**บทที่ 2**

**ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

ผู้วิจัยได้ทำ การศึกษารูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นชุมชนดั้งเดิมเพื่อยกระดับสู่SMEs กรณีศึกษา หจก.โรงงานน้ำตาลสดสเตอริไลส์ 15 หมู่ 4 ตำบลดอนมะโนรา อำเภอบางคนทีจังหวัดสมุทรสงคราม 75120เพื่อสำรวจประวัติ วิถีชีวิตของชุมชน ตำบลดอนมะโนราเพื่อค้นหาขั้นตอนการผลิต และสภาพปัญหาในการผลิต น้ำตาลสดสเตอริไลส์และเพื่อค้นหาปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการOTOP หจก.โรงงานน้ำตาลสดสเตอริไลส์ สู่การยกระดับเป็น SMEs อย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยจึงได้ทำการค้นคว้าเอกสารข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

**2.1**ประวัติชุมชน

2.2 ลักษณะทั่วไปของชุมชน

2.3 แนวคิดและทฤษฏีเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประไทย

 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

 2.5 ลักษณะทางการปกครอง

2.6 ลักษณะทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.7 จุดอ่อน จุดแข็ง ในการบริหารธุรกิจ

2.8 ขั้นตอนการผลิต และสภาพปัญหา

2.9 แนวคิดด้านตราสินค้า

2.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสื่อสารตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จ

2.11แนวคิดเกี่ยวกับการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วม

2.12 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนา OTOP ในกลุ่มชุมชนดั้งเดิม

2.13 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบการ

2.14งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**2.1 ประวัติชุมชน**

ประวัติชุมชน เป็นการกล่าวถึง การเกิดขึ้นของชุมชนนั้น ๆ อาจเป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน หรือ เป็นตำนานที่เล่าสืบต่อกันมา หรือมีหลักฐานที่สามารถสืบค้นได้เนื่องจากชุมชนมีลักษณะต่างๆ แตกต่างกันไปตามทัศนะของนักวิชาการแต่อย่างไรก็ตามเราสามารถที่จะกล่าวลักษณะของชุมชนต่างๆ ได้โดยพิจารณาจากการแบ่งประเภทของชุมชนทั้งนี้เพื่อจะทำให้เข้าใจลักษณะของชุมชนลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

**2.2 ลักษณะทั่วไปของชุมชน**

http://www.onep.go.th/uap/link/def\_table.htm (26/09/2553) ผู้ให้ความหมายชุมชนและลักษณะชุมชนมีดังนี้ จีรพรรณ กาญจนะจิตรา, 2525: 11 อ้างในขบวน พลตรี, 2529: “ชุมชน”(Community) หมายถึงกลุ่มบุคคลหลายๆ กลุ่มมารวมกันอยู่ ในอาณาเขตและภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับเดียวกัน มีการสังสรรค์กันมีความสนใจร่วมกัน และมีผลประโยชน์คล้ายๆ กัน และมีแนวพฤติกรรมเป็น อย่างเดียวกัน เช่น ภาษาพูดขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือพูดอีกอย่างหนึ่ง คือ มีวัฒนธรรมร่วมกันนั่นเอง

