

บทที่ 6

การวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอหางดง

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และแบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีผลการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่เป็นอาชีพที่ทำมาตั้งแต่ดั้งเดิมรุ่นบรรพบุรุษให้สืบทอด และคงอยู่ต่อไป ทั้งยังต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจซึ่งเป็นการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบัน อีกทั้งชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ในหลายๆ ด้าน ทั้งทางด้าน การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดรูปแบบใหม่ ด้านการเงิน และการตลาด ในการพัฒนาต่อไปได้ ซึ่งได้เสนอแนวทางการดำเนินดังนี้

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค (SWAT Analysis) ของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเดินเส้นลวดลาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 10 กลุ่ม ทำให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพของกลุ่มเพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาในส่วนที่ต้องการจะพัฒนา แก้ไขปัญหาในส่วนที่ต้องการแก้ไขเกี่ยวกับจุดอ่อน และอุปสรรค ให้ตรงจุด ซึ่งได้ให้แต่ละกลุ่มได้ทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเดินเส้นลวดลาย

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1. จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1.1 ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุภัณฑ์ ยอดขายเป็นต้น) วัตถุดิบหาซื้อง่าย อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าทำให้มีการสั่งทำเข้ามาตลอดรวมไปถึงการตลาดที่ดีตามมา

1.2 ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง เป็นต้น) มีความชำนาญสูงเพราะมีประสบการณ์ในการทำงานมานานหลายปี สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม และอุปกรณ์มีพร้อม

1.3 ด้านการจัดการ(เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล) จัดการแบ่งงานให้ตรงต่อเวลา ฝึกให้มีความรับผิดชอบต่องาน เพื่อ เป็นการเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ทันเวลาที่ลูกค้ามารับงาน

1.4 ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) ผลผลิตที่ได้ในการผลิตสามารถขายส่ง และปลีกได้ ในราคาดี มีหลายช่องทางในการหารายได้เข้ามา มีหลายราคาตามที่ลูกค้าต้องการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเวลาด้วย ถ้ามีเวลามากก็ทำได้มาก และถ้าไรก็จะมากขึ้น

2. จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

2.1 ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ ยอดขาย เป็นต้น) วัตถุดิบหายากมีราคาแพง ไม่มีการพัฒนาสินค้าแบบใหม่เข้ามา มีแต่กลุ่มลูกค้าเก่าที่สั่งสินค้าต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มลูกค้าใหม่น้อยมาก และไม่มีการสั่งสินค้าต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

2.2 ด้านการผลิต ผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง เป็นต้น) อุปกรณ์ที่ใช้งานมีอายุการใช้งานสั้นเนื่องจากใช้ทุกวัน ไม่มีลูกจ้างทำให้ส่งงานให้ลูกค้าไม่ทัน

2.3 ด้านการจัดการ (เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล) มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ ทำให้ไม่มีระเบียบ และไม่สามารถรู้ได้ว่ากำไร-ต้นทุนเท่าไรเดือนนี้ได้มากน้อยอย่างไร

2.4 ด้านการเงิน(เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) ต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์วัตถุดิบราคาแพงมากมาย และไม่มีลูกจ้างช่วยทำจึงทำให้ส่งงานลูกค้าไม่ทัน ทำให้กำไรน้อยลง ปัญหาที่ตามมาคือขาดเงินหมุนเวียน

3. โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

3.1 ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษีราคาน้ำมัน เป็นต้น) สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนหรือในท้องถิ่น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง

3.2 ด้านสังคมวัฒนธรรม(เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) ผลกระทบที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน และเป็นทำขึ้นชอบของลูกค้านต่างชาติ

3.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย(เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ สิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมการส่งออกมาก เป็นพิเศษ จึงเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก มีการลดอัตราดอกเบี้ย และอัตราภาษี ทำให้สามารถกู้ได้ในอัตราระยะยาว และดอกเบี้ยต่ำ

3.4 ด้านเทคโนโลยี(เช่น วิทยาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีสามารถช่วยเหลือด้านการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ยังสามารถหาเป้าหมายทางการตลาด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

3.5 ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) มีจำนวนมาก ระดับการแข่งขันสูง แต่ชำนาญงานมากกว่าจึงสามารถผลิตได้มากกว่า และมีงานเข้ามา มากกว่า จึงสามารถเพิ่มอัตรารายได้ให้มากขึ้นอยู่เรื่อยๆ

