

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ชุดโครงการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพ
ธุรกิจชุมชน อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้สรุปผล และแนวทางการแก้ไขปัญห
รวมถึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ความต้องการชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนกลุ่มธุรกิจชุมชน ในอำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชนของกลุ่ม
ธุรกิจชุมชน 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล กล่าวว่ามีความจำเป็นต้องดำเนินการที่สำคัญ คือ ความต้องการ
ในแนวทางการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทั้งในรูปแบบ ความสวยงาม และสี คิดเป็น
ร้อยละ 89 ความต้องการพัฒนาวัตถุดิบใหม่ในการผลิตสินค้า คิดเป็นร้อยละ 76 และความต้องการ
ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น รูปแบบลวดลาย รูปแบบ
สมัยใหม่และแบบร่วมสมัย คิดเป็นร้อยละ 70 และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการด้านการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 89
มีความต้องการด้านตราสัญลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 75 โดยมีความต้องการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
ความต้องการความรู้ด้านกลวิธีออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยมือ ความต้องการความรู้ด้านกลวิธีออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ความต้องการแหล่งผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (พิมพ์ไปปลิ
ฉลาก หีบห่อ สติกเกอร์ เป็นต้น) ที่มีความต้องการสูงโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เกินร้อยละ 50 เช่นกัน

ผลความต้องการของกลุ่มธุรกิจชุมชนในการพัฒนาการบริหารจัดการ กล่าวว่าได้ว่า ทางกลุ่ม
มีความต้องการความช่วยเหลือจากผู้นำชุมชน เช่น ด้านแหล่งทุน ด้านสถานที่จำหน่าย การส่งเสริม
และประชาสัมพันธ์ สื่อ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 69 ความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล
ด้านแหล่งทุน สถานที่จัดจำหน่าย การบริการความรู้ด้านต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ สื่อ เว็บไซต์
รวมถึงชักจูงเข้าสู่กิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐบาลซึ่งส่งผลดีต่อกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 69 และความต้องการความช่วยเหลือจากคนในชุมชนในด้านแรงงาน
ประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 69 เช่นกัน

ผลจากการต้องการทั่วไป สรุปได้คือ ความต้องการความร่วมมือกับกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเรื่องความรู้ด้านการจัดการ การเงิน และตลาด คิดเป็นร้อยละ 52 ความต้องการความช่วยเหลือจากเยาวชนในชุมชนเพื่อร่วมพัฒนาและสืบสานงานหัตถกรรมท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 60 และความต้องการจากประชาชนทั่วไปในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเพื่อการสนับสนุนให้สินค้าและกลุ่มธุรกิจชุมชนดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 75 โดยข้อมูลด้านความต้องการเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาและพัฒนา กลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษา พบว่า แนวความคิดและกลวิธีการออกแบบของกลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่นั้น เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้ประกอบการเอง ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้ากลุ่ม หรือสมาชิกในกลุ่ม โดยมีการศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการรายอื่น หรือค้นคว้าจากตำรา นิเทศสาร เป็นต้น ด้านขั้นตอนการผลิตกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีการบริหารจัดการโดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้ดูแลงานต่าง ๆ ภายในกลุ่มเอง และประธานกลุ่มยังมีการฝึกฝนอาชีพ และฝึกฝีมือให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มด้วยการส่งสมาชิกไปฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ ตามที่ส่วนราชการและภาคเอกชนจัดขึ้น และภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการวิจัย พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการผลิต รวมไปถึงการบริหารจัดการของกลุ่มที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และความเข้มแข็งได้ทางการตลาด เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การคัดสรรฯ กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการพัฒนาไปสู่ขั้นที่สูงกว่าเดิมดังเช่นจากผลการประเมินระดับดาว (ดูในบทที่ 4) กล่าวได้ว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยอย่างต่อเนื่องนั้นมีการพัฒนาด้านการออกแบบและการบริหารจัดการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจของตนเป็นอย่างมาก

3. การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการดำเนินการจัดการความรู้ด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแผนการวิจัย และนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์

ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวส่งให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อรับการคัดสรร ผลที่ได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล มีมาตรฐานตามการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2542 กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 1 ดาว มีจำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็น 4.8 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 2 ดาว มีจำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็น 52 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 3 ดาว มี 9 กลุ่ม คิดเป็น 21.4 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 4 ดาว มี 7 กลุ่ม คิดเป็น 17 เปอร์เซ็นต์ เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากลได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 5 ดาว มี 2 กลุ่ม คิดเป็น 4.8 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่มีคุณภาพหรือมีศักยภาพในการส่งออก (สามารถดูผลระดับดาวของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ได้ในบทที่ 4)

4. การจัดการความรู้เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพในการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพในการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงาน ธุรกิจชุมชนอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล โดยวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ 10 ประเด็น คือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการจัดการ ด้านการเงิน ด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านคู่แข่ง ด้านลูกค้า ด้านสถาบันการเงิน สรุปได้คือ

ด้านการตลาด กล่าวคือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายโดยผลิตตามใบสั่ง คิดเป็นร้อยละ 30 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ ผลิตสินค้าเพื่อขายส่ง คิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ การผลิตเพื่อจำหน่ายโดยตรงคิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ สุดท้ายคือ การผลิตตามใบสั่งและเพื่อขายส่ง คิดเป็น 35 เปอร์เซ็นต์ นับว่าเป็นรูปแบบการผลิตที่ถูกใช้มากที่สุดในกลุ่มผู้ประกอบการอำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการผลิต กล่าวได้ คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการใช้แรงงานในการผลิตจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 45 เปอร์เซ็นต์ และใช้แรงงานเครื่องจักร คิดเป็นร้อยละ 25 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งการใช้แรงงานบุคคลและเครื่องจักรคิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์

ด้านการจัดการ กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีวางแผนมอบหมายงานก่อนการผลิต คิดเป็น 29 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการวางแผนในกระบวนการผลิตคิดเป็น 27 เปอร์เซ็นต์

อีกทั้งมีการวางแผนการตรวจสอบคุณภาพสินค้า คิดเป็น 27 เปอร์เซ็นต์ และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการลงทุน คิดเป็น 17 เปอร์เซ็นต์

ด้านการเงิน กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการทำบัญชีของธุรกิจ คิดเป็น 4 เปอร์เซ็นต์ การลงทุนโดยทุนส่วนตัว คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ การลงทุนโดยการกู้ยืมเงิน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ และการลงทุนโดยการร่วมหุ้นในการลงทุน คิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาภาระหนี้สิน คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์

ด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนได้มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ของตน คิดเป็น 0 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการนำภูมิปัญญามาใช้ในการทำธุรกิจ คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ และยังมีภาวะเศรษฐกิจผลักดันการจำหน่ายสินค้าโดยคิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ และสุดท้าย คือ ค่านิยมผู้บริโภคที่นิยมใช้ของไทยคิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์

ด้านการเมืองและกฎหมาย กล่าวได้คือ นโยบายในการส่งเสริมอาชีพของภาครัฐสู่กลุ่มธุรกิจชุมชน คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ หรือการได้รับความช่วยเหลือด้านการลงทุนจากภาครัฐ คิดเป็น 40 เปอร์เซ็นต์ การจดลิขสิทธิ์สินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน คิดเป็นเพียง 1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น และการได้รับการประเมินมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐ และความเข้าใจในกฎหมายด้านการค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์

ด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันเทคโนโลยี กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าของกลุ่มตนนั้น คิดเป็น 65 เปอร์เซ็นต์ และด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สินค้า คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการขายส่งและค้าปลีกสินค้า คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้ประกอบการ คิดเป็นเพียง 25 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

ด้านคู่แข่ง กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้า คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการทำตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม (โลโก้) คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และทางกลุ่มมีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม คิดเป็น 25 เปอร์เซ็นต์ โดยการแข่งขันทางธุรกิจมีการใช้กลยุทธ์ในการตลาดที่ไม่เป็นธรรม คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์

ด้านลูกค้า กล่าวได้ คือ กลุ่มธุรกิจมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า คิดเป็น 95 เปอร์เซ็นต์ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการรักษาลูกค้าของตนได้ คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์

ด้านสถาบันการเงิน กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการกู้ยืมเงินเพื่อนำมาลงทุนในการดำเนินธุรกิจจากธนาคารพาณิชย์ คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ และจากโรงรับจำนำ เช่น สถานธนาทูปาล สถานธนาทูปะราช

คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ ส่วนสหกรณ์ออมทรัพย์ คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ และได้จากกองทุนหมู่บ้าน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์

5. การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนของกลุ่ม ธุรกิจชุมชน ในอำเภอออยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาปรากฏว่า กลุ่มธุรกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็น เป็นในภาพรวม หรือแม้แต่รายกลุ่มมีเกณฑ์ในการพัฒนา และการปรับปรุงยุคที่ใช้หลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงกับกลุ่มของตนได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นในด้านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และการนำเทคโนโลยีพื้นบ้านมาใช้ในการทำงานของตนได้อย่างดี มีการคิดค้นวัสดุทดแทนหรือเครื่องทุ่นแรง ที่เกิดจากภูมิปัญญาของตนอีกด้วย อีกทั้งทุกกลุ่มมีการใช้วัสดุในการผลิตอย่างรู้คุณค่า หรือ แม้กระทั่งการนำวัสดุเหลือใช้มาทำผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์จาก น้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ของคุณสุภาพ สายเกิด ผู้ประกอบการ ในตำบลป่าป้อ เป็นต้น และทุกกลุ่มมีการจ้างแรงงานท้องถิ่นเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งเป็นการประหยัดค่าจ้างแรงงานต่างถิ่นด้วย กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถสร้างรายได้ ลดรายจ่าย หลีกเลียงภาระหนี้สิน อีกทั้งยังลดภาระหนี้สินเดิมที่กู้ยืมมาจากการค้ำหนักรายรับ - รายจ่าย มีการทำ บัญชีอย่างง่ายเพื่อเป็นการบริหารจัดการระบบการเงินของตนเอง ส่งผลให้การประกอบธุรกิจ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็นได้อย่างดี มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงานหรือลูกจ้างและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ส่งผลให้การดำเนิน ธุรกิจของตนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน

และจากผลการศึกษาโดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามเกณฑ์ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข สรุปได้ คือ ผู้ประกอบการมีการใช้ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น นำเอาเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ ตามสภาพชุมชนโดยผลิตตามกำลังซื้อที่ตนมีและเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนโดยใช้ความรู้และความเข้าใจในกระบวนการผลิตของตนเองอย่างถ่องแท้ภายใต้เงื่อนไขความรู้ โดยเน้นหลัก ความพอประมาณ และความมีเหตุผล อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนยังมีการใช้เวลาว่างเพื่อสร้างอาชีพเสริม ในชุมชนและกลุ่มของตน มีการลดภาระค่าใช้จ่ายและไม่สร้างหนี้ใหม่ซึ่งถือว่าเป็นการดำรงชีพ อย่างมีภูมิคุ้มกัน มีการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค โดยไม่เอาเปรียบ ลูกค้านำภายใต้เงื่อนไขคุณธรรม

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพตน ทางภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนนี้ให้มากและตลอดไป โดยเน้นการประสานของตัวแทนกลุ่มธุรกิจชุมชนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ดูแลอย่างสม่ำเสมอ สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่มีการรับข่าวสาร ในเรื่องนี้ภาครัฐควรให้ความรู้เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่ามีความสำคัญในการผลิตสินค้าเป็นอย่างมาก

ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นหัวใจสำคัญของสินค้าต่าง ๆ และควรประสานกับหน่วยงานจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาวิทยากรมาเผยแพร่ความรู้ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ด้านการจัดการความรู้ ควรมีการจัดเก็บชุดความรู้ ภูมิปัญญา ขั้นตอนการผลิต เพื่อเป็นหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อให้คนรุ่นหลังสามารถมาศึกษาหาความรู้ต่อไปได้ อีกทั้งผู้ที่สนใจก็สามารถมาศึกษาหาความรู้ได้เช่นกัน โดยภาครัฐบาล ภาคเอกชน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการจัดเก็บชุดความรู้ และนำไปเผยแพร่ต่อไป

ด้านการจัดการการตลาด ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ให้มีความรู้ในทุกด้านเพื่อส่งเสริมด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครบทุกองค์ประกอบ ภาครัฐบาลหรือองค์กรท้องถิ่น ควรเป็นผู้ผลักดันและส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างรอบคอบ โดยการให้ความรู้และจัดหาวิทยากรเพื่อมาให้ความรู้แก่ชุมชน อีกทั้งเป็นผู้ส่งเสริมให้คนในชุมชนหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าของชุมชน เป็นการรณรงค์การใช้สินค้าของผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจชุมชนให้อยู่รอดภายใต้การแข่งขันทางการค้าปัจจุบัน

และท้ายที่สุด คือ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มธุรกิจชุมชน ควรน้อมนำหลักปรัชญามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเพื่อเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ โดยมีหลักการ พอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกันเพื่อให้ธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนาไปได้อย่างมั่นคง ไม่เป็นการก้าวกระโดด และมีความยั่งยืน