

บทที่ 6

การวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอคอยสะเก็ด

การวิเคราะห์ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษาตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้ง 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis
2. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion

1. การวิเคราะห์ศักยภาพตามหลักเกณฑ์ SWOT Analysis

SWOT Analysis นับว่าเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้สำหรับพิจารณาถึงสิ่งรื้อทางสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบโดยตรงต่อองค์กร หรือต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสิ่งเร้านั้นอาจเกิดจากสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจ SWOT Analysis สามารถวิเคราะห์ บ่งบอกถึงจุดเด่นและจุดด้อย โอกาสและอุปสรรค ที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามศักยภาพตามแต่ละกลุ่มซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์

1.1.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะรับตามใบสั่งมีการฝากขายตามร้านค้าชุมชนอำเภอคอยสะเก็ด และชุมชนใกล้เคียงในตัวเมืองเชียงใหม่และตามที่ถูกค้าส่ง เพื่อนำไปจำหน่ายในที่ต่างๆ เช่น ตลาดนัด งานวัด งานบุญ เทศกาล วันชะปะของดี และงานแสดงสินค้าของอำเภอ เป็นต้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง) ทางกลุ่มใช้วัตถุดิบที่เหลือใช้มากกลับมาใช้ใหม่ โดยออกแบบให้สามารถนำวัสดุเหล่านี้ใช้ให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้

ใช้ขวดน้ำอัดลมพลาสติก (ขะริไซเคิล) โดยใช้ขวดพลาสติกทุกขนาด ทุกชนิด ไม่เจาะจง ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการนำของเหลือใช้มารีไซเคิล เช่น ที่ใส่กระดาษทิชชู ที่ใส่ไม้จิ้มฟัน โคมไฟโต๊ะหมู่บูชา และผลิตภัณฑ์งานฝีมือต่าง ๆ

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มมีการผลิตในชุมชน ตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้ ฝีมือ และความอดทนในการทำงานสูง ระบบการทำงานจึงเป็นแบบเรียบง่ายในลักษณะพี่น้อง เครือญาติ หรือเพื่อนบ้านใกล้ชิด

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

1.1.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุถึงขั้น ยอดขาย) ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ยอดขายลดลง เนื่องจากลูกค้าไม่มีกำลังเงินในการซื้อสินค้า

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิตและสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มประสบปัญหาขาดสมาชิกที่มีความชำนาญงานในการผลิต อีกทั้งยังทำให้กำลังการผลิตของ ทางกลุ่มน้อยลง สมาชิกส่วนใหญ่ที่ชำนาญงานเป็นผู้สูงวัย ทำให้ในการผลิตไม่ทันต่อ ความต้องการของลูกค้า

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) การบริหาร การจัดการ ยังไม่เป็นระบบ อีกทั้งยังขาดความเข้มงวดในการทำงาน ทำให้สมาชิกขาดความชำนาญงานและขาด แรงกระตุ้นในการทำงาน จึงส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ได้น้อย

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนสามารถทำได้ง่าย แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ ในวงเงินที่ต้องการ

1.1.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ ซึ่งเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำเงินมาบริหารจัดการ เพื่อสร้างผลกำไรจากเงินที่มีอยู่
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก) รูปแบบการดำรงชีวิตเป็นไปอย่างเรียบง่ายตามวิถีชาวบ้านในท้องถิ่น มีสาธารณูปโภคครบครัน และสินค้าของกลุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมมากจนได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นสภาพสังคมปัจจุบันที่มีขยะมากตามสถานที่ต่าง ๆ และแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของวัสดุที่เหลือใช้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก และสามารถเพิ่มยอดขายให้กับทางกลุ่มได้มากขึ้น
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชน สามารถช่วยเหลือตนเองสามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งในส่วนนี้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากในการลงทุน และการช่วยเหลือด้านงบประมาณสนับสนุนจากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสเข้ามามากมาย จึงทำให้ความต้องการรวมถึงรสนิยมเปลี่ยนไปมากตามกระแสสังคมเหลือเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ และการลงทุนเป็นอย่างดี
- 4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิชาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น เป็นการส่งเสริมในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้อย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สามารถเรียนรู้และติดต่อค้าขายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านช่องทางทางเทคโนโลยี
- 5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ทางกลุ่มจึงใช้กลยุทธ์ปรับเปลี่ยนรูปแบบชิ้นงานให้ใหม่อยู่เสมอ โดยการปรับเปลี่ยนลวดลายที่ลุลงบนขวดพลาสติก
- 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใหม่ตลอด เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อของแปลก ๆ ใหม่ ๆ และสวยงามมากขึ้น ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ ขนาดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต และตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย ซึ่งมีเงื่อนไขที่ดี และมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.1.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคน้อยลง ทั้งนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง และราคาน้ำมันไม่คงที่ซึ่งทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่าย ค่าจัดส่งเพิ่มมากขึ้น ค่าครองชีพสูงตามสภาพเศรษฐกิจซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา โดยทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคมซึ่งสามารถเป็นไปได้อย่าง เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่อายุมากเกินกว่าที่จะตามกระแสทางสังคมได้ทัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ สิทธิบัตร) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากทางรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น ทางกลุ่มไม่สามารถศึกษา หรือเรียนรู้ได้ เนื่องจากเทคโนโลยีมีความซับซ้อนค่อนข้างมาก และต้องใช้เวลาในการศึกษา การนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ยังจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันค่อนข้างต่ำ แต่หากทางกลุ่มขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาจมีการลอกเลียนทำให้เกิดพฤติกรรม การเปรียบเทียบ และเสียโอกาสทางธุรกิจไปในที่สุด ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้ไม่มากเท่าที่ควร

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อเพิ่มขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อเสมอ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้นโดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลาหรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อน จึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ย่างยากมากโดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้ในจำนวนวงเงินที่น้อย และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.2 ผลลัพธ์ที่ตัดเย็บบ้านดอกแดง

1.2.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) ผลลัพธ์ส่วนใหญ่เป็นผลลัพธ์ที่รับทำตามใบสั่ง เพื่อขายส่งและนำไปจัดจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ ตามร้านค้าชุมชนของอำเภอหางดง ชุมชนใกล้เคียง ในตัวเมืองเชียงใหม่ ตามโอกาสในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น งานปีใหม่ วันสงกรานต์ และงานบุญตามประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น จึงจัดว่าทางกลุ่มมีช่องทางการตลาดค่อนข้างมาก และความสัมพันธ์กับลูกค้าดีพอสมควร

