหวัด ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วไป วัตถุดิบของทางกลุ่มจัดเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศทั้งหมด นำมาคัดเลือกรวบรวมและคุณภาพ ก่อนจะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต มีรูปแบบที่ทันสมัย ตรงตามความต้องการของตลาดใน ด้านมาตรฐานการผลิตได้มีการทดสอบความแข็งแรง สวยงาม

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีสมาชิกในกลุ่ม 10 คน เป็นการผลิตในชุมชนตามแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการทำงานในลักษณะเครือข่ายหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงมีระบบในการพึ่งพาอาศัยกันดี

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินทุน เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี

1.6.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่แต่ช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการส่งลดน้อยลง ไม่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) วัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก ทางกลุ่มมีกำลังการผลิตน้อย หากมีใบสั่งซื้อน้อยจนเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุน และจะทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในดำเนินการแก่สมาชิกภายในกลุ่ม

ในช่วงก่อนฤดูฝนต้องใช้จ่ายเงินจำนวนมาก เพื่อหาซื้อวัตถุดิบเก็บไว้ เนื่องจากฤดูฝนวัตถุดิบอย่างเช่นไม้หาซื้อยากและมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินไป กำลังซื้อที่มี

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานและการผลิตในชุมชนตามแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และการบริหารยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ทั้งยังขาดความเข้มงวดในการทำงาน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่มคือ ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่เรียกว่า ฤดูกาล ค่อนข้างมาก หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อรา และในฤดูฝนวัตถุดิบจากไม้ค่อนข้างหายาก และมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.6.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำเงินที่กู้มาใช้ในการดำเนินการสร้างผลกำไร

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโก่งกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้า

ที่แสดงให้เห็นสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทย จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ที่มีกระแสมากมายเข้ามา จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนอย่างมาก เพราะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมานาน และสั่งสมมาถึงปัจจุบัน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จำได้ว่าช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลายทั้งด้านสีสันทัน และลวดลายที่ใช้

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรมจำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อสิ่งของที่แปลกใหม่มาก ซึ่งขึ้นอยู่กับราคา ขนาดของสินค้า ความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

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

1.6.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังการสั่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดส่ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับและรายจ่ายที่มี

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

ต่อกระแสทางสังคม แต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิต จะมุ่งพัฒนาเพียงเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคม เพียงอย่างเดียวนั้นไม่สามารถทำได้ อีกทั้งการที่จะทำให้สาธารณูปโภคปลอดภัย พร้อมบรรจุก๊าซที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอน และขาดอำนาจในการสั่งการหลายด้าน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปได้ด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ทางกลุ่มไม่มีทุนในการจัดซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ เหล่านั้นมาใช้ อีกทั้งทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาว่างมีน้อยและอายุมาก จึงไม่สามารถจดจำการใช้งานที่ซับซ้อนได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมากแต่หากไม่มีการพัฒนา หรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะเกิดการลอกเลียนแบบมากขึ้น และเกิดการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้นกว่าแต่ก่อน และพฤติกรรมการบริโภคเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผันผวน

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบายดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.7 ผลกระทบที่กระดาศา และหมวกควาบอย

1.7.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุก๊าซ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการจัดจำหน่ายเองในสถานที่ต่างๆ เช่น ร้านค้าบ่อสร้าง ถนนคนเดินท่าแพ และในต่างจังหวัด เช่น เมืองทองธานี

เป็นต้น ขายส่งให้แก่ลูกค้า ที่สั่ง (Order) เพื่อนำไปจำหน่ายต่อตามสถานที่ต่าง ๆ มากมาย ทำให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นหัตถกรรมที่แปรรูปทำจากกระดาษสา มีผลิตภัณฑ์คือ หมวกทาบอย ภาพปูนดำ ลูกกระดาษสา และพัดกระดาษสา วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบจาก กระดาษสา เชือก และ กระจกพลาสติก วัตถุดิบส่วนใหญ่ ซึ่งได้มาจากการสั่งซื้อจากโรงงานกระดาษสาในหมู่บ้านต้นเปา และพ่อค้าที่นำมาขายบริเวณรอบนอกต่างอำเภอ จังหวัดเชียงใหม่ ถ้าสั่งซื้อในจำนวนมากจะได้ราคาที่ถูกลง

