

บทที่ 6

การวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอหางดง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทำกิจกรรม การเก็บรวบรวม ข้อมูลต่างๆในการประกอบอาชีพด้านงานหัตถกรรมของชุมชนอำเภอหางดง ทำให้ได้ข้อมูลที่จะเชื่อมโยงไปสู่พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจซึ่งเป็นการแข่งขัน ที่สูงมากขึ้นในปัจจุบัน ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ในหลายๆด้านทั้ง ด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดรูปแบบใหม่ และด้านการเงินการตลาด ที่ยังต้องศึกษาเพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนาต่อไป

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค (SWAT Analysis) ของกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 กลุ่ม ทำให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพของกลุ่มเพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาในส่วนที่ต้องการจะพัฒนา แก้ไขปัญหา ในส่วนที่ต้องการแก้ไขเกี่ยวกับจุดอ่อน และอุปสรรค ให้ตรงจุด ซึ่งได้ให้แต่ละกลุ่มได้ทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1. จุดแข็งของกลุ่ม (Strengths)

1.1 ด้านการตลาด(เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ ยอดขายเป็นต้น) วัตถุประสงค์ที่ซื้อขาย อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์อันดีต่อผู้จัดหา และลูกค้า สินค้ายังมีความแปลกใหม่ทันสมัยตรงกับความนิยมของตลาด จึงทำให้มีความต้องการสูง

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

ประสบการณ์ในการทำงานหลายปี จึงมีความชำนาญสูง สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

1.3 ด้านการจัดการ (เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล) จัดการแบ่งงานตามความถนัด ให้แก่ลูกจ้าง และมีความสัมพันธ์อันดีต่อผู้จัดหาไม้สักจึงทำให้ได้ไม้เนื้อดีราคาถูก

1.4 ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) ผลผลิตทันทีที่ได้ในการผลิตสามารถขายส่ง และปลีกได้ในราคาดี มีหลายช่องทางในการหารายได้เข้ามาสู่กลุ่ม

2. จุดอ่อนของกลุ่ม (Weaknesses)

2.1 ด้านการตลาด(เช่น สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด หรือความสัมพันธ์กับลูกค้า บรรลุภัณฑ์ ยอดขาย เป็นต้น) ยังไม่มีการพัฒนาสินค้าแบบใหม่เข้ามา มีแต่กลุ่มลูกค้าเก่าที่สั่งสินค้าต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มลูกค้าใหม่นี้น้อยมาก และยังไม่มีการสั่งสินค้าต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

2.2 ด้านการผลิต(เช่น วัตถุดิบ เทคนิควิธีการผลิต ความชำนาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ ต้นทุน สถานที่ตั้ง อาคาร กระบวนการผลิต กำลังการผลิต สินค้าคงคลัง เป็นต้น) เสียเวลาพอสมควรในการคัดเลือกไม้ เพื่อที่จะนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เพราะการคัดไม้จะสำคัญมากในขั้นตอนการผลิต อีกทั้งผู้มีความชำนาญงานยังน้อยไม่สามารถเพิ่มผลผลิตตามที่ลูกค้าสั่ง

2.3 ด้านการจัดการ(เช่น ประสบการณ์การบริหาร โครงสร้างองค์กร พนักงาน คำนิยม ปรัชญา การแบ่งงานการบริหาร การบริหารงานบุคคล) ยังขาดความรู้เรื่องการตลาด และการจัดการด้านพัฒนาบุคคลเพื่อฝึกให้ลูกจ้างให้มีความชำนาญงานมากขึ้น เมื่อไม่มีการฝึกจึงเกิดปัญหางานไม่พอต่อความต้องการ

2.4 ด้านการเงิน (เช่น เงินทุน แหล่งเงินทุน ผลประกอบการ(กำไร-ขาดทุน) การหมุนเวียนเงินสด เงินกู้ เป็นต้น) ต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์มากมาย ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการจัดหาซื้อไม้ดีๆ ผลผลิตทันทีขายได้ราคาถูกกว่าต้นทุน

3. โอกาสของกลุ่ม (Opportunities)

3.1 ด้านเศรษฐกิจ(เช่นอัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษีราคาน้ำมัน เป็นต้น) สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชน และท้องถิ่น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก

3.2 ด้านสังคมวัฒนธรรม(เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต มลภาวะ การโกงกิน โครงสร้าง สาธารณูปโภค อาชญากรรม การย้ายเข้า-ออก เป็นต้น) เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่น และมีการพัฒนา สร้างสรรค์ให้ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งานเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า ชาวต่างชาติ

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

3.4 ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) เทคโนโลยีสามารถช่วยเหลือด้านการตลาด และการผลิตให้เพิ่มมากขึ้น ยังเพิ่มช่องทางใหม่ๆ หาเป้าหมาย และกลุ่มตลาดใหม่ๆ อีกด้วย

3.5 ด้านคู่แข่ง คู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) มีจำนวนน้อย ระดับการแข่งขันสูง สามารถหาได้ราคาถูก

3.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น) ลูกค้ามีอำนาจการใช้จ่ายสูง และมีลูกค้าที่มีความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น เนื่องจากสินค้ามีความสดใหม่

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

4. อุปสรรคของกลุ่ม (Threats)

4.1 ด้านเศรษฐกิจ (เช่นอัตราดอกเบี้ย สภาพเศรษฐกิจ รายได้ประชากร อัตราภาษีราคาน้ำมัน เป็นต้น) สามารถกู้เงินจากสหกรณ์ชุมชน และท้องถิ่น ในอัตราดอกเบี้ยที่ถูก

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

4.3 ด้านการเมืองและกฎหมาย (เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมายท้องถิ่น/ประเทศ
สิทธิบัตร เป็นต้น) มีปัญหาขาดเงินทุนเวียน เพราะความล่าช้าในการดำเนินงานของรัฐ
ที่ยุ่งยาก และความไม่แน่นอนของการเมือง กฎระเบียบของรัฐ

4.4 ด้านเทคโนโลยี (เช่น วิวัฒนาการของเทคโนโลยี การลงทุนเทคโนโลยี
การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น) ไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากขาดโอกาส
และเวลาในการเรียนรู้

4.5 ด้านคู่แข่ง (เช่น กลยุทธ์ ขนาด จำนวน ระดับการแข่งขัน เป็นต้น) ถึงยังมี
จำนวนน้อยอยู่ ระดับการแข่งขันสูง ตัดราคากันจนไม่สามารถขายสินค้าในราคาที่เหมาะสมได้
จนทำให้ขาดทุน

4.6 ด้านลูกค้า (เช่น พฤติกรรม จำนวน ความภักดี อำนาจซื้อ เป็นต้น) มีลูกค้าเข้ามา
อยู่ตลอด เพื่อหาซื้อสินค้า มีทั้งขาประจำ และไม่ได้เป็นขาประจำ จึงไม่มีการสั่งซื้อสม่ำเสมอ

4.7 ด้านสถาบันการเงิน(เช่น จำนวนแหล่งเงินทุน นโยบาย ดอกเบี้ย เงื่อนไข เป็นต้น)
รัฐบาลมีการส่งเสริมการส่งออก จึงทำให้แหล่งเงินกู้มากขึ้น แต่ให้กู้ได้ในจำนวนเงินที่น้อยหรืออาจ
ไม่ได้ตามจำนวนต้องการ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้จำนวนมากในการพัฒนา และลงทุนทำตลาด

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม อำเภอบางคนที

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้หลักเกณฑ์ของการ
คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่า
คะแนนผลิตภัณฑ์ ที่ส่งเข้าคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรร
สุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2549 ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์
เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบ และเกณฑ์การคัดสรรตามกลุ่มประเภท
ผลิตภัณฑ์ 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 ประกอบไปด้วยกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ประกอบการงานหัตถกรรมประเภทผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักทั้ง 7 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณกันแก้ว ทางมกล
2. กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณชุติกานต์ กันทะวงศ์
3. กลุ่มตัวอย่างที่ 3 คุณประพันธ์ บุญเทพ
4. กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณบัวเลียว เมทาดี
5. กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณคำมูล หมือชุม
6. กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณประจวบ มนรังษี

ธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คุณกันแก้ว ทางมกล
ผลิตภัณฑ์สัตว์ไม้แกะสลัก

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบ มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนในการขยายปัจจัยการผลิตมีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่า ร้อยละ 20 ขึ้นไป สำหรับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเรื่องศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่ายมีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมานั้น เป็นการพัฒนาแนวความคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของกลุ่ม และด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

เป็นแบบ ดั้งเดิมไม่มีการพัฒนา ส่วนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานสากลเชิงการค้า

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนานกว่า 5 ปี มาแล้ว สำหรับการมีส่วนร่วมกับชุมชนมีการแสดงความคิดเห็นในด้านประกอบการ มีส่วนร่วม 1 ประเด็น และในเรื่องของการทำบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่ม เป็นตลาดระหว่างจังหวัด เป็นลักษณะมีการติดต่อกับพ่อค้าคนกลางเพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายในแหล่งอื่นๆ ด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายปีที่ผ่านมารวมไปถึงด้านความต่อเนื่องของตลาดทางกลุ่มมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีการจำหน่ายเองในประเทศ และต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ไม่มีการบันทึก ส่วนในเรื่องภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการนำมาพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อสะดวกในการผลิต

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบสี สัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสมสะดวกต่อการใช้งาน อยู่ในคุณลักษณะค่อนข้างดี

ในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพค่อนข้างดี มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเกณฑ์ค่อนข้างดีจะมีบรรจุภัณฑ์ต่อเมื่อลูกค้าสั่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คุณชุติกานต์ กันทะวงศ์

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักรูปพระ

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

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

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมา 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญ of ชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่างจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ก หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

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

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 คุณประพันธ์ บุญเทพ

กลุ่มผลิตภัณฑ์แกะสลักไม้

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเลือกใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ส่วนการขยายปัจจัยการผลิตนั้น ทางกลุ่มมีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน แต่ทางกลุ่มได้มีการดำเนินการแก้ไขแล้ว นอกจากนั้น สักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนา รวมไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีไม่มีการจัดทำบัญชี

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดภายในจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์มีการบันทึกประวัติและเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปานกลางแต่ต้องมีการปรับปรุงเล็กน้อย

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสี สันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับค่อนข้างดีแต่ยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คุณบัวเลียว เมทาคี

ผลิตภัณฑ์ข้อฟ้าไม้ตกแต่ง

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

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบทางกลุ่มเป็นการใช้วัตถุดิบใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านการขยายปัจจัยการผลิตไม่มีการขยายปัจจัยการผลิตอีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการ พัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม 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 ตลาดภายในจังหวัดตลาดระหว่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น นำมาจากที่อื่นไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะค่อนข้างดี ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ดำ (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพค่อนข้างดี

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

กลุ่มตัวอย่างที่ 5 คุณอำนวย หมื้อซุม

ผลิตภัณฑ์ตะหมับขนาดเล็ก

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 เป็นการผลิตที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน นอกจากนั้นศักยภาพการผลิตเพื่อจำหน่าย มีจำนวนมากพอสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพคงเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา มีการพัฒนาตามแนวคิดของกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นแบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอไปถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มนั้นมีมากกว่า 5 ปีมาแล้ว และยังเห็นความสำคัญของชุมชนโดยการให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการ 1 ประเด็นด้วยกัน ส่วนในเรื่องการจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าของทางกลุ่มนั้นเป็นตลาดระหว่างจังหวัดโดยการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง สำหรับรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา อีกทั้งความต้องการของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายเองภายในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ในด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ไม่มีการบันทึกประวัติ และเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ สำหรับภูมิปัญญาหรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม และมีการพัฒนาสร้างสรรค์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ สีสัน ลวดลายสวยงาม ทันสมัยตรงกับค่านิยมของตลาด ขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สำหรับด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ มีความประณีต เรียบร้อยสม่ำเสมอ ไม่มีตำหนิ

ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และตราสินค้า ความเหมาะสมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ขนาดโครงสร้างสีสันสวยงาม พับเก็บประกอบง่าย มีข้อมูลรายละเอียดที่อยู่ผู้ผลิต

มีชื่อผลิตภัณฑ์ ฉลาก หรือตราสินค้า การดูแลรักษา สามารถคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัย และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางยังต้องมีการพัฒนา

กลุ่มตัวอย่างที่ 6 คุณประจวบ มนรังสี

ผลิตภัณฑ์หิ้งสักระถาง

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 ไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตเป็นการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข และด้านศักยภาพ สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียงของเดิม

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาจากแนวคิดของกลุ่ม อีกทั้งด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบดั้งเดิมไม่มีการพัฒนาส่วนในด้านของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นเช่น กระดาษ/ถุง/ขวดบรรจุแบบธรรมดา

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

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

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ด้านแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าเป็น ตลาดภายในจังหวัดส่วนด้านรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 – 50 ของรายได้จากปีที่ผ่านมา ด้านความต่อเนื่องของตลาดมีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ และในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการ จำหน่ายเองในประเทศ และจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก เกี่ยวกับเรื่องราวด้านการผลิตสินค้า ในด้านภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่น นำมาจากที่อื่น และพัฒนาเพิ่มเติม

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ และคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นเลิศของภูมิปัญญาไทย มีลวดลาย สีสันสวยงาม มีขนาดสัดส่วนเหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ คุณภาพสูง สีไม่ตก ไม่ด่าง (ยกเว้นสีธรรมชาติ) มีเอกลักษณ์ ตามประเภทผลิตภัณฑ์มีคุณภาพค่อนข้างดี

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

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 เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ทั้งในด้านของการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งสร้างศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ โดยเป็นการให้ความรู้เรื่อง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นอกจากนั้นยังเป็นการสอบถามถึงความต้องการรวมถึงรับทราบปัญหาต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการหาวิธีแก้ไขปัญหาให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนในด้านต่างๆ ต่อไป นับว่าการให้ความรู้ในครั้งนี้จะเป็นการสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ประสบผลสำเร็จทั้งด้านการผลิต การออกแบบรวมทั้งมีศักยภาพการแข่งขันที่ดีในตลาดได้อีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์

1. ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน อ.หางดง จ.เชียงใหม่ เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “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 เรื่องการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพของธุรกิจชุมชนตามโครงการ “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 ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทั้งยังเป็นการระดมความคิดของผู้มีประสบการณ์ คณะนักวิจัยเพื่อแก้ปัญหา สถานการณ์ต่างๆ และความต้องการ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ตลาด การเงิน การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์

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

มีกิจกรรมดังนี้

ช่วงเช้า แนะนำตัว เนื่องจากเริ่มคุ้นเคยกันจากการจัดเวทีในครั้งแรก และจากการศึกษาดูงานที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมแล้ว การดำเนินงานในครั้งนี้จึงง่ายขึ้น 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 คณะนักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญ

การจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ ณ ถนนคนเดิน บริเวณด้านหลังห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจชุมชน ท้ายที่สุดจะต้องอาศัยการวิเคราะห์ถึงปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งยังต้องคำนึงถึงการจำหน่ายสินค้าเป็นสำคัญด้วย ในการจัดกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า สร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการ ในการทำงานเป็นกลุ่ม ทั้งยังเป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ขึ้นมาด้วย การจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดูน่าสนใจ และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเสียก่อน ทั้งยังต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอีกด้วย

การจัดจำหน่ายสินค้าครั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการให้ความรู้ ด้านการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้า โดยนักวิจัย และคณะจะเป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ แก่กลุ่มผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความรู้ความเข้าใจต่างๆ รวมไปถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการให้ความรู้ ด้านการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้า
2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการในสถานที่ต่างๆ
3. เป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการทั้ง 5 กลุ่ม

มีกิจกรรมดังนี้

ช่วยเหลือในด้านให้ความรู้ และสื่อต่างๆ การจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมแนะแนวทาง และอภิปรายเกี่ยวกับข้อบกพร่องต่างๆ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