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มใช้วัตถุดิบที่เป็นผ้าไทยแท้ ๆ ซึ่งจะสั่งซื้อในโรงงานผลิตสินค้าประเภทผ้า ภายในอำเภอคอยสะเก็ด และซื้อจากชาวเขาที่นำมาขายในตลาดวโรรส ซึ่งมีลักษณะการซื้อ 2 แบบ คือ ซื้อผ้าทอใหม่ และผ้าทอเก่า หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ผ้าทอมือสอง” ในด้านของราคานั้นผ้าทอเก่าจะมีราคาถูกกว่า ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป โดยที่ทางกลุ่มใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก โดยจ้างงานให้แก่สมาชิกกลุ่ม ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ อีกทั้งผลลัพธ์ของทางกลุ่มเป็นผลลัพธ์ที่เป็นต้องใช้ฝีมือและความอดทนในการทำงานสูง ลักษณะการทำงานเป็นแบบเรียบง่าย ทำงานในลักษณะพี่น้อง เครือญาติ ตลอดจนเพื่อนบ้านใกล้เคียง

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

1.2.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ยอดขายลดลง ไม่มีการโฆษณา หรือการส่งเสริมการขายเท่าที่ควร

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังในการผลิตและสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ทางกลุ่มได้ประสบปัญหาขาดสมาชิกไม่เพียงพอต่อการผลิต อีกทั้งสมาชิกที่มีขาดความชำนาญงาน ทำให้กำลังในการผลิตของทางกลุ่มน้อยลง ซึ่งทำให้ในช่วงที่ลูกค้าสั่งสินค้าเข้ามาทางกลุ่มผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพในการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล) การบริหารและระบบการจัดการ ยังไม่เป็นระบบ ขาดความเข้มงวดในการปฏิบัติงาน อีกทั้งทำให้สมาชิกขาดความชำนาญงานเพราะขาดแรงกระตุ้นในการทำงาน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ในงานที่ทำมีน้อย

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน ทำให้มีจำนวนเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนสามารถทำได้ง่าย แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นได้ในวงเงินที่ต้องการ

1.2.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน และตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ จากกองทุนในหมู่บ้านเพื่อนำเงินมาใช้บริหารกิจการในการสร้างผลกำไร

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

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในส่วนนี้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) ทางกลุ่มมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารขึ้น สามารถช่วยเหลือในด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดีทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้และติดต่อค้าขายได้สะดวก และง่าย

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่โดยรวมแล้วผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มจัดว่ามีคุณภาพดี มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และลวดลายของชิ้นงานใหม่อยู่เสมอ โดยการปรับเปลี่ยนลวดลายที่ตัดเย็บให้สวยงาม

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มมีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่าที่เข้ามาใหม่ตลอด เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อเข้ามาครั้งมาๆ แล้วนำไปจัดจำหน่ายต่อ ส่วนในด้านราคานั้นมีหลายราคาขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปแบบนั้น ๆ ขนาด ของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต และตามกำลังซื้อ

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองสามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.2.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้มีกำลังซื้อน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่าจัดส่งเพิ่มมากขึ้น ค่าครองชีพในการดำรงชีวิตประจำวันสูงตามสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) รูปแบบการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ทำให้ทางกลุ่มต้องตื่นตัวอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อกระแสทางสังคม แต่เป็นไปได้ยาก เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในเรื่องการออกแบบ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) ภาวะทางเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยาก และความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เท่าที่ควร

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกมากขึ้น แต่การจะนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ยังจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูง ทั้งเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีวิธีการใช้งานที่ยุ่งยาก สำหรับทางกลุ่มแล้วคิดว่าจะเป็นการสร้างปัญหาในด้านการใช้งาน

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันค่อนข้างมาก อีกทั้งยังเกิดการลอกเลียนขึ้นได้ง่าย ทำให้ราคาสินค้าของทางกลุ่มตกต่ำ เพราะทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าจนเสียโอกาสทางธุรกิจไปในที่สุด

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบสินค้ามาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นตัวเลือกที่ลูกค้าต้องพิจารณา ร่วมกับสินค้าอื่น

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

1.3 ผลกระทบที่สมุนไพรมันชั้น ดอกอัญชัน มะขามป้อม และโพลบแห้ง ของกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบ และแปรรูปสมุนไพรรักษาโรค

1.3.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ ยอดขาย เป็นต้น) ผลกระทบที่มีการนำเสนอสินค้าตามร้านค้าต่าง ๆ ในหมู่บ้าน ซุปเปอร์มาร์เก็ต บริษัทและห้างร้านที่จำหน่ายสมุนไพรรักษาโรค โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นการนำเสนอสินค้าให้กับผู้สนใจทั่วไปที่ต้องการสั่งซื้อโดยตรง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบ และแปรรูปสมุนไพรรักษาโรค จะมีการวางขายในร้านค้าแถวชุมชนอำเภอคอยสะเกิด และอำเภอใกล้เคียงในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มาก

จะเป็นช่วงเทศกาล โดยทางกลุ่มต้องผลิตสินค้ามาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีลูกค้าซื้อสินค้ากันมาก

ด้านการตลาดเป็นไปได้ด้วยดี เพราะมีสื่อจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรณรงค์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการบริโภคผัก และสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณเป็นยาบำรุงและรักษาโรค