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการทำงานตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการทำลักษณะเครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงการทำงานหรือความสัมพันธ์จัดอยู่ในระดับที่ดี มีการช่วยเหลือกันและกัน สมาชิกทุกคนปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ ส่วนการผลิตจะแบ่งตามความสามารถของแต่ละคน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี

1.7.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุจุดมุ่งหมายและยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการส่งลดน้อยลง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่าเท่านั้นที่ยังสั่งซื้ออยู่

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคาของวัตถุดิบที่การปรับตัวสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอสำหรับจ่ายเป็นค่าดำเนินงานแก่สมาชิกภายในกลุ่ม และทางกลุ่มประสบปัญหาขาดเงินหมุนเวียนอยู่บ่อยครั้ง เพราะในช่วงฤดูฝนกระดาษสาขึ้นมีราคาปรับตัวขึ้นสูง จึงต้องซื้อวัตถุดิบเก็บไว้ ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินไปเกินกำลังซื้อที่มี

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

ระบบเท่าที่ควร อีกทั้งขาดความเข้มงวดในการทำงาน จึงทำให้ขาดความชำนาญงานด้วยเช่นกัน เพราะขาดแรงกระตุ้นในการเรียนรู้งาน

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

การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาหลักของทางกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิต ซึ่งทางกลุ่มต้องอาศัยธรรมชาติเป็นกระบวนการสำคัญ เช่น หากไม่มีแสงแดดก็จะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้ เพราะวัตถุดิบจะเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดเชื้อรา อีกทั้งในฤดูฝนวัตถุดิบค่อนข้างหายากและมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.7.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นหรือกองทุนในหมู่บ้านได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน จากนั้นจึงนำเงินมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างผลกำไร

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

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมอาชีพการทำงานหัตถกรรมให้เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน และคุณภาพในการส่งออกสินค้า สิ่งเหล่านี้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าได้ช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างสามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก แต่ทางกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย ตั้งแต่ คุณสมบัติของกระดาสา สีส้น และลวดลายที่ใช้

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลกๆ ใหม่ๆ ในการตกแต่งบ้าน

มากขึ้น ส่วนด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาด ความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนประชากรในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.7.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้ยอดขายการส่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีค่าจัดตั้ง และราคาวัตถุดิบมีอัตราเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับรายจ่ายที่มี

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม แต่ทางกลุ่มต้องทำการผลิต จะมุ่งพัฒนาเพียงเพื่อให้ทันต่อกระแสสังคมเพียงอย่างเดียว นั้นไม่สามารถทำได้ อีกทั้งการที่จะทำให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย พร้อมบรรจุกัญชาติที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) การเมืองจนถึงนโยบายรัฐบาล มีความไม่แน่นอน และขาดอำนาจสั่งการหลายๆ ด้านทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปได้ด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจจริง แต่ทางกลุ่มไม่มีทุนในการจัดซื้อเทคโนโลยีใหม่ๆ เหล่านั้นมาใช้ อีกทั้งไม่สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีเวลา และไม่สามารถจดจำการใช้งานที่ซับซ้อนได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก แต่หากไม่มีการพัฒนาหรือขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่นานจะเกิดการลอกเลียนแบบมากขึ้น และเกิดการเปรียบเทียบมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไป

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น)

ลูกค้ามีพฤติกรรมในการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้น โดยจะเลือกดูว่าผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นมากน้อยหรือไม่อย่างไร ซึ่งเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผันผวน การเลือกซื้อสินค้าอะไรก็จะต้องคำนึงถึงความสำคัญ ประโยชน์ และราคาก่อน

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น)

ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.8 ผลลัพธ์ชนมไทย ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ป่าคำชนมไทย

1.8.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการจำหน่ายชนมไทย มีการจำหน่ายภายในชุมชน ชุมชนใกล้เคียง โรงเรียน งานบุญงานศพ และงานมงคลต่างๆ โดยมีหน่วยงานของ อบต. ช่วยเหลือ

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้งอาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) สามารถหาซื้อวัตถุดิบภายในชุมชนของตนเองและชุมชนใกล้เคียงได้ง่าย มีคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบก่อนทุกครั้ง ที่จะนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต อีกทั้งทางกลุ่มได้ลดต้นทุนโดยการนำชนมใส่ลงในกระทงใบตองในการจัดจำหน่าย