 ชยันต์วรรธนะภูติ, 2536 “ชุมชน” มีความหมายในระดับเดียวกับคำว่า “สังคมหมู่บ้าน” คือ เป็นหน่วยของสังคมหรือหน่วยทางการปกครองขนาดเล็กในระดับพื้นฐานที่มีการรวมกันของกลุ่มคนจำนวนหนึ่งในพื้นที่แห่งหนึ่งเพื่ออาศัยทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณนั้นในการดำรงชีวิต โดยเหตุที่มี คนกลุ่มดังกล่าวมาอาศัยอยู่รวมกัน ใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิต จึงมีการกำหนดรูปแบบความ สัมพันธ์ซึ่งกันและกันขึ้น มีองค์กร หรือ สถาบันของชุมชนและกฎเกณฑ์ต่างๆ ทั้งนี้ชุมชนหมายถึง สังคมขนาดเล็ก ในชนบทที่ยังไม่พัฒนาหรือสังคมหมู่บ้าน ที่สมาชิกของสังคมยังมี ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และยังรักษาแบบแผนการดำรงชีวิตบางส่วนได้สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ, 2546 “ชุมชน” คือ ประสบการณ์ ความรู้สึกและความสัมพันธ์ซึ่งไม่สามารถกำหนดทางภูมิศาสตร์ หรือกฎเกณฑ์ทางการ แต่เป็นสิ่งที่ ประชาชนรู้สึกว่าตนเป็นสมาชิกอยู่ เป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างคน ชุมชนอาจจะมีขนาดใหญ่หรือเล็ก อาจเปลี่ยนแปลงตามกาล อาจจะเข้มแข็งขึ้นหรือเสื่อมสลายลงก็ได้ แต่ละชุมชนมี ลักษณะเฉพาะตัว มีความเท่าเทียมมากน้อยแตกต่างกันไป บางชุมชนใช้หลักฉันทามติ บางชุมชนใช้แนวทางอื่น บางชุมชน ถูกครอบงำโดยผู้มี “อิทธิพล” บางชุมชนก็ปลอดอิทธิพล สรุปคือ ชุมชนมีความหลายหลายสูงกว่าที่จะพรรณนาแบบเหมารวมได้ การแบ่งลักษณะชุมชน อาจแบ่งได้หลายวิธี ลักษณะของชุมชนแบ่งตามการบริหารการปกครอง (Administration unit) สามารถแบ่งลักษณะของชุมชนได้ 6 ชุมชน โดยพิจารณาจากลักษณะการปกครองของไทยตามพระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ. 2457 กล่าวคือ

1) ชุมชนหมู่บ้าน หมายถึง หมู่บ้านซึ่งประกอบด้วยบ้านหลายบ้านในท้องที่เดียวกันโดยจัดอยู่ในความปกครองอันเดียวกันเป็นหมู่บ้านหนึ่งถ้าหากว่าคนอยู่รวมกันมากแต่จำนวนบ้านจะน้อยให้ถือเอาจำนวนคนเป็นสำคัญ คือประมาณ 200 คนก็จัดตั้งเป็นหมู่บ้านได้แต่ถ้าเป็นคนที่ตั้งบ้านเรือนห่างไกลกันแต่จำนวนคนจะน้อยอย่างน้อยการตั้งเป็นหมู่บ้านก็ควรมีไม่ต่ำกว่า 5 บ้าน โดยปกติแล้วชุมชนหมู่บ้านมักจะเป็นชุมชนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม

2) ชุมชนสุขาภิบาลหมายถึงชุมชนใดที่มีความเหมาะสมที่จะตั้งเป็นเขตสุขาภิบาลโดยคำนึงถึงเนื้อที่ของเขตควรมีขนาดประมาณ 1 – 4 ตารางกิโลเมตรควรมีร้านค้าประมาณอย่างน้อย 10 ห้อง และประชาชนในเขตมีอย่างน้อยประมาณ 1,500 คน ก็สามารถตั้งเป็นเขตสุขาภิบาลปกครองได้อนึ่งชุมชนเขตสุขาภิบาลนี้มักจะอยู่ในเขตตำบลและเขตอำเภอสำหรับตำบลนั้นหมายถึงหลายหมู่บ้าน รวมกัน 20 หมู่บ้านก็สามารถจัดตั้งเป็นตำบลหรือมีพลเมืองประมาณ 2,000 คนขึ้นไปและอำเภอหมายถึงท้องที่หลายๆ ตำบลอันสมควรจัดปกครองอันเดียวได้ หรือมีพลเมือง 10,000 คนขึ้นไปอนึ่งชุมชนเขตสุขาภิบาลมักเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในอำเภอ และ เป็นศูนย์กลางบริการการค้าการปกครอง และการเกษตรด้วย

3) ชุมชนเขตเทศบาลตำบลหมายถึงชุมชนเขตสุขาภิบาลที่มีความเจริญ และมีความหนาแน่นยกฐานะจากสุขาภิบาลมาเป็นเทศบาลโดยมีการจัดสาธารณูปโภคมากขึ้นและการปกครองตนเองมากยิ่งขึ้น ลักษณะของชุมชนเขตเทศบาลตำบลเป็นชุมชนที่ใหญ่และมักจะอยู่ในเขตของอำเภอ ได้แก่ ชุมชนเขตเทศบาลตำบลบ้านไผ่ และตำบลเมืองพล จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

