

บทที่ 6

การวิเคราะห์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอหางดง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในเบื้องต้น กรณีศึกษาผู้ประกอบการทั้ง 8 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นอาชีพที่ทำมาตั้งแต่ดั้งเดิมรุ่นบรรพบุรุษให้สืบทอด และคงอยู่ต่อไป ทั้งยังต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจซึ่งเป็นการแข่งขันที่สูงมาก ในปัจจุบันชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ด้านการเงิน และการตลาดที่ยังต้องศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไปได้ ซึ่งได้เสนอแนวทางการดำเนินกิจกรรมต่อไปนี้

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค (SWAT Analysis) กรณีธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพของกลุ่มจนสามารถนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาในส่วนที่ต้องการจะพัฒนาทั้งจุดอ่อน และอุปสรรคให้ตรงจุด ซึ่งได้ให้แต่ละกลุ่มได้ทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1. จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1.1 ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรจุภัณฑ์ ยอดขาย เป็นต้น) ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์อันดีต่อพ่อค้าคนกลาง และลูกค้า ทำให้สามารถซื้อวัสดุ-อุปกรณ์ได้ในราคาถูก

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

ผู้ประกอบการมีความชำนาญงานสูง เพราะมีประสบการณ์ในการทำงานหลายปี สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม พร้อมผลิตสินค้าที่มีรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

1.3 ด้านการจัดการ (เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงาน การบริหาร การบริหารงานบุคคล) รักษากำหนดการที่ลูกค้ากำหนด เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาผลิตสินค้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า

1.4 ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) สามารถกู้เงินฉุกเฉิน ได้จากสหกรณ์ภายในชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ได้ในการผลิตสามารถขายส่ง และปลีกได้ราคาดีพอสมควร

2. จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

2.1 ด้านการตลาด (เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุวัตถุประสงค์ขาย เป็นต้น) ไม่มีการพัฒนาสินค้าแบบใหม่ๆ มีแต่กลุ่มลูกค้าเก่าที่สั่งสินค้าต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มลูกค้าใหม่นี้น้อยมากและยังไม่มีมีการสั่งสินค้าต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2.2 ด้านการผลิต (เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง เป็นต้น) อุปกรณ์ที่ใช้งานมีอายุการใช้งานสั้นเนื่องจากใช้ทุกวัน อีกทั้งกระบวนการผลิตยุ่งยากวันหนึ่งจึงไม่สามารถผลิตได้ตามที่ตั้งเป้าไว้ และยังเป็นแบบที่ลูกค้าออกแบบมาสั่งทำก็จะเสียเวลามากขึ้น ทำให้ผลิตไม่ทันต่อความต้องการ ยิ่งเสียเวลามากก็จะเสียลูกค้าไปด้วย

2.3 ด้านการจัดการ (เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน ค่านิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล) คิดรายได้ให้แก่ลูกค้าแบบคิดตามจำนวนชิ้นงานทำได้มากก็ได้เงินมาก แต่รายได้ไม่พอต่อรายจ่ายเพราะข้อจำกัดของตลาดที่มีน้อย ซึ่งก็คือทำงานทุกวันแต่วันขายมีแค่ 2 วันต่อ 1 อาทิตย์ ทำให้ขาดเงินหมุนเวียน

2.4 ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) ต้องลงทุนซื้อวัตถุดิบที่มีราคาแพงและอุปกรณ์มากมาย ทำให้ขาดเงินทุนหมุนเวียน จนต้องกู้เงินมาหมุนในธุรกิจหลายครั้ง

3. โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

3.1 ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี ราคาน้ำมัน เป็นต้น) สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนและท้องถิ่น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก

3.2 ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) แสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่น และมีการพัฒนาสร้างสรรค์ให้ทันสมัยตรงกับความนิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าชาวไทยและ ชาวต่างชาติมาก

3.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ สิทธิบัตร เป็นต้น) ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่มีการสนับสนุนการส่งเสริมการส่งออกมากเป็นพิเศษ จึงเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจมาก มีการลดอัตราดอกเบี้ยและอัตราภาษี ทำให้สามารถกู้ได้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

3.4 ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสามารถช่วยเหลือด้านการตลาดและการโฆษณา เป็นการเพิ่มช่องทางใหม่ๆให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ยังสามารถหาเป้าหมายและกลุ่มใหม่ๆทางการตลาด