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 12 คนต่อกลุ่ม ทางกลุ่มมีการทำงานตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีการทำงานลักษณะครอบครัวหรือเครือญาติ ที่ช่วยเหลือและเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินทุน เป็นต้น) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี

1.8.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

- 1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายหลายด้าน มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่แต่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ยอดขายการส่งลดน้อยลง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่าเท่านั้นที่ยังสั่งซื้ออยู่
- 2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคาวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ทางกลุ่มจึงประสบปัญหาขาดเงินหมุนเวียนอยู่บ่อยครั้ง เพราะราคาน้ำตาลปรับตัวสูงขึ้น อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่มีราคาขึ้นๆ ลงๆ ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากขึ้นค่าแรงค่าจ้าง
- 3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) การบริหารและการจัดการยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร และไม่มีระเบียบแบบแผนในการทำงาน ทำให้สมาชิกขาดความชำนาญงาน เพราะขาดแรงกระตุ้นในการทำงาน และการเรียนรู้งานที่ทำอยู่
- 4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นเช่น น้ำตาลที่มีราคาแพงขึ้น ทำให้ทางกลุ่มขาดเงินหมุนเวียนภายในกลุ่มเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผลิตในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องใช้น้ำตาลเป็นจำนวนมาก แต่ทางกลุ่มก็ไม่สามารถขึ้นราคาสินค้ามาชดเชยในส่วน of ราคาน้ำตาลได้ เพราะหากทำอย่างนั้นลูกค้าอาจลดจำนวนน้อยลง จนทางกลุ่มอาจเสียลูกค้าไปได้

1.8.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำเงินมาบริหารกิจการเพื่อสร้างผลกำไร จากเงินที่มีอยู่
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่ายๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน อีกทั้งในด้านการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ สินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หรืออาจเรียกว่ามีเอกลักษณ์ จึงทำให้สินค้าของทางกลุ่มมียอดขายเพิ่มขึ้น

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งในส่วนนี้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ทั้งด้านการลงทุน และการช่วยเหลือด้านงบประมาณสนับสนุน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วัฒนธรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จัดว่าได้ช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มเป็นอย่างดี

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ทางกลุ่มจึงใช้กลยุทธ์ลดต้นทุน ด้านบรรจุภัณฑ์แทน โดยหันมาใช้ใบตองในการบรรจุภัณฑ์แทนการใช้ถุงพลาสติก

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเอง และเมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าขึ้น ก็จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อที่ครั้งละไม่มาก แต่จะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีก ในภายหลัง เป็นระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจะตั้งซื้อทีละมากๆ ตามกำลังเงินที่มี

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

1.8.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้ยอดขายการส่งซื้อลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีค่าใช้จ่ายจัดตั้ง และวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมที่แพง โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายรับรายจ่ายที่มี

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งการที่จะทำให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

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

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนรู้เทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากไม่สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมในการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้นกว่าเดิม จะเลือกดูว่าผลิตภัณฑ์มีรสชาติดีหรือไม่ มีคุณภาพมากน้อยแค่ไหน ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.9 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้

1.9.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการจำหน่ายภายในชุมชน ขายสินค้าทางศูนย์ OTOP อำเภอคอยสะเกิด โดยมีร้านค้ามารับไปจัดจำหน่ายเอง และจำหน่ายในบริเวณถนนคนเดิน มีส่งเสริมการตลาดโดยการจัดซื้อ เช่น ทำนามบัตร และ โบชัวร์ เป็นต้น เพื่อโฆษณาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

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

ทางกลุ่มจะจัดซื้อวัตถุดิบมาจากโรงงานเครื่องเงินโดยตรงในกรณีที่มีใบสั่งสินค้าเข้ามาจำนวนมาก เพื่อเป็นการลดต้นทุน อีกทั้งมีคัดเลือกคุณภาพวัตถุดิบก่อนทุกครั้ง ที่จะนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการผลิต ในชุมชนตามรูปแบบหัตถกรรมชุมชนขนาดเล็ก เป็นการทำลักษณะครอบครัว โดยก่อนจะเริ่มทำ ผลิตภัณฑ์ และจ่ายงานให้แก่ผู้ดำเนินงาน ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ จากนั้นลูกค้าจะมารับเพื่อ จัดหน่วยต่อตามที่ต่าง ๆ