4) ชุมชานเขตเทศบาลเมือง หมายถึง ชุมชนที่มีราษฎรในท้องที่ตั้งแต่ 10,000 คนขึ้นไป โดยคิดเฉลี่ยความหนาแน่นของราษฎรไม่ต่ำกว่า 3,000 คน ต่อ 1 ตารางกิโลเมตรโดยมากชุมชนเขตเทศบาลเมืองมักจะตั้งในเขตของตัวจังหวัดตั้งอยู่ และเป็นศูนย์กลางของการบริหารส่วนราชการต่างๆ เช่น เทศบาลเมืองขอนแก่น ตั้งอยู่ในเขตตำบลเมือง จังหวัดขอนแก่น

5) ชุมชนเขตเทศบาลนครหมายถึง ชุมชนจากเทศบาลเมืองสามารถยกฐานะขึ้นมาเป็น เทศบาลนครได้โดยท้องที่นั้นมีราษฎรตั้งแต่ 50,000 คนขึ้นไป และคิดเฉลี่ยราษฎรอยู่หนาแน่นไม่ต่ำกว่า 3,000 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตรชุมชนในเขตเทศบาลนครนี้เป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่และเป็นศูนย์กลางของ การบินพาณิชย์และอื่นๆ เช่น ชุมขนเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อนึ่งชุมชนบางแห่งมีลักษณะที่พิเศษและมีการบริหารส่วนท้องถิ่นเอง ได้แก่ ชุมชนเมืองพัทยา ซึ่งจัดเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

6) ชุมชนเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึงชุมชนที่ประชาชนอยู่อย่างหนาแน่นมากและเป็นเอกนคร (primate city) ซึ่งเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่โตกว่าเมืองขนาดรองลงไปอย่างมาก ชุมชนกรุงเทพมหานครเป็นชุมชนที่มีการปกครองตนเองมีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และสมาชิกสภากรุงเทพมหานครประชาชนในชุมชนนี้อยู่กันอย่างหนาแน่น

ลักษณะทั่วไปของชุมชนสามารถแบ่งลักษณะของชุมชนได้4 ชุมชน

1) ชุมชนเกษตรกรรมหมายถึงชุมชนที่ประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านต่างๆซึงราษฎรส่วนมากทำนาทำไร่เลี้ยงสัตว์หรือชุมชนบางแห่งทำประมง ทำให้ลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมีลักษณะของการพึงพาอาศัยธรรมชาติมาก

2) ชุมชนศูนย์การค้า หมายถึงชุมชนที่เป็นศูนย์กลางของการค้า เช่น ตามหัว เมืองต่างๆอาจจะเป็นตัวอำเภอเมืองหรือตัวตำบลที่เป็นที่ตั้งของเขตสุขาภิบาลมักจะมีร้านค้าจำหน่ายของใช้ประจำวันและตลาดสดจำหน่ายอาหารผักสดในตอนเช้าชาวบ้านจะนำผลิตผลมาขายในเมืองและซื้อสินค้าจำเป็นในด้านการเกษตรกลับไปหมู่บ้าน จะเห็นได้ว่าชุมชนศูนย์การค้าจะมีอยู่ทั่วๆ ไปในเขตเมืองต่างๆ และ เขตชุมชนหนาแน่นตามเขตตำบล

3) ชุมชนศูนย์กลางขนส่งหมายถึงชุมขนที่เกิดขึ้นตามเส้นทางคมนาคมหรือเส้นทางขนส่งทางรถยนต์ทางเรือ หรือทางอากาศชุมชนที่มักจะเห็นเป็นชุมชนตามทางแยกซึ่งเป็นศูนย์กลางของการเดินทาง เช่น ชุมชนตามทางแยกมักจะมีร้านอาหาร ร้านกาแฟ และร้านข้าวแกงให้บริการ แก่ผู้โดยสาร

4) ชุมชนเขตอุตสาหกรรมหมายถึงชุมชนที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมซึ่งจะมีโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ตั้งอยู่และบ้านของคนงานจะอยู่ในเขตของชุมชนอุตสาหกรรมชุมชนเขตอุตสาหกรรมที่พบเห็นในประเทศไทยการติดต่ออาจจะมีบ้างในหมู่อาชีพเดียวกัน แต่เป็นไปในลักษณะทางการไม่ค่อยจะสนิทสนมหรือมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด

ชุมชนในทัศนะของนักสังคมวิทยาจะมีลักษณะที่กว้างและมีการคำนึงถึงความสัมพันธ์ทั้งในด้านประชากรนิเวศวิทยาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การแบ่งประเภทของชุมชนในกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งได้ 5 ลักษณะดังนี้

1) ชุมชนแออัด หมายถึง ชุมชนส่วนใหญ่ที่มีอาคารหนาแน่น ไร้ระเบียบและชำรุดทรุดโทรม ประชาชนอยู่อย่างแออัด มีสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัย โดยให้ถือเกณฑ์ความหนาแน่นของบ้านเรือนอย่างน้อย 15 หลังคาเรือนต่อพื้นที่1ไร่

2) ชุมชนชานเมือง หมายถึง ชุมชนที่กรุงเทพมหานครได้จัดทำเป็นประกาศกำหนดชุมชน โดยมีพื้นที่ดำเนินการด้านเกษตรกรรมในเขตกรุงเทพมหานครรอบนอกเป็นส่วนใหญ่ มีบ้านเรือนไม่แออัด แต่ขาดการวางแผนทางด้านผังชุมชน เช่น ทางระบายน้ำ ทางเดินเท้า เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาน้ำท่วมขังการสัญจรไปมาของประชาชนในชุมชน

3) ชุมชนหมู่บ้านจัดสรรหมายถึง ชุมชนที่มีบ้านจัดสรรที่เป็นที่อยู่อาศัย และดำเนินการในภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีลักษณะบ้านเป็นบ้านเดี่ยวที่มีบริเวณ ทาวเฮาส์ ตึกแถว หรือบ้านแฝด สภาพทั่วไปควรจะต้องมีการพัฒนา เช่น ทางระบายน้ำ ขยะ ทางเท้า ซึ่งกรุงเทพมหานครพิจารณาถึงความต้องการของประชาชนและความเหมาะสมในการที่จะเข้าไปดำเนินการพัฒนา ซึ่งจะได้จัดทำเป็นประกาศกำหนดชุมชน

4) เคหะชุมชน หมายถึง ชุมชนที่ได้รับการจัดตั้งดำเนินการและดูแลโครงการโดยการเคหะแห่งชาติ มีสภาพเป็นแฟลต และกรุงเทพมหานครเข้าไปดำเนินการ ในด้าน ทางระบายน้ำ ขยะ ทางเท้า เศรษฐกิจ สังคม อนามัยและอื่น ๆ

5) ชุมชนเมือง หมายถึง ชุมชนที่มีความหนาแน่นของบ้านน้อยกว่าชุมชนแออัด กล่าวคือน้อยกว่า 15 หลัง ต่อ 1 ไร่ แต่มีความหนาแน่นของจำนวนบ้านมากกว่าชุมชนชานเมือง และกรุงเทพมหานครได้จัดทำประกาศกำหนดเป็นชุมชน โดยที่ชุมชนดังกล่าวไม่เป็นชุมชนตามที่กล่าวมาในข้ออื่น ๆ

**2.3 แนวคิดและทฤษฏีเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประไทย**

 หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองกล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรในท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีจุดเด่นจุดขายสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่มและเป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (กรมการพัฒนาชุมชน 2545 : 6-7)แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เริ่มที่จังหวัดโออิตะ (Oita Prefecture) ประเท\*-ศญี่ปุ่นเมื่อพ.ศ. 2522 โดยการริเริ่มของผู้ว่าราชการจังหวัดชื่อ Mr. Morihiko Hiramastsu ที่พบว่าท้องถิ่นของท่านกำลังขาดแคลนประชากรวัยหนุ่มสาวเพราะประชาชนส่วนใหญ่มักไปทำงานในเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเป็นแหล่งที่รวมของข้อมูลข่าวสารมีปัญหาสาธารณูปโภคไม่เพียงพอประชาชนมีปัญหาเรื่องรายได้และไม่มีงานทำสวัสดิการไม่ดีสภาพแวดล้อมไม่ดีและไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลกลางเพื่อป้องกันคนหนุ่มสาวละทิ้งถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น Mr. Morihiko จึงคิดโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village –One Product) โดยการหาแนวทางกระตุ้นสภาวะเศรษฐกิจให้ดีขึ้น 2 แนวทางคือจากปัจจัยภายนอกคือดึงเอาบริษัทขนาดใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินดีมาลงทุนในพื้นที่และปัจจัยภายในคือการส่งเสริมให้ประชากรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆได้มีการสร้างงานสร้างธุรกิจทำงานกันเพื่อที่จะหารายได้โดยมีความคิดพื้นฐานของการพัฒนาในเชิงขบวนการ (Movement)