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง เป็นต้น) ส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะผลิตตามวัตถุดิบที่มีอยู่ในช่วงฤดูนั้น ๆ ผลผลิตหลักที่ทางกลุ่มทำการแปรรูป คือ สมุนไพรขมิ้นชันขึ้นอบแห้ง ดอกอัญชันอบแห้ง มะขามป้อมอบแห้ง และสมุนไพรโพลอบแห้ง วัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากการสั่งซื้อจากชุมชนของตนเองและชุมชนใกล้เคียง ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้ตามร้านทั่วไป เช่น ตลาดวโรรส เป็นวัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มมีการทำงานลักษณะการทำงานในครอบครัว หรือเครือญาติ เป็นการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก จึงมีโครงสร้างขององค์กรที่ไม่ซับซ้อนสมาชิกทุกคนจะทำตามหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการทุกด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดประชุมเป็นระยะ เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐมีนโยบายช่วยเหลือด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกและเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจัดว่ามีหลายช่องทางในการหาซื้อ ในการผลิตแต่ละครั้งทางกลุ่มจะมัดจำเงินจากลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าก่อนครั้งหนึ่ง จึงจะเริ่มการผลิต เพื่อป้องกันลูกค้ายกเลิกใบสั่งซื้อสินค้า จนทำให้เกิดเป็นเหตุการณ์ขาดทุน

1.3.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) เพราะมีสื่อจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรณรงค์โฆษณาให้คนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพมาก จึงเป็นผลให้มีการแข่งขันในตลาดคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้นว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ อีกทั้งลูกค้ายังไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าเท่าที่ควร จึงมีลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามามาก แต่กลับไม่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิตสินค้าคงคลัง) ช่วงนอกฤดูการผลิต สมุนไพรบางชนิดหายาก ทางกลุ่มมีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งจะมีราคาแพงมาก ทำให้ทางกลุ่มจำเป็นต้องลงทุนมากเกินกำลังซื้อคือ ฤดูฝนที่ทำให้ทางกลุ่มประสบปัญหาในการผลิตค่อนข้างมากเช่นเดียวกัน เพราะวัตถุดิบเสียหายเนื่องจากถูกความชื้นทำให้ขึ้นราอยู่บ่อยครั้งทางกลุ่มขาดเครื่องมือที่ใช้อบวัตถุดิบให้แห้ง หรืออบความร้อน เพื่อไล่ความชื้น

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล) การบริหารและการจัดการยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ขาดระเบียบวินัยในการทำงานบุคลากรขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิตทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยพลังงานทางธรรมชาติ คือ แสงแดดเป็นหลักหากวันไหนไม่มีแสงแดดจะไม่สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบให้คงอยู่ได้เพราะวัตถุดิบเกิดความชื้นจนเป็นสาเหตุทำให้เกิดเชื้อราและเน่าเสีย หากฤดูไหนสมุนไพรขาดแคลน ทางกลุ่มจำเป็นต้องจัดซื้อจากแหล่งอื่น ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย แม้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนสามารถทำได้ง่าย แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ในวงเงินที่ต้องการ

1.3.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน เพื่อตั้งเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นจึงนำเงินมาใช้บริหารสร้างกิจการของตน

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) การดำรงชีวิตเป็นไปอย่างเรียบง่าย มีสาธารณูปโภคครบครัน การดำรงชีวิตการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นจนเกิด เป็นกระแสที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสินค้ายอดนิยม เพราะเหตุนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมียอดขายการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น อีกทั้งในการผลิตไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) จากด้านสังคมวัฒนธรรมที่มีกระแสให้หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นและด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนส่งเสริมการใช้สมุนไพรเพื่อป้องกันและรักษาโรค ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น สามารถผลักดันด้านการตลาดแก่ทางกลุ่มได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเรียนรู้ได้ และติดต่อค้าขายได้สะดวก

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะทางกลุ่มจะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากการทางกลุ่มลงทุนในด้านบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างสูง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานถูกต้องตามหลัก ทางกลุ่มจึงมีผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและน่าสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้สินค้าเข้ารับการตรวจสอบ ตามเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองต่อ เมื่อมีงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลัง เป็นระบบขายส่งและปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามอำนาจเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย มีเงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.3.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี ทำให้กำลังซื้อน้อยลง หรือโอกาสทางธุรกิจลดน้อยลง อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบ นอกฤดูการผลิต และค่าบรรจุภัณฑ์ ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) ในการดำเนินชีวิต จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ซึ่งประเทศไทยมีสมุนไพรมากมายที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่การพัฒนา

หรือแปรรูปให้ออกมาสมบูรณ์นั้นทำได้ยาก อีกทั้งภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไว เพื่อให้ได้
 สาธารณูปโภคที่ปลอดภัย และบรรจุก๊าซที่ทันสมัยได้มาตรฐาน จำเป็นต้องใช้เงินทุนสูง

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ
 และสิทธิบัตร) ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เกิดความยุ่งยาก อีกทั้งความ
 ไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และ
 การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายจริงแต่ในความเป็นจริงแล้วทางกลุ่ม
 ไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมากจึงไม่
 สามารถจดจำ หรือเรียนรู้ให้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาดจำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับ
 การแข่งขันค่อนข้างสูง การเพิ่มขึ้นของอัตรารายได้จึงไม่มากเท่าที่ควร มีการลอกเลียนแบบ
 ค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าขึ้นเพราะคู่แข่งมีโฆษณาเกินจริงจึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ
 อีกทั้งยังมีราคาถูกกว่า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้า
 มีพฤติกรรมการซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้นแต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจ
 ที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้น ขวกับลูกค้าชอบลองบริโภค
 ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นตลอดเวลา

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข)
 ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และการแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมาก
 ขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะ
 กู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไข
 ก่อนจึงจะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินในวงเงินที่ต่ำ
 และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.4 ผลกระทบที่ขึ้น ของกลุ่มงานปั้นศิลปะตกแต่ง

1.4.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม
 การตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุก๊าซ และยอดขาย เป็นต้น) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์
 กลุ่มงานปั้นศิลปะตกแต่งจะมีการวางขายในร้านค้าแถวชุมชนอำเภอคอยสะเกิด และส่งไปยังพ่อค้า
 คนกลางที่นำไปจำหน่าย ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ถนนคนเดินท่าแพ ในทาร์บซ่า เป็นต้น ช่วงเวลาที่
 สินค้าสามารถจำหน่ายได้มาก จะเป็นช่วงเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลมหรพรมของตกแต่งบ้านทาง

กลุ่มต้องผลิตสินค้า ออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อสินค้ากันมาก ในช่วงเทศกาล รองลงมา ได้แก่ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ และงานบุญตามประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง) งานส่วนใหญ่ของทางกลุ่มคือ งานหล่อพระพุทธรูป งานหล่อรัชกาลที่ 5 และพระเครื่องส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่เป็นไม้ ต่อไม้เก่า และปูน วัตถุดิบนี้ได้มาจากการสั่งซื้อจากร้านค้าขายวัสดุก่อสร้างทั่วไป ถ้าสั่งซื้อในจำนวนมาก จะได้ราคาที่ถูกลง วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ในประเทศทั้งหมด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มมีโครงสร้างตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็กกับใบสั่ง (Order) ตามที่ลูกค้าสั่ง ก่อนจึงเริ่มทำผลิตภัณฑ์และจำหน่ายให้แก่ผู้ดำเนินงาน ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ โดยมีการบริหารงานแบบดูแลตนเองตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือ ในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

1.4.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ยอดการขายสินค้าต้องลดน้อยลง เพราะขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์ กับลูกค้าใหม่ ๆ จึงไม่มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง) ด้วยทางกลุ่มมีลูกค้าเก่าไม่น้อยมาก อีกทั้งยังขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อช่องทางทางการตลาด จึงทำให้มีกำลังในการผลิตลดน้อยลง ทำให้ต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น เพราะหากสั่งซื้อวัตถุดิบในจำนวนมาก ๆ จะซื้อได้ราคาที่ถูกลง แต่ทางกลุ่มมียอดการสั่งซื้อน้อย จึงทำให้ซื้อวัตถุดิบน้อยลงตาม ทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหารและการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มได้มีการบริหารงานแบบดูแลตนเอง ตามหน้าที่ ๆ ได้รับมอบหมาย การบริหาร และการจัดการยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร สมาชิกขาดความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำงาน ทำให้ผลผลิตออกมาที่ไม่ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ปัญหาหลักๆ ของทางกลุ่มคือ ปัญหาในด้านการผลิตทางกลุ่ม จำเป็นอาศัยพลังจากธรรมชาติ คือ พลังงานแสงอาทิตย์ เพราะในขั้นตอนการผลิตหากไม่มีแสงแดด ผลผลิตก็จะเกิดความชื้น ชื้นงานแห้งช้าทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น และยังไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

แม้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนสามารถทำได้ง่าย แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นในวงเงินที่ต้องการได้

1.4.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร จากเงินที่มีอยู่เดิม

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) การดำรงชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่าย มีสาธารณูปโภคครบครัน กระบวนการผลิตของกลุ่มไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ หรือเกิดปัญหาต่าง ๆ

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ผลผลิตของทางกลุ่มจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของเป็นไทยมาก จึงเป็นที่นิยมซื้อหาไว้เป็นของที่ระลึก หรือของตั้งโชว์ และด้วยนโยบายรัฐบาลของรัฐที่มีการส่งเสริมอาชีพ จึงทำเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อทางธุรกิจค่อนข้างมาก สามารถสร้างความสะดวกและโฆษณาสินค้าให้แก่ทางกลุ่ม

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทางกลุ่มเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และจำนวนต้นทุนในการลงทุนต่ำ อีกทั้งผลงานที่ผลิตไม่ซ้ำใครและผลิตครั้งละไม่มาก จึงเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าที่ต้องการ

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเอง และจัดจำหน่ายในงานจัดแสดงสินค้าเพียงเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ที่มีพฤติกรรมการซื้อครั้งละน้อย ๆ และจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลังจนกลายเป็นระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

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

1.4.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าน้อยลง หรืออาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น จัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูดูแล และค่าบรรจุภัณฑ์ ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) รูปแบบในการดำเนินชีวิต ในการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ทั้งด้านสาธารณูปโภค มลภาวะ ฯลฯ จึงทำให้ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป ความต้องการของลูกค้าก็เช่นกัน จะเปลี่ยนไปตามสภาพสังคม ทำให้ทางกลุ่มปรับตัวเข้าต่อกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องยาก เนื่องจากขาดความรู้ในส่วนนี้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) เนื่องด้วยภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิด ความยุ่งยากและความไม่แน่นอน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าและไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วัตกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ความเป็นจริงแล้วทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีความรู้และต้องลงทุนสูง

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งสินค้าสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ด้านการโฆษณาทางกลุ่มไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด ทำให้เกิดการเปรียบเทียบขึ้น เพราะคู่แข่งมีการโฆษณาเกินจริง จึงทำให้ลูกค้าหลงเชื่อ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกกว่า จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปมาก

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อเพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบมากขึ้น บวกกับลูกค้าชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา

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

1.5 ผลลัพธ์ร่วมไม่แพ้ ของกลุ่มหัตถกรรมทำร่มไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว

1.5.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเน้นการจำหน่ายสื่อ โดยมีการจัดสื่อ ดังเช่น ทำนวมบัตร์ แผ่นพับ โบชัวร์ ขายสินค้าทางศูนย์ OTOP อำเภอคอยสะเกิด และทางอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลมหกรรมของตกแต่งบ้าน โดยทางกลุ่มต้องผลิตสินค้าออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก

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

รายได้แก่สมาชิกในชุมชน ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่ วัดอุทิศส่วนใหญ่เป็นวัดอุทิศ ที่สามารถหาซื้อได้ในประเทศทั้งหมด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มมีโครงสร้างตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก โดยมีการประสานงานกับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่มก่อน จึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ และจ่ายงานให้แก่ผู้ดำเนินงาน ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไว้ จากนั้นลูกค้าจะมารับไปจำหน่ายต่อตามร้านค้า ที่ต่าง ๆ ในด้านการควบคุมการผลิต และคุณภาพในทุกขั้นตอน จะช่วยกันดูแลร่วมกันไปพร้อม ๆ กับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่ม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือ ด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

1.5.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) ยอดการขายสินค้าลดน้อยลง เพราะขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ ๆ ทำให้ไม่มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต ค่าจ้างการผลิต และสินค้าคงคลัง) ทางกลุ่มมีเพียงลูกค้าเก่า อีกทั้งยังขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ ๆ ในการเพิ่มช่องทางการตลาด อีกทั้งในการผลิตทางกลุ่มจำเป็นต้องพึ่งพิงปัจจัยทางฤดูกาลด้วย เนื่องจาก ในฤดูฝนไม้ไผ่จะขึ้นราคาได้ง่าย ทั้งยังหาซื้อได้ค่อนข้างยาก ต้นทุนของกลุ่มจึงสูงขึ้น

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มประสบปัญหา ในด้านการจัดระบบ การบริหาร และการจัดการ ที่ยังไม่เป็นระบบ ขาดความเข้มงวดในการทำงาน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ปัญหาหลัก ๆ ของทางกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติ ในขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะพลังงานแสงอาทิตย์ คือ หากไม่มีแสงแดด ผลิตภัณฑ์จะเกิดความชื้น และขึ้นรา ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย แม้ว่า

รัฐบาลจะมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจัดหาแหล่งเงินทุนสามารถทำได้ง่าย แต่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้กู้ได้ในวงเงินที่ต้องการ

1.5.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้าน จนเป็นกองทุนในหมู่บ้าน จากนั้นนำมาใช้บริหารสร้างผลกำไร จากเงินที่มีอยู่เดิม

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโก่งกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรมและการย้ายเข้า-ออก) การดำรงชีวิตจะเป็นไปแบบเรียบง่าย มีสาธารณูปโภคครบครัน ทั้งในกระบวนการผลิตของทางกลุ่มไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) จากด้านสังคมวัฒนธรรม ผลกระทบของทางกลุ่มจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของเป็นไทยมาก จึงเป็นที่นิยมซื้อหาไว้เป็นของที่ระลึก หรือของใช้ตกแต่งบ้านเรือน และด้วยนโยบายรัฐบาลของรัฐที่มีการส่งเสริมอาชีพ จึงทำเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของทางกลุ่มเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อทางธุรกิจค่อนข้างมาก สามารถสร้างความสะดวกแก่กลุ่ม ในการติดต่อค้าขาย

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากการทำหัตถกรรมชนิด เป็นงานหัตถกรรมขึ้นชื่อของจังหวัด จึงมีการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือนค่อนข้างมาก ทางกลุ่มจึงมุ่งเน้นด้านคุณภาพสินค้า โดยการใช้ไม้ไผ่ที่ได้ขนาด และมีคุณภาพดี แข็งแรงทนทาน ซึ่งจะมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดีและอำนาจซื้อ) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเอง ในงานจัดแสดงสินค้าเพียงนั้น ส่วนใหญ่จะพบลูกค้าหน้าใหม่ ๆ ค่อนข้างที่มีพฤติกรรมซื้อครั้งละน้อย ๆ ซื้อไปใช้เองและบ้างจะกลับมาสั่งซื้อใหม่อีกในภายหลังเป็นระบบ ขายส่ง และปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนในชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเอง สามารถประกอบอาชีพที่หาเลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ลดจำนวนคนในท้องถิ่นที่เข้ามา

หางานทำในเมืองใหญ่ อีกทั้งยังส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงทำให้ทางกลุ่มสามารถหาช่องทางในการจัดหาเงินทุนได้ง่าย เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

1.5.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าน้อยลง หรืออาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น ต้นทุนในการจัดตั้งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ
- 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ทั้งด้านสาธารณูปโภค มลภาวะ ฯลฯ จึงทำให้ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไว ความต้องการของลูกค้าก็เช่นกัน จะเปลี่ยนไปตามสภาพสังคมทำให้ทางกลุ่มจะตื่นต่อกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องยาก เนื่องจากขาดความรู้ในส่วนนี้
- 3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) เนื่องด้วยภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิด ความยุ่งยากและความไม่แน่นอน ทำให้การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม
- 4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิศวกรรมการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายจริง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งยังมีราคาแพง
- 5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง จึงมักถูกกลอกเลียนแบบอยู่เสมอและเกิดการเปรียบเทียบ อีกทั้งยังมีราคาขายถูกกว่า ซึ่งเป็นการตัดราคากันเองในกลุ่มผู้ทำธุรกิจเดียวกันจึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปอย่างมาก
- 6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดีอำนาจซื้อ) ลูกค้ามีพฤติกรรม การซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมเปรียบเทียบมากขึ้นว่าสินค้ามีความจำเป็นหรือไม่อย่างไรต่อการดำรงชีวิต

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึง จะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ้งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงิน ที่ต่ำ และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.6 ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และ กล้วยฉาบสมุนไพร

1.6.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการเสนอสินค้า ที่ร้านค้าต่าง ๆ ตามหมู่บ้าน ชุมเปอร์มาร์เก็ต บริษัท และห้างร้านที่จำหน่ายสมุนไพร โดยไม่ต้องเสีย ค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งเป็นการนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า และผู้สนใจทั่วไปที่ต้องการจะสั่งซื้อ โดยตรง

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบ และแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ จะมีการวางขายในร้านค้าแถวชุมชนอำเภอคดยสะเก็ด และอำเภอใกล้เคียงในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาล ทางกลุ่มต้องผลิตสินค้าออกมาวาง จำหน่ายเป็นจำนวนมาก เพราะมีผู้ซื้อสินค้ามาก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง) ทางกลุ่มมีการ จัดซื้อวัตถุดิบที่หาได้มาจากชุมชนของตนเอง และที่ปลูกเองบ้าง เพื่อเป็นการกระจายรายได้แก่ สมาชิกในชุมชน ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่ ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้าน ทั่วไป เช่น ตลาดวโรรส เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่นั้นเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ในประเทศ ทั้งหมด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มมีโครงสร้างตาม รูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก จึงมีโครงสร้างขององค์กรที่ไม่ซับซ้อน โดยมีการประสานงานกับ สมาชิกทุกคนภายในกลุ่มก่อนจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์ และจะช่วยกันดูแล และรักษาคุณภาพในการ ผลิตไปพร้อม ๆ กับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่ม

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

1.6.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) ยอดการขายสินค้าลดน้อยลง เพราะขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์กับลูกค้า อีกทั้งสินค้าของทางกลุ่มขาดความแปลกใหม่ ไม่มีจุดเด่น ที่ดึงดูดใจผู้บริโภค

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง) ทางกลุ่มมีเพียงลูกค้าเก่า อีกทั้งยังขาดการโฆษณา และขาดการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ ๆ ในการเพิ่มช่องทางการตลาด อีกทั้งในการผลิตทางกลุ่มจำเป็นต้องจ้างช่างฝีมือทางฤดูกาลด้วย เนื่องจากในฤดูฝนมีแคคน้อยเป็นปัญหาในการหาวัตถุดิบให้แห้งจึงทำได้ยาก ซึ่งทางกลุ่มจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องอบแห้งซึ่งมีต้นทุนสูง

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มประสบปัญหา ในด้านการจัดระบบ การบริหาร และการจัดการ ที่ยังไม่เป็นระบบขาดความเข้มงวดในการทำงาน และขาดประสิทธิภาพการบริหารสมาชิกภายในกลุ่ม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นญาติพี่น้องที่รู้จักกัน การบริหารเพื่อให้เกิดความเด็ดขาดนั้นเป็นไปได้ยาก

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ปัญหาหลักของทางกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยด้านฤดูกาลค่อนข้างมาก เพราะในขั้นตอนการผลิตหากไม่มีแสงแดดผลิตภัณฑ์จะเกิดความชื้น และขึ้นรา ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.6.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) ทางกลุ่มสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนในท้องถิ่นได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ เป็นเงินที่ได้จากการรวบรวมจากชาวบ้านจนเป็นกองทุนหมู่บ้าน จากนั้นนำมาบริหารสร้างผลกำไรจากเงินที่มีอยู่เดิม

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโง่งน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) การดำรงชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่าย มีสาธารณูปโภคครบครัน ทั้งในกระบวนการผลิตของทางกลุ่มไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) ด้านสังคมวัฒนธรรมกับผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่เป็นผลต่อการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด อีกทั้งนโยบายรัฐบาลที่มีการส่งเสริมอาชีพ จึงทำเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของทางกลุ่มเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อค้าขายได้มากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถติดต่อค้าขายได้ง่าย และขยายธุรกิจได้มากขึ้น

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เพราะผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถ พบเห็นได้ตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งทางกลุ่มจึงมุ่งเน้นในด้านคุณสมบัติ และการประยุกต์นำเอาสมุนไพรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองบ้าง มีลูกค้ามารับไปจัดจำหน่ายเองบ้าง ส่วนใหญ่จะมีลูกค้ามารับเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อ เป็นระบบ ขายส่ง และปลีก ซึ่งจะตั้งซื้อที่ละมาก ๆ ตามกำลังเงินที่มี

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

1.6.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าน้อยลง หรืออาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น ต้นทุนในการจัดส่งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโง่งน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรมการค้าเข้า-ออก) รูปแบบในการดำเนินชีวิตจะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ทั้งด้านสาธารณูปโภค มลภาวะ ฯลฯ จึงทำให้ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความต้องการของลูกค้าก็เช่นกัน จะเปลี่ยนไปตามสภาพสังคม ทำให้ทางกลุ่มจะตื่นตัวต่อกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องยากและยังขาดความรู้ในส่วนนี้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) เนื่องด้วยภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดความยุ่งยากและความไม่แน่นอน ทั้งราคาสินค้า วัตถุดิบและ ราคาน้ำมันที่มีราคาเพิ่มสูงมากขึ้น ในทางกลับกัน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีมีความซับซ้อนค่อนข้างมาก ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการศึกษา และในความเป็นจริงแล้ว ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ เท่าที่ควร เพราะต้องลงทุนสูง และไม่มีเวลาในการเรียนรู้

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน) ในระดับการแข่งขันอยู่ระดับค่อนข้างมากจึงถูกลอกเลียนแบบอยู่เสมอ ทำให้เกิดการเปรียบเทียบ ค่อนข้างสูง ตั้งแต่ราคา วัสดุ รวมไปถึงปริมาณที่ได้ และหากมีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่นที่มีราคา ขายถูกกว่า ซึ่งเป็นการตัดราคากันเองในกลุ่มผู้ทำธุรกิจเดียวกันอยู่เสมอ จึงทำให้ทางกลุ่มเสียโอกาสทางธุรกิจไปอย่างมาก

6) ด้านลูกค้า (พฤติกรรม จำนวน ความภักดีและอำนาจซื้อ) ลูกค้ามีพฤติกรรม การซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบสินค้ามากขึ้น

7) ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย และเงื่อนไข) ตามนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพ และแปรรูปสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีแหล่งเงินทุนมากมายเกิดขึ้น โดยมีเงื่อนไขมากมาย เช่น การเป็นสมาชิกกลุ่มก่อนจึงจะกู้ได้ ต้องทำการออมกับทางกลุ่มก่อน จึงจะกู้ได้ และต้องมีระยะเวลา หรือจำนวนเงินตามเงื่อนไขก่อนจึง จะทำการกู้ได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ยุ่งยากมาก โดยส่วนใหญ่สามารถกู้เงินได้เพียงจำนวนวงเงิน ที่ต่ำ และยังไม่สามารถกู้ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ

1.7 ผลลัพธ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม

1.7.1 จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการเสนอสินค้า ตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และห้างร้านโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นการนำเสนอสินค้าให้กับผู้สนใจทั่วไปที่ต้องการสั่งซื้อโดยตรง

ช่วงเวลาที่สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากจะเป็นช่วงเทศกาลทางกลุ่มต้องผลิตสินค้า ออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อสินค้ากันมาก

2) ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต และสินค้าคงคลัง) ทางกลุ่มมีการจัดซื้อวัตถุดิบที่หาได้จากชุมชนของตนเอง และที่ปลูกเองบ้าง เพื่อเป็นการกระจายรายได้แก่คนในชุมชน ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก และลดต้นทุนในส่วนของคุณค่าเดินทาง ส่วนวัตถุดิบอื่นๆ สามารถหาซื้อได้ตามห้างร้านทั่วไป เช่น ตลาดวโรรส ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ในประเทศทั้งหมด

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร และการบริหารงานบุคคล เป็นต้น) ทางกลุ่มมีโครงสร้างตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็กจึงมีโครงสร้างขององค์กรที่ไม่ซับซ้อน โดยมีการประสานงานกับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่ม ก่อนจึงจะเริ่มทำผลิตภัณฑ์และจะช่วยกันดูแลร่วมกันไปพร้อม ๆ กับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่ม

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้ เป็นต้น) ด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่ย่ำแย่ ทำให้รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือในด้านเงินทุน และเงินหมุนเวียนมากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง และเงื่อนไขดี สร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่ม

1.7.2 จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

1) ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ และยอดขาย เป็นต้น) ขาดในการจัดจำหน่ายมีค่อนข้างน้อย เพราะทางกลุ่มมีแหล่ง หรือช่องทางในการจัดจำหน่ายน้อยมาก ไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด จึงยังทำให้ไม่เป็นที่รู้จักมากเท่าควร

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

ทางกลุ่มมีเพียงลูกค้าเก่าที่มารับไปจัดจำหน่ายเองเท่านั้น อีกทั้งในการผลิตทางกลุ่มจำเป็นต้องพึ่งปัจจัยทางฤดูกาลด้วย เนื่องจากในฤดูฝนมีแค่น้อย ขาดเครื่องมือเครื่องใช้ในการใช้ผลิตสินค้าที่เป็นเครื่องทุ่นแรง ทุ่นเวลาทุ่นแรง

3) ด้านการจัดการ (เช่น ประสิทธิภาพการบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร และการบริหารงานบุคคล) ทางกลุ่มจะประสบปัญหาขาดสมาชิก ทั้งด้านการบริหาร และการจัดการที่ไม่เป็นระบบ ขาดความเข้มงวดในการทำงาน

4) ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ (กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด และเงินกู้) ปัญหาหลัก ๆ ของกลุ่ม คือ ปัญหาด้านการผลิตทางกลุ่มจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยพลังงานแสงอาทิตย์ เพราะในขั้นตอนการผลิตหากไม่มีแสงแดดผลิตผักจะเกิดความชื้น และขึ้นรา ทำให้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้นไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่น้อย

1.7.3 โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

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

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม และการย้ายเข้า-ออก) การดำรงชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่าย มีสาธารณูปโภคครบครัน อีกทั้งในกระบวนการผลิตของทางกลุ่มไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับพืชผล

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร เป็นต้น) จากในด้านสังคมวัฒนธรรมกับผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไม่มีผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจแต่อย่างใด อีกทั้งด้วยนโยบายของรัฐที่มีการส่งเสริมอาชีพ จึงทำเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของทางกลุ่มเป็นอย่างมาก

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อค้าขายได้มากขึ้น ทำให้ทางกลุ่มสามารถติดต่อค้าขายได้ง่าย และขยายธุรกิจได้มากขึ้น

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เพราะผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สามารถพบเห็นได้ตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งทางกลุ่มจึงมุ่งเน้นในด้านคุณภาพสินค้า และการประยุกต์นำเอาพืชผักในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม โดยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี และอำนาจซื้อ เป็นต้น) ทางกลุ่มจะนำสินค้าไปจัดจำหน่ายเองบ้าง มีลูกค้ามารับไปจัดจำหน่ายเองบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีลูกค้ามารับเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อ เป็นระบบขายส่ง และปลีก ซึ่งจะสั่งซื้อครั้งละมาก ๆ ตามกำลังทรัพย์ที่มี ซึ่งจัดเป็นช่องทางที่สะดวก ลดต้นทุนในการเดินทางไปขายเอง

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

1.7.4 อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

1) ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี และราคาน้ำมัน เป็นต้น) สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่คล่องตัว ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าน้อยลง หรืออาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งราคาน้ำมันไม่คงที่ ทำให้ทางกลุ่มมีรายจ่ายค่ามากขึ้น เช่น การจัดตั้งสินค้า วัตถุดิบนอกฤดูกาล และค่าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ

2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบในการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก) รูปแบบในการดำเนินชีวิต จะปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม ทั้งด้านสาธารณูปโภค มลภาวะ ฯลฯ จึงทำให้ภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความต้องการของลูกค้าจะเปลี่ยนไปตามสภาพสังคมเช่นเดียวกันทำให้ทางกลุ่มต้องติดต่อกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องยาก เนื่องจากขาดความรู้ในส่วนนี้

3) ด้านการเมือง และกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ และสิทธิบัตร) เนื่องด้วยภาวะทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิด ความยุ่งยาก และความไม่แน่นอนทั้งราคาสินค้า วัตถุดิบ ราคาน้ำมันที่มีราคาเพิ่มสูงมากขึ้น ในทางกลับกัน การช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นไปด้วยความล่าช้า ไม่ทันต่อความต้องการของกลุ่ม

4) ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เทคโนโลยีมีความซับซ้อนค่อนข้างมาก จำเป็นต้องใช้เวลาในการศึกษา แต่ในความเป็นจริง ทางกลุ่มไม่สามารถเรียนรู้เรียนเทคโนโลยีเหล่านี้ได้เท่าที่ควร เนื่องด้วยอายุของสมาชิกภายในที่ส่วนใหญ่จะอายุค่อนข้างมาก ความเคยชินกับการทำงานแบบเดิม ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีเหล่านี้มีราคแพงอีกด้วย

5) ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน และระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ระดับการแข่งขันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง หากทางกลุ่มขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้น อาจทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ และเกิดการเปรียบเทียบตามมา ตั้งแต่ราคา วัสดุ รวมไปถึงปริมาณที่ได้ และหากมีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่นที่มีราคาขายถูกกว่า ทางกลุ่มจะถูกตัดราคาจนทำให้ขายไม่ได้ และราคาสินค้าจะตกต่ำ ทำให้ขาดทุนได้

6) ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อ เพื่อการบริโภคมากขึ้น แต่เป็นพฤติกรรมที่ไม่มั่นคง เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมการเปรียบเทียบในการซื้อสินค้ามากขึ้น ทำให้สินค้าของทางกลุ่มสามารถจำหน่ายได้ยากขึ้น

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

2. การวิเคราะห์สภาพตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP Product champion ธุรกิจชุมชน ตำบลป่าป่อง ตำบลง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 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 ผลิภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิภัณฑ์ประดิษฐ์ของใช้จากขวดน้ำอัดลมพลาสติกมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 74 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ใน ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้คะแนนค่อนข้างมาก แต่ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ในประเด็นที่ 1 ด้านการผลิตกลับได้รับคะแนนน้อย จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.2 ผลิภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดงมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 71 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์คะแนนในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนคุณศิริพรรณได้รับคะแนนเต็ม แต่ยังมีทางแก้ไข จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.3 ผลิภัณฑ์สมุนไพรมินิชั้น ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง ของกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิภัณฑ์พัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 79 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์เพราะในส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ในประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต และในประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้รับคะแนนค่อนข้างมากแต่ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชนกลับได้น้อย แต่ยังมีทางแก้ไข จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.4 ผลิภัณฑ์ปั้น ของกลุ่มงานปั้นศิลปะตกแต่ง

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิภัณฑ์งานปั้น ศิลปะตกแต่งมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 52 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างน้อยไม่มีส่วนใดได้รับคะแนนเต็มเลย ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.5 ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำนมไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์นมไม้ไผ่บ้านป่าจั่วมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 62 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ ด้านคะแนนได้ค่อนข้างน้อยไม่มีส่วนใดได้รับคะแนนเต็มเลย ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค การพิจารณาคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.6 ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 67 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างน้อยไม่มีส่วนใดได้รับคะแนนเต็ม ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.7 ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม

จากการวิเคราะห์ในด้านข้อมูลตามหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอมมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 54 คะแนน จัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ระดับ 2 ดาว ซึ่งทางกลุ่มยังมีข้อบกพร่องอีกหลายจุดที่ยังไม่ตรงตามเกณฑ์ด้านคะแนนได้ค่อนข้างน้อยไม่มีส่วนใดได้รับคะแนนเต็ม ทั้งส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

3. การจัดการความรู้โดยกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

ผลจากการจัดการความรู้โดยการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกับเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยสรุป 7 ประการ (อภิชัย พันธเสน, 2545) พบว่ากลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการมีพื้นฐานในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอยู่แล้ว ด้วยชีวิตในชนบทมีวิถีเช่นมาตั้งแต่ดั้งเดิม โดยธุรกิจชุมชนตำบลป่าป้ออง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ ตำบลเทพเสด็จ อำเภอคอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่

จัดว่าเป็นกิ่งชุมชนเมืองกิ่งชนบท จึงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโลก จากการจัดการความรู้โดยการประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกับเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมโดยสรุป ดังนี้

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประดิษฐ์ กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์จาก น้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัดและคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้และ ความคิดสร้างสรรค์ - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริตไม่เอาเปรียบผู้อื่น
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.2 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ตัดเย็บ บ้านดอกแดง	หลักการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ให้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้หลากหลาย - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - มีการทำบัญชีเพื่อควบคุมรายรับ-รายจ่าย

ตารางที่ 6.3 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้งของกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพล อบแห้ง ของกลุ่มพัฒนา วัตถุดิบและแปรรูป สมุนไพรภาคเหนือ	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำที่ผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร คำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อขาย ขายคลอง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนจนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.4 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ป็น ศิลปะตกแต่งกับปรัชญาเศรษฐกิจ

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ป็น ของ กลุ่มงานปั้นศิลปะ ตกแต่ง	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน ถึงประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ - มีการทำงานอย่างรอบคอบระมัดระวัง
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ให้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่คำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อขาย ขายคด่ง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.5 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ร่วมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำร่วมไม้ไผ่บ้านป่าจ๋วกับ
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ร่วมไม้ไผ่ ของกลุ่มหัตถกรรมทำ ร่วมไม้ไผ่บ้านป่าจ๋ว	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และรู้คุณค่า - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้อันท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป - สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย - มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ากำไรเกินควร คำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อขาย ขายคลอง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.6 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ข้าวแตน และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแตน และกล้วยฉาบสมุนไพรกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ข้าวแตน และกล้วยฉาบสมุนไพร ของกลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแตน และกล้วยฉาบ สมุนไพร	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และมีรายได้ให้ครอบครัว - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ชั่งน้ำหนักสินค้าทุกครั้ง - ราคาไม่แพงเกินความเป็นจริง - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่นให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่คำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื่อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก - มีการผลิตที่สามารถยืดหยุ่นได้
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อหนี้จนเกินความสามารถในการชำระหนี้

ตารางที่ 6.7 วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอมกับ
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดการความรู้ เพื่อวิเคราะห์ การพัฒนาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ของผลิตภัณฑ์ข้าว เกรียบเห็ดหอม ของ กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูป เห็ดหอม	หลักการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการธุรกิจ
	1. การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์คิดค้นในราคาประหยัดมาใช้ในการผลิต - ใช้ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต - มีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอน - สามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้หลากหลาย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	2. ความพอเพียง โดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัตถุดิบของท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต คำนึงถึงการใช้อย่างประหยัด และรู้คุณค่า - มีการนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ - ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และราคาไม่แพง - เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตลาดภายในท้องถิ่นเป็นหลัก - ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัด และคุ้มค่า - ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	3. การจ้างงานอย่างประหยัด โดยใช้แรงงานในท้องถิ่น เพื่อลดค่าใช้จ่าย - มีการกระจายรายได้ กระจายงาน ช่วยให้คนท้องถิ่นมีงานทำ - มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์
	4. ความมีเหตุผลในการประกอบธุรกิจที่คำนึงถึง การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับสภาพของผู้ประกอบการ เพื่อหลีกเลี่ยงต่อการเกิดภาวะหนี้สิน - ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเป็นรายได้ให้ครอบครัว - มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
	5. มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงาน หรือลูกจ้าง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เน้นความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ให้ความสำคัญกับลูกค้า สมาชิกในกลุ่ม
	6. เพื่อการประกอบธุรกิจที่สร้างความมั่นใจ ไม่โลภมาก ไม่ค้ำกำไรเกินควร ควรคำนึงถึงการค้าในระยะยาวเป็นหลักได้แก่ “ซื้อง่าย ขายคล่อง” - ไม่โลภจนเกินไป และไม่เน้นกำไรเป็นหลัก
	7. การมีภูมิคุ้มกัน เป็นการเตรียมตัวให้พร้อมกับการประกอบธุรกิจ ต้องคำนึงถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ - เน้นการบริหารความเสี่ยง และไม่ก่อกวนเงินเกินความสามารถในการชำระหนี้