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

1.9.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุถึง และยอดขาย เป็นต้น) ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ยอดขายลดลงน้อยลง อีกทั้งทางกลุ่มลงทุนในด้านโฆษณาค่อนข้างมากในการทำนามบัตร และโบชัวร์

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้งอาคาร กระบวนการผลิต ค่าจ้างการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ราคา วัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ทางกลุ่มจึงประสบปัญหา ขาดเงินหมุนเวียนอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อที่มี

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่า नियม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) การบริหาร และการจัดการยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ทั้งยังขาดความเข้มงวดในการทำงาน จึงทำให้สมาชิกขาด ความชำนาญงาน ขาดแรงกระตุ้นในการทำงาน และการเรียนรู้งานที่ทำอยู่

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ปัญหาการขาดวัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น ทำให้ทางกลุ่มขาดเงิน หมุนเวียนภายในกลุ่มเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผลิตในแต่ครั้ง จำเป็นต้องใช้ เงินเป็นจำนวนมาก

1.9.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตรา ภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตรา

ดอกเบี้ยที่ต่ำ ตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ คือกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำเงินมาใช้ดำเนินการ เพื่อสร้างผลกำไรจากเงินที่มีอยู่

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโก่งกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำรงชีวิตเป็นไปแบบง่าย ๆ ตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน และสินค้าของทางกลุ่มเป็นสินค้าขอดีนิยมมาก ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยที่ใช้เครื่องเงินในการแต่งกายได้เป็นอย่างดี

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง และประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงชีพทั้งตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งในส่วนนี้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการลงทุนและการช่วยเหลือทางด้านงบประมาณสนับสนุน

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในส่วนนี้จึงช่วยเหลือในการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในสังคม สามารถเรียนรู้ และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ทางกลุ่มจึงใช้กลยุทธ์ปรับเปลี่ยนรูปแบบของชิ้นงานใหม่ โดยการปรับเปลี่ยนลวดลาย

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของที่แปลก ใหม่ สะดุดตามากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ และตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดจำนวนประชากรในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.9.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดตั้ง และราคาวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น จึงไม่สอดคล้องกับรายได้

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม อีกทั้งการที่จะทำให้ได้สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยากและความไม่แน่นอน ทั้งการช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มได้ทันใจ

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่ม ไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากเวลาว่างมีน้อย จึงไม่สามารถเรียนรู้ได้มากนัก

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

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้นแต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น

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

โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนเพียงเล็กน้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion ชูรักชุมชน ตำบลตลาดใหญ่ และตำบลสำราญราษฎร์ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในปี พ.ศ. 2549 มีดังนี้

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 ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย และเครื่องประดับ ของกลุ่มวงเดือนผ้าไทย และเครื่องประดับ

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มนมสดกล้วยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 85 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ซึ่งทางกลุ่มได้คะแนนในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ในประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต และในประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้คะแนนค่อนข้างสูง ในส่วนอื่นยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้างจัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้

2.2 ผลិតภัณฑ์พริกฉาบ ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปบ้านแม่กะเหนื่อ

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์เกษตรกรแปรรูปบ้านแม่กะเหนื่อมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 51 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ได้คะแนนค่อนข้างน้อยไม่มีส่วนใดได้รับคะแนนเต็มเลย ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว จำต้องมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.3 ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ป่านาไม้

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์ป่านาไม้ มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 56 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ได้คะแนนค่อนข้างน้อย แต่มีส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต ซึ่งชุมชนนั้นที่ได้รับคะแนนเต็ม จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว และต้องมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.4 ผลิตภัณฑ์ขนมพูน และครีมνωดผสม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านจ้องใต้

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรบ้านแม่บ้านจ้องใต้มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 60 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ คะแนนยังอยู่ในเกณฑ์ที่พอใช้ ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว จึงจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.5 ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำพริกตาแดงบ้านสันตันม่วงเหนือ

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดงบ้านสันตันม่วงเหนือมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 80 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว สามารถทำคะแนนในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนได้ค่อนข้างสูงทุกประเด็น ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาดและส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณา ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์มีข้อบกพร่องเพียงเล็กน้อย

2.6 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ไม้แกะสลัก และสบู่แกะสลัก ของผลิตภัณฑ์กลุ่มมิ่งไม้เมืองเหนือ