 ผู้ผลิตกลุ่มน้ำตาลมะพร้าวต้องมีความรู้ทางด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หมายถึงข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคตลอดจนเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยเชื่อมโยงต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ

**2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน**

 ในงานวิจัยนี้มุ่งหาวิธีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับคุณในชุมชน ซึ่งแนวคิดสำคัญที่เหมาะสำหรับงานนี้ก็คือ การใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ซึ่งหมายถึง การเรียนรู้ และแสวงหาความรู้จากประสบการณ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างชาวบ้านกับผู้วิจัย เริ่มตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ  ร่วมประเมินผลและรวมถึงร่วมรับผลที่เกิดจากการดำเนินงานและสรุปบทเรียนตลอดจน ร่วมหาวิธีแก้ไขปัญหา และร่วมกันพัฒนาต่อไปโดยเน้นการยอมรับ หรือความเห็นพ้องจากชาวบ้านเป็นสำคัญ(พรสันต์ เลิศวิทยาวิวัฒน์, 2549)

 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีคำจำกัดความที่ให้ไว้โดย UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development สามารถสรุปเบื้องต้นได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากสองปัจจัยหลักนั่นคือทุนทางความปัญญาร่วมกับทักษะความสร้างสรรค์

1) ทุน(Capital)ได้แก่รูปแบบของทุนต่างๆอันเป็นฐานความรู้และทุนทางปัญญาเพื่อจะนำไปใช้ต่อยอดทักษะทางความคิดซึ่งได้แก่ทุนมนุษย์(Human Capital)ทุนทางวัฒนธรรม(Culture Capital)ทุนทางสังคม(Culture Capital)ทุนสถาบัน(Institutional Capital)และทุนด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์(Creative Capital)

2) ทักษะ(Skills)ได้แก่ทักษะที่สนับสนุนการนำความรู้และทุนทางปัญญามาประยุกต์ให้เกิดผลงานหรือคุณค่าเชิงรูปธรรมเช่นทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทักษะสร้างนวัตกรรมทักษะการเป็นผู้ประกอบการและกรอบความคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์

**2.5ลักษณะทางการปกครอง**

การปกครอง คือ การใช้อำนาจอธิปไตยตามกฎหมายในการบริหารและจัดการประเทศ การปกครองมีหลายรูปแบบ เช่น การปกครองแบบประชาธิปไตย และการปกครองแบบเผด็จการ นอกจากนี้การปกครองยังมีได้หลายระดับ ดังนี้ [http://th.wikipedia.org/wiki/หมวดหมู่:การปกครอง](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B9%88%3A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%81%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%87) (03/10/2559)

1) การปกครองส่วนกลาง ประกอบด้วย การบริหารราชการส่วนกลาง การบริหารราชการส่วนกลางเป็นการจัดแบ่งหน่วยราชการทีบริหารงานออกเป็นสำนัก นายกรัฐมนตรี กระทรวง ทบวง กรม

2) การปกครองส่วนภูมิภาคหมายถึง การบริหารราชการของ กระทรวง ทบวง กรมโดยบริหารงานภายใต้การบังคับบัญชาของราชการส่วนกลาง ได้แก่ จังหวัด อำเภอ

3) การปกครองส่วนท้องถิ่น คือ หน่วยทางการปกครองชนิดหนึ่ง ที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดรูปแบบหนึ่ง โดยปกติการปกครองท้องถิ่นจะเปิดโอกาสให้ประชาชนในเขตท้องถิ่นนั้นๆ เลือกตั้งผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่เป็นสมาชิก[สภาท้องถิ่น](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AA%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%99)หรือ [ผู้บริหารท้องถิ่น](http://th.wikipedia.org/w/index.php?title=%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%99&action=edit&redlink=1)