3.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีอำนาจการซื้อ และการใช้เงินสูง อัตราด้านการตลาดจึงเพิ่มขึ้น และมีลูกค้าที่มีความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น

3.7 ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย เงินใจ เป็นต้น) รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินทุนมากขึ้น เงินใจดี และระยะยาว อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ

4. อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

4.1 ด้านเศรษฐกิจ (เช่นอัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี ราคาน้ำมัน เป็นต้น สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชน ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง แต่ต้องมีหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกันให้ เหมาะสมกับเงินกู้ซึ่งลำบากมากในการจัดหาหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกัน

4.2 ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก เป็นต้น)ไม่เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าชาวไทย เพราะถูกมองว่าเป็นของธรรมดาไม่ได้แปลกใหม่อะไรมากมาย การจำหน่ายจึงเป็นแบบผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

4.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ
สิทธิบัตร เป็นต้น) มีปัญหาขาดเงินหมุนเวียน เพราะความล่าช้าในการดำเนินงานของรัฐที่ยุ่ยาก
และความไม่แน่นอนของการเมือง และกฎระเบียบของรัฐ

4.4 ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี
การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) ไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี จึงเป็นการยากที่จะศึกษา
และหาเป้าหมายทางการตลาด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

4.5 ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ถึงคู่แข่ง
มีจำนวนมาก ระดับการแข่งขันสูง และไม่สามารถเพิ่มอัตรารายได้ได้มากเท่าที่ควร เพราะขาด
ลูกจ้างในการทำงาน จึงทำงานไม่ทันตามที่ลูกค้าสั่งงานต้องไปสั่งทำที่อื่นด้วยในเวลาเดียวกันทำให้
รายได้น้อยลง

4.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น)
ลูกค้ามีอำนาจการใช้จ่ายสูง ก็จริงแต่ผลิตภัณฑ์นี้ถือเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็น ลูกค้าจึงไม่มีการสั่งซื้อ
สินค้าต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

4.7 ด้านสถาบันการเงิน (เช่น แหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย เงินใจ เป็นต้น)
รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินทุนมากขึ้น แต่ให้กู้ได้ในจำนวนที่น้อยมาก
หรือไม่ได้ตามจำนวนต้องการ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้จำนวนมากในการพัฒนา และลงทุนทำตลาด

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอหางดง

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้หลักเกณฑ์ของการ
คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ได้กำหนดให้มีการพิจารณา
ในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเข้าคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการ
คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภท
ผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบ และเกณฑ์การคัดสรรตาม
กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรร ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน
(30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็ง
ของชุมชน

ส่วนที่ 2 หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน)
โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

ส่วนที่ 3 หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนำมาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ประกอบไปด้วยกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ประกอบการงานหัตถกรรมประเภทธุรกิจชุมชนหัตถกรรมเดินเส้นลวดลายทั้ง 10 กลุ่มได้แก่

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| 1. กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณอินสร | ทิพสุทา |
| 2. กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณอารี | กาวิละ |
| 3. กลุ่มตัวอย่างที่ 3 คุณพองนวล | ปลุกงา |
| 4. กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณศวรร | ทิพย์อ่อน |
| 5. กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณอัมพร | ชาวิชัย |
| 6. กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณอำพร | ศรีกุนะ |
| 7. กลุ่มตัวอย่างที่ 7 จันทิรา | ต้นปาดิ |
| 8. กลุ่มตัวอย่างที่ 8 คุณแก้วศรี | ปลุกงา |
| 9. กลุ่มตัวอย่างที่ 9 คุณสุพาณี | แก้วใจ |
| 10. กลุ่มตัวอย่างที่ 10 คุณชานนท์ | นันทไชย |

ธุรกิจชุมชนหัตถกรรมเดินเส้นลวดลาย

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณอินสร ทิพสุทา
ผลิตภัณฑ์เดินเส้นตุ๊กตาคนตรี

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต ไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดระหว่างจังหวัดส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น ไม่เกินร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก เกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สี สันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ก่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีต้นสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมี บรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณอารี กาวีละ

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นพระ-นาง

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต ไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการ พัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 – 50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก เกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น นำมาจากท้องถิ่น และพัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีสันไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 กลุ่มฟองนวล ปลูกลง

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นกรอบรูปและขันโตก-กล่องทิชชู-ห่านไม้

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขายปัจจัยการผลิต ไม่มีการขายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการ พัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่ม ได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อ nötig ได้

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก เกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น นำมาจากที่อื่นและพัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ก่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีต้นสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณศวร ทิพย์อ่อน

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นขันโตก

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต ไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์ หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อนึกได้

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 -50ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณะของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณอัมพร ยาวิชัย

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นพระ-นาง

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขายปัจจัยการผลิต ไม่มีการขายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่ม ได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อมีก็ได้

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 -50ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศและจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีตลาด สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ก่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีต้นสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ จะมีบรรจุภัณฑ์ ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณอำพร ศรีกู่

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นเตียง

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต มีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 20 อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ คุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์ เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชีไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อนึกได้

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 -50ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณะของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ตลาด และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ตลาด หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 7 จันทิรา ดันปาลี

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นนกกตกแต่ง

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 -50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาด ลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 8 กลุ่มแก้วศรี ปูลอง

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นผิวเส้นพื้น

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการ พัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาแต่

ไม่สม่ำเสมอส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์
เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไปในด้านการมี
ส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน)
ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อ nötig ได้

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่าง
จังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้น
ร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาด ลูกค้าน่าและลูกค้าใหม่ และมีการ
สั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ
และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มี
การบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น
เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ
ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สี สันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม
สะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์
คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ต่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
ค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ
ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์
ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้
ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมี
บรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 9 คุณสุพาลี แก้วใจ

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นผิเสือกแต่งบ้าน

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ + ปี ที่ผ่านมากับการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่มและตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ ส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 3 – 5 ปี ในด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาด มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ก หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 10 คุณชาหน้ นันไชย

ผลิตภัณฑ์เดินเส้นขันโตก

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิต มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ ส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ด้านระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีการจัดตั้งกลุ่ม 5 ปีขึ้นไป ในด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชนทางกลุ่มได้ใช้ปัจจัยการผลิต 1 ประเด็น ได้แก่ปัจจัยการผลิต (แรงงาน/ทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน การจัดทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข

ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 -50ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค

หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ต่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี

ด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้

ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ต้องปรับปรุงสำหรับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์จะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น

การจัดเวที และกิจกรรมเพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับข้อมูล ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการ และการตลาด

การจัดเวทีกิจกรรมเสริมสร้างความเข้าใจ ให้แก่ผู้ประกอบการพร้อมทั้งเก็บข้อมูลต่างๆ ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีกิจกรรมมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ยกระดับสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น ในขั้นตอนการดำเนินงานแรกของผู้วิจัยมีการจัดเวทีการเรียนรู้ขึ้น 2 ครั้ง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการพร้อมทั้งเก็บข้อมูลปัญหาและความต้องการ โดยที่ก่อนการจัดเวทีผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน และประสานงานกับท้องถิ่นเก็บข้อมูลบริบทชุมชน ซึ่งในการจัดเวทีการเรียนรู้ มีรายละเอียดดังนี้

การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 1 มีการให้ความรู้ โดยเชิญผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสร้างความคุ้นเคย และความเข้าใจ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ทั้งในด้านของการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งสร้างศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ โดยเป็นการให้ความรู้เรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค นอกจากนั้นยังเป็นการสอบถามถึงความต้องการรวมถึงรับทราบปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการหาวิธีแก้ไขปัญหามาให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนในด้านต่างๆ ต่อไป นับว่าการให้ความรู้ในครั้งนี้จะเป็นการสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ประสบผลสำเร็จทั้งด้านการผลิต การออกแบบรวมทั้งมีศักยภาพการแข่งขันที่ดีในตลาดได้อีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์

1. ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
2. สอบถามความต้องการ ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

3. ให้ความรู้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนเรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

มีกิจกรรมดังนี้

ช่วงเช้า แนะนำตัว ทำความรู้จักกับผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความคุ้นเคย เริ่มต้นให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม และงานวิจัย เรื่องเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่ามีความสำคัญอย่างไร ทำไมต้องมี และมีเกณฑ์อะไรบ้าง