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์มิ่งไม้เมืองเหนือมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 68 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างต่ำทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว จึงจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.7 ผลิตภัณฑ์กระดาษสา และหมวกควาบอย

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาและหมวกควาบอยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 85 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องเพียงเล็กน้อยที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ แต่สามารถทำคะแนนในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ได้เต็มทุกประเด็น ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาดและ ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์มีข้อบกพร่องเพียงเล็กน้อย แต่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 5 ดาว ประเภทเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้ จึงจำเป็นต้องมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.8 ผลิตภัณฑ์ขนมไทย ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ป่าคำขนมไทย

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์ป่าคำขนมไทยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 47 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 1 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างต่ำกว่าเกณฑ์ ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและยากต่อการพัฒนา

2.9 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้

จากผลการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้มีคะแนนรวมทั้งสิ้น 49 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 1 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างต่ำกว่าเกณฑ์ ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้

ทางการตลาด และส่วน ก หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและยากต่อการพัฒนา

3. การจัดการความรู้โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

ผลจากการจัดการความรู้โดยการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกับเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยสรุป 7 ประการ (อภิชัย พันธเสน, 2545) พบว่ากลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการวิจัยมีพื้นฐานในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอยู่แล้ว เนื่องด้วยชีวิตในชนบทมีวิถีชีวิตแบบพอเพียงมาตั้งแต่ดั้งเดิม กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลตลาดใหญ่และตำบลลำราญราษฎร์ อำเภอศอชยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ จัดว่าเป็นชุมชนเมืองกึ่งชนบท โดยมีการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อนำไปจัดการธุรกิจได้ ดังนี้

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย และเครื่องประดับ ของกลุ่มวงเดือนผ้าไทย และเครื่องประดับ กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต
	- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต
	- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
	- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	- มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน
	2. ความพอเพียงโดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า
	- ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
	- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย
	- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	- มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึงการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับ

ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผลิตภัณฑ์ผ้าไทยและเครื่องประดับของกลุ่มวงเดือนผ้าไทย และเครื่องประดับ	สถานภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ 5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ 6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก 7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ถ่อนั้นจนเกินความสามารถในการชำระหนี้
--	---

ตารางที่ 6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์พริกฉาบของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปบ้านแม่ก๊ะเหนือกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้เพื่อวิเคราะห์	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ 1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน 2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
--	---

การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์พริก ของกลุ่มเกษตรกรแปรรูป บ้านแม่กะเหนื่อ	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับ สภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มี คุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึง สถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์บ้านแม่กะเหนื่อกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ	
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี ชาวบ้าน ถึงประติมากรรมคิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียงโดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการ การผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัดและคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์แปรรูป ไม้ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ ป่านาไม้	- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับ สภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่ มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวไม่ได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึง สถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์แซมพู และครีมนวดผมของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร
บ้านจ้องใต้กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ	
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี ชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และปริมาณของ กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร บ้านจ้องใต้	- ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสม กับสถานภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้า ที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อสัตย์ ขาดคลอง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึง สถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำพริกตาแดงบ้านต้นต้นม่วงเหนือกับปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี ชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด และมีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์กลุ่ม น้ำพริกตาแดงบ้านสัน ต้นม่วงเหนือ	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร คำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อขาย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย

ตารางที่ 6.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ไม้และสลัก และสบู่แกะสลัก ผลิตภัณฑ์กลุ่มมิ่งไม้เมืองเหนือกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ	
1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต	- ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์เครื่อง เงินไม้แกะสลัก และสถาปัตยกรรม แกะสลัก ของผลิตภัณฑ์ กลุ่มมิ่งเมืองเหนือ	- สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียงโดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึงการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริตไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย

ตารางที่ 6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กระดาษสา และห่มกาวบอยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ	
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์กระดาษ สา และหมวกควาย	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริตไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้าและสมาชิก
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย

ตารางที่ 6.8 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ขนมไทย ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้าคำขนมไทยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ขนมไทย ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ป่า คำบนมไทย	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ให้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย

ตารางที่ 6.9 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้ กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ	
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับเงินแท้	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสถานภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ให้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ล้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีบริการที่ดีหลังการขาย เน้นขายสินค้าอย่างเดียวไม่ได้ - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้