**2.6ลักษณะทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น**

http://www.baanjomyut.com/library/thai\_culture3/06.html(28/09/2559วัฒนธรรมมีความหมายครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์ใช้ในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อค่านิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติวัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงหรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตและส่วนรวม วัฒนธรรมคือวิถีแห่งชีวิตของมนุษย์ในส่วนร่วมที่ถ่ายทอดกันได้ เรียนกันได้ เอาอย่างกันได้ วัฒนธรรมจึงเป็นผลผลิตของส่วนร่วมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนสมัยก่อน สืบต่อกันมาเป็นประเพณี วัฒนธรรมจึงเป็นทั้งความคิดเห็นหรือการกระทำของมนุษย์ในส่วนร่วมที่เป็นลักษณะเดียวกันพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติพุทธศักราช 2485 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2486 ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

วัฒนธรรม คือ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชนวัฒนธรรมจึงเป็นลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งบุคคลและสังคมที่ได้วิวัฒนาการต่อเนื่องมาอย่างมีแบบแผน แต่อย่างไรก็ดีมนุษย์นั้นไม่ได้เกาะกลุ่มอยู่เฉพาะในสังคมของตนเอง ได้มีความสัมพันธ์ติดต่อกับสังคมต่าง ๆ ซึ่งอาจอยู่ใกล้ชิดมีพรมแดนติดต่อกัน หรือยู่ปะปนในสถานที่เดียวกันหรือ การที่ชนชาติหนึ่งตกอยู่ใต้การปกครองของชนชาติหนึ่ง มนุษย์เป็นผู้รู้จักเปลี่ยนแปลงปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ จึงนำเอาวัฒนธรรมที่เห็นจากได้สัมพันธ์ติดต่อมาใช้โดยอาจรับมาเพิ่มเติมเป็นวัฒนธรรมของตนเองโดยตรงหรือนำเอามาดัดแปลงแก้ไขให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลในท้องถิ่น รวมถึงงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ในทุกภาคของประเทศ ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ ภูมิปัญญาฯประเภทองค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลท้องถิ่น เช่น การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม การผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ และการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ หิน โลหะ แก้ว เซรามิค ดินเผา เครื่องหนัง เป็นต้น ส่วนภูมิปัญญาอีกประเภท คือ ภูมิปัญญาฯประเภทงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น เรื่องเล่าพื้นบ้าน กวีนิพนธ์พื้นบ้าน ปริศนา  พื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน ดนตรีพื้นบ้าน การฟ้อนรำพื้นบ้าน ละครพื้นบ้าน จิตรกรรมพื้นบ้าน ประติมากรรมพื้นบ้าน หัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องแต่งกายพื้นบ้าน และสิ่งทอพื้นบ้าน เป็นต้น

**2.7จุดอ่อน จุดแข็ง ในการบริหารธุรกิจ**

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่กระทบต่อสายผลิตภัณฑ์

1) จุดแข็ง (Strengths) เป็นความแข็งแกร่งที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสมการตลาด/ การเงิน/ การผลิต/ บุคลากร/ การบริหารงาน และการจัดองค์กร

2) จุดอ่อน (Weakness) เป็นปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่าง ๆ ของบริษัทบริษัทจะต้องหาวิธีการแก้ปัญหานั้น

3) การโอกาส (Opportunities) เป็นข้อได้เปรียบซึ่งวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่บริษัทแสวงหาโอกาสเพื่อมากำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมนั้นประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมจุลภาค (ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิต คนกลาง) และสิ่งแวดล้อมมหภาค (ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรม การเมือง กฎหมายทรัพยากรธรรมชาติ)

4)อุปสรรค (Threats) เป็นอุปสรรคที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและแก้ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