3.5 ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) มีจำนวนมาก และระดับการแข่งขันสูง แต่มีจุดเด่นทางธุรกิจคือมีราคาถูกกว่า โรงงานใหญ่ จึงสามารถเพิ่มอัตรารายได้ให้มากขึ้นอยู่เรื่อยๆ

3.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น) รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินกู้มากขึ้น เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สามารถกู้เงินได้จากสหกรณ์ชุมชนและท้องถิ่น

3.7 ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินกู้ นโยบาย ดอกเบี้ย เงื่อนไข เป็นต้น) รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินกู้มากขึ้น เงื่อนไขดี และอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สามารถกู้เงินได้จากสหกรณ์ชุมชนและท้องถิ่น

4. อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

4.1 ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษี ราคาน้ำมัน เป็นต้น) สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชนและท้องถิ่น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก แต่ต้องมีหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกันให้ เหมาะสมกับเงินกู้ซึ่งลำบากมากในการจัดหาหลักทรัพย์เพื่อค้ำประกัน

4.2 ด้านสังคมวัฒนธรรม (เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) ปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิต เปลี่ยนไปมาก จึงทำให้ไม่เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าชาวไทย เพราะถูกมองว่า เป็นของธรรมดาไม่ได้ แปลกใหม่อะไรมากมาย

4.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ สิทธิบัตร เป็นต้น) มีปัญหาขาดเงินทุนเวียน เพราะความล่าช้าในการดำเนินงานของรัฐ ที่มียุ่งยาก และความไม่แน่นอนของการเมือง และกฎระเบียบของรัฐมากมาย ทำให้การเติบโตของตลาดลดน้อยลง

4.4 ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิชาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) ไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี และเป็นเรื่องยากที่จะศึกษาด้านเทคโนโลยี เพราะไม่มีอุปกรณ์ ขาดโอกาสหาเป้าหมาย และกลุ่มใหม่ๆ

4.5 ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) คู่แข่งมีจำนวนมาก ระดับการแข่งขันสูง ทำให้ยากต่อการจัดหาตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ จำนวนการโฆษณา ยังมีน้อยทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก

4.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีอำนาจการใช้จ่ายสูงจริง แต่ผลิตภัณฑ์ไม่ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็น ลูกค้าจึงไม่มีการสั่งซื้อสินค้าต่อเนื่อง

4.7 ด้านสถาบันการเงิน (เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย เงินใจ เป็นต้น) รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินกู้มากขึ้น แต่ให้กู้ได้ในจำนวนที่น้อยมาก หรือไม่ได้ตามจำนวนต้องการ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้จำนวนมากในการพัฒนาและลงทุนทำตลาดหาเงินทุนเวียน

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอบางคอง

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้หลักเกณฑ์ของการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเข้าคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบ และเกณฑ์การคัดสรรตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรร ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งของชุมชน

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 ประกอบไปด้วยกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ประกอบการงานหัตถกรรมประเภทผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้ ทั้ง 8 กลุ่มได้แก่

- | | |
|------------------------------------|-----------|
| 1. กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณศิรินันท์ | จันทร์จวน |
| 2. กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณสมศรี | โปธิ |
| 3. กลุ่มตัวอย่างที่ 3 คุณภีระพัฒน์ | นันทะวงศ์ |
| 4. กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณคนก | ศรีมูล |
| 5. กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณมา | สายกันทา |
| 6. กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณอนันต์ | ไชยชม |
| 7. กลุ่มตัวอย่างที่ 7 คุณพวงเพชร | นันทะ |
| 8. กลุ่มตัวอย่างที่ 8 คุณทองดี | เขียวดี |

ธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์กรอบรูป

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณศิรินันท์ จันทร์จวน

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปกระจก

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไข นอกจากนั้นศึกษาการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่มและสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมา 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่างจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติและเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สี สัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับความนิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง และต้องปรับปรุงเล็กน้อย

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้ง การเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณสมศรี โปธิ

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้สัก

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มมีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 20 อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไขแล้ว นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่ายมีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิมยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เช่น กล่อง การบรรจุสามารถรักษาคุณภาพได้ระยะหนึ่ง แต่ไม่มีรายละเอียดที่ต้องระบุมาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดต่างประเทศ สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์แต่มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น นำมาจากที่อื่น และนำมาพัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สีสัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสม ทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับค่อนข้างดี

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 คุณภริะพัฒน์ นันทะวงศ์

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้สัก

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็ง

ของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไข นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมา 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของการให้ชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่างจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สี สัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง และต้องปรับปรุงเล็กน้อย

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้ง การเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณนก ศรีมูล

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้อัด

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศน้อยกว่าร้อยละ 80 ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไข นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่ายมีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิมไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดภายในจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอโดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติและเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นการนำมาจากที่อื่น และพัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สีสัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปานกลางแต่ต้องปรับปรุงเล็กน้อย มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกวัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยและเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณมา สายกันทา

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้พื้นบ้าน

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็ง

ของชุมชน และหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน) โดยมีหลักเกณฑ์ ด้านการตลาด และด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ดังนี้

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไข นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมา 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่ เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่าง จังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเอง ภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สี สัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับความนิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง และต้องปรับปรุงเล็กน้อย

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้ง การเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณอนันต์ ไชยยม

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปเศษไม้

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศทั้งหมด ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มมีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบมีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดภายในจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอโดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ไม่มีการบันทึกประวัติและเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สี สันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปานกลางแต่ต้องปรับปรุงเล็กน้อย

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยและเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 7 คุณพวงเพชร นันทะวงศ์

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มมีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 20 อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีไม่มีการจัดทำบัญชี

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดภายในจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะ ที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้ง การเลือกใช้วัสดุ ขนาด โครงสร้าง สีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 8 คุณทองดี เขียวดี

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปไม้สัก

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน แต่ได้มีการดำเนินการแก้ไข นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมา 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบกร 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่ เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่าง จังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเอง ภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สี สัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง และต้องปรับปรุงเล็กน้อย

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้ง การเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต

มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

การจัดเวที และกิจกรรมเพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับข้อมูล ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การจัดการ และการตลาด

การจัดเวทีกิจกรรมเสริมสร้างความเข้าใจ ให้แก่ผู้ประกอบการพร้อมทั้งเก็บข้อมูลต่างๆ ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีกิจกรรมมาเป็นแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ยกระดับสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น ในขั้นตอนการดำเนินงานแรก ของผู้วิจัยมีการจัดเวทีการเรียนรู้ขึ้น 2 ครั้ง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการพร้อมทั้งเก็บข้อมูลปัญหา และความต้องการ โดยที่ก่อนการจัดเวทีผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น ของชุมชน และประสานงานกับท้องถิ่นเก็บข้อมูลบริบทชุมชน ซึ่งในการจัดเวทีการเรียนรู้ มีรายละเอียดดังนี้

การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 1 มีการให้ความรู้ โดยเชิญผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสร้างความคุ้นเคย และความเข้าใจ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ทั้งในด้าน ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งสร้างศักยภาพ ในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ โดยเป็นการให้ความรู้เรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นอกจากนั้นเป็นการสอบถามความต้องการรวมถึงรับทราบปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการหาวิธีแก้ไขปัญหามาให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนในด้านต่างๆ ต่อไป นับว่าการให้ความรู้ในครั้งนี้จะเป็นการสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านการผลิต การออกแบบรวมทั้งมีศักยภาพการแข่งขันที่ดีในตลาดได้อีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์

1. ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เรื่องการ วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
2. สอบถามความต้องการ ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

3. ให้ความรู้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนเรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

มีกิจกรรมดังนี้

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

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

สิ่งที่ได้จากการการจัดเวทีการเรียนรู้

1. ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ ได้รับความรู้ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
2. ผู้วิจัยทราบถึงความต้องการ ปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
3. กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับความรู้เรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

การจัดเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 2 การจัดเวทีเพื่อความก้าวหน้าของโครงการวิจัย การสรุปผลที่ได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ และคณะผู้วิจัย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ในโครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “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. กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับความรู้เรื่องจากการจัดเวที 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. กลุ่มผู้ประกอบการได้ร่วมทำกิจกรรมการจำหน่ายสินค้ากับคณะนักวิจัย
 และผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ
3. ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการทั้ง 5 กลุ่ม