ช่วงบ่าย หลังจากรับประทานอาหารเสร็จ เริ่มเข้าสู่กิจกรรมช่วงบ่าย มีการอบรมเรื่อง การวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกประกอบการอบรม ผู้ประกอบการที่ได้เข้าร่วม จะทำการ การวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก ของตนเอง

สิ่งที่ได้จากการการจัดเวทีการเรียนรู้

1. ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ ได้รับความรู้ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
2. ผู้วิจัยทราบถึงความต้องการ ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
3. กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับความรู้เรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 2 การจัดเวทีเพื่อความก้าวหน้าของโครงการวิจัย การสรุปผลที่ได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ และคณะผู้วิจัย ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ในโครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เพื่อเป็นการสรุปถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า และรวบรวมปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทั้งยังเป็นการระดมความคิดของผู้มีประสบการณ์ คณะนักวิจัยเพื่อแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆ และความต้องการ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตลาด การเงิน การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์

1. สรุปผลที่ได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่
2. ให้ความรู้เรื่องและฝึกอบรมอาชีพเสริมแก่กลุ่มธุรกิจชุมชน
3. สอบถามความต้องการ ปัญหาต่างๆ สถานการณ์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
4. คณณักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูล แนวทางการแก้ไขปัญหา ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาด้านการจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตลาด การเงิน กระประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์

มีกิจกรรมดังนี้

ช่วงเช้า แนะนำตัว เนื่องจากเริ่มคุ้นเคยกันจากการจัดเวทีในครั้งแรก และจากการศึกษาดูงานที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมแล้ว การดำเนินงานในครั้งนี้นั่งง่ายขึ้น เริ่มทบทวนการศึกษาดูงานว่าสรุปแล้วเป็นอย่างไร พร้อมกับให้ความรู้เพิ่มเติมเรื่องหลักการออกแบบแก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วม

ช่วงบ่าย หลังจากรับประทานอาหารเสร็จ เริ่มเข้าสู่กิจกรรมช่วงบ่าย ในเรื่องหลักการออกแบบต่อจากช่วงเช้า จากนั้นทำการสอบถามความรู้สึกของผู้ประกอบการต่อการศึกษาดูงาน และการจัดเวทีการเรียนรู้ ในครั้งที่แล้ว และในครั้งนี้

สิ่งที่ได้จากการการจัดเวทีการเรียนรู้

1. ผู้ประกอบการได้รับผลสรุป รวมทั้งเนื้อหาข้อคิดต่างๆ ที่ได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1
2. กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับความรู้เรื่อง และได้ฝึกอบรมอาชีพเสริม
3. ผู้วิจัยทราบถึงความต้องการ ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
4. กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับความรู้เรื่อง แนวทางการแก้ไขปัญหา ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาด้านการจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตลาด การเงิน กระประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ คณณักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญ

การจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ ณ ถนนคนเดิน บริเวณด้านหลังห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์
 ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจชุมชน ท้ายที่สุดจะต้องอาศัยการวิเคราะห์ถึงปัญหา
 ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งยังต้องคำนึงถึงการจำหน่ายสินค้าเป็นสำคัญด้วย ในการจัด
 กิจกรรมการจำหน่ายสินค้า สร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการ ในการทำงานเป็นกลุ่ม ทั้งยัง
 เป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ขึ้นมาด้วย การจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผน
 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเสียก่อน ทั้งยังต้อง
 พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอีกด้วย

การจัดจำหน่ายสินค้าครั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการให้ความรู้ ด้านการจัดแสดง
 สินค้า การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้า โดย
 นักวิจัยและคณะจะเป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ แก่กลุ่มผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง
 ความรู้ความเข้าใจต่างๆ รวมไปถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการให้ความรู้ ด้านการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับ
 ลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้า
2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการในสถานที่
 ต่างๆ
3. เป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการทั้ง 5 กลุ่ม

มีกิจกรรมดังนี้

ช่วยเหลือในด้านให้ความรู้ และสื่อต่างๆ การจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยจัด
 จำหน่ายสินค้าพร้อมแนะแนวทาง และอภิปรายเกี่ยวกับข้อบกพร่องต่างๆ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มผู้ประกอบการได้รับความรู้ ด้านการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับ
 ลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้า
2. กลุ่มผู้ประกอบการได้ร่วมทำกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้ากับคณะนักวิจัย
 และผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ
3. ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการทั้ง 5 กลุ่ม