**2.8 ขั้นตอนการผลิต และสภาพปัญหา**

วรรณา ศรีสารากรเจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร 6สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองสมุทรสงครามของกลุ่มเกษตรกรดาวโด่งตำบลคลองเขิน อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ศึกษา ชาวสวนมะพร้าว นางเปรื่อง มรรคทรัพย์ หรือป้าเปรื่อง ประธานกลุ่มฯ ได้เล่าย้อนถึงความเป็นมาของการเริ่มต้นทำน้ำตาลมะพร้าวว่า สมัยเด็ก ๆ ได้ตามไปดูการปาดจั่นมะพร้าวและศึกษาเรียนรู้ในกระบวนการทำน้ำตาลมะพร้าวและทดลองทำเรื่อยมา จนผลิตได้น้ำตาลมะพร้าวที่มีคุณภาพดี ต่อมาจึงได้รวบรวมสมาชิกจัดตั้งกลุ่มทำผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวออกจำหน่าย ป้าเปรื่องบอกถึงเหตุผลในการจัดตั้งกลุ่มว่า “ก่อนนี้ทำคนเดียว ของใครก็ทำไป แต่การเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวต้องใช้เวลาทั้งวัน จึงเห็นว่าน่าจะรวมเป็นกลุ่มกัน ใครมีน้ำตาลมะพร้าวก็เอามารวมกันเคี่ยว ช่วยกัน ปลายปีก็จะแบ่งกำไรตามหุ้นหรือใครไม่ได้เป็นสมาชิกจะขายเฉพาะน้ำตาลจั่นมะพร้าวให้กลุ่มก็ได้ ทำอย่างนี้แต่ละคนก็มีเวลาเหลือไปทำงานอย่างอื่นได้ และมีรายได้มากขึ้น จึงเป็นที่มาของการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรดาวโด่งผลิตน้ำตาลมะพร้าวออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดจนทุกวันนี้” และเมื่อถึงพันธุ์มะพร้าวที่ใช้ทำน้ำตาล ป้าเปรื่องเล่าให้ฟังว่า มะพร้าวในท้องถิ่นดั้งเดิมส่วนมากมีลำต้นสูงอายุ 5 ปีจึงจะตกจั่นหรือออกช่อดอก แม้จะมีน้ำตาลมากแต่ก็มีปัญหาในการเก็บผลผลิตเพราะลำต้นจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ และใช้เวลาในการปลูกนาน ปัจจุบันจึงหันมาปลูกมะพร้าวน้ำหอมพันธุ์เตี้ยอายุประมาณ 2 ปี 8 เดือน ก็สามารถปาดจั่นได้จั่นได้อีกทั้งยังให้น้ำตาลมะพร้าวที่มีรสชาติมัน หอม หวาน ดีกว่าเดิมด้วย

 ปัจจุบัน ป้าเปรื่อง มีพื้นที่สวนทั้งหมดทั้งหมดประมาณ 7 ไร่ ปลูกมะพร้าวกว่าร้อยต้นรวมกับผลไม้อื่นด้วย ในแต่ละวันจะได้น้ำตาลมะพร้าววันละประมาณ 20 กิโลกรัม สำหรับผลผลิตจากมะพร้าวส่วนอื่น ๆ ที่สาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ลูกมะพร้าวจะเก็บได้น้อยเพราะหากต้องการให้ลูกมะพร้าวเติบโตจากช่อดอกก็ต้องปาดจั่นเพียงครึ่งเดียว แต่คุณภาพของเนื้อมะพร้าวจะไม่ค่อยดี จึงมักไม่ปล่อยให้เป็นลูกหลักจากปาดจั่นไปแล้ว ถ้าอยากได้ลูกมะพร้าวก็ควรปล่อยให้ช่อดอกเติมโตตามปกติ

 อุปกรณ์ในการเก็บน้ำตาลมะพร้าว

 1. พะอง (ไม้ไผ่ใช้ขึ้นต้นมะพร้าว)

 2. มีดปาดจั่นมะพร้าว

 3. กระบอกไม้ไผ่หรือพลาสติก

 4. ไม้พะยอม ,ไม้เคี่ยมสับเป็นชิ้นเล็ก

 อุปกรณ์การเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าว

 1. กระทะ

 2. เตา และเชื้อเพลิง

 3. ไม้กวนน้ำตาล (กระทุ้งน้ำตาลให้แห้ง)

 4. เครื่องปั่นน้ำตาล (ตีน้ำตาลมะพร้าวให้ฟองยุบและละเอียด)

 5. ผ้าขาวบาง

 6. ครอบไม้ไผ่สาน

 7. โพงดักน้ำตาล

 8. ที่ปาดน้ำตาล

 สำหรับขั้นตอนในการทำน้ำตาลมะพร้าว ป้าเปรื่องอธิบายให้ฟังอย่างละเอียดว่า เริ่มจากการคัดเลือกจั่นที่เหมาะสมให้น้ำตาลมากสม่ำเสมอ จั่นขนาดใหญ่เหนี่ยวและโน้มได้ง่าย โดยการทดลองใช้มีดปาดที่ปลายจั่น แล้วใช้มือเด็ดที่ด้านข้างของจั่น หากเด็ดออกง่ายไม่เหนียว แสดงว่าเป็นจั่นที่เหมาะสม หรือใช้วิธีสังเกตจากจั่นรองลงมาหากจั่นคลี่บานออกดอกแสดงว่าเป็นจั่นที่เหมาะสมเช่นกัน เมื่อได้จั่นที่เหมาะสมแล้ว ให้ใช้มีดปาดห่างจากปลายจั่น 1 ฝ่ามือ หรือประมาณ 3 นิ้ว และใช้มีดกรีดที่กาบหุ้มโคนจั่นแล้วใช้เชือกโน้มให้ต่ำลงประมาณ 5 วัน เพื่อให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ต้องใช้มีดปาดที่ปลายจั่นทุกวันจนถึงวันที่ 7 น้ำตาลสดจะหยดเต็มที่ใช้มีดตัดกาบหุ้มจั่นทิ้ง แล้วใช้เชือกมัดจั่นเหมือนมัดข้าวต้มประมาณ 5 เปราะ รองน้ำตาลด้วยกระบอกโดยในกระบอกต้องใส่ไม้พะยอมหรือไม้เคี่ยมที่สับเป็นชิ้นเล็ก ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำตาลสดเปรี้ยวหรือบูด

การขึ้นเก็บน้ำตาลสดจะขึ้นวันละ 2 ครั้ง รอบเช้า ประมาณ 6 โมงเย็นจะเก็บน้ำตาลและปาดจั่น 1 ครั้ง และรอบเย็น ประมาณบ่าย 3 โมงจะเก็บและปาดจั่นอีกครั้งเพื่อเก็บอีกในตอนเช้าป้าเปรื่องให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการปาดจั่นว่ามะพร้าวแต่ละต้นในปีหนึ่งจะออกช่อดอกหรือจั่นประมาณ 8-10 จั่นเท่านั้น จั่นหนึ่งสามารถปาดเก็บน้ำตาลไปประมาณหนึ่งเดือนครึ่ง แต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าปาดมากหรือน้อยแต่โดยปกติในการปาดจั่นแต่ละครั้งจะปาดประมาณครึ่งดอก ในแต่ละวันทั้งการเก็บรอบเช้าและเย็น จะได้ปริมาณน้ำตาลสดจั่นละประมาณ 1 ลิตร เป็นอย่างน้อย

เมื่อได้น้ำตาลสดจากจั่นมะพร้าวแล้ว จะนำมารวมใส่ภาชนะที่เตรียมไว้แล้วนำมากรองด้วยผ้าขาวบางเพื่อเอาเศษไม้พะยอม ดอกมะพร้าวและแมลงจำพวกผึ้งออกให้สะอาด เสร็จแล้วติดไฟที่เตาถ่าย (เตาเชื้อเพลิงขนาดใหญ่ให้ความร้อนสูง) สำหรับเชื้อเพลิงที่ใช้นั้นจะได้จากทางมะพร้าวแห้งและกะลามะพร้าวรวมถึงเศษกิ่งไม้จากสวนนั่นเอง เมื่อติดไฟที่เตาแล้วตั้งกระทะเทน้ำตาลที่กรองแล้วลงกระทะต้มน้ำตาลให้เดือด ในขั้นตอนนี้หากต้องการทำน้ำตาลมะพร้าวไว้สำหรับดื่มก็ให้ต้มพอเดือด แล้วยกลงทิ้งไว้ให้เย็นก็นำมาดื่มได้ แต่ป้าเปรื่องแนะนำว่า น้ำตาลมะพร้าวที่ได้ไม่ควรค้างคืน เพราะจะเกิดกระบวนการหมัก รสชาติจะเปลี่ยนเป็นรสเปรี้ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ น้ำตาลมะพร้าวสดจึงควรทำวันต่อวันจะได้รสชาติดีที่สุด ขณะเคี่ยวน้ำตาลต้องหมั่นช้อนเอาฟองน้ำตาลที่รวมตัวกันออก ซึ่งมีเศษฟองน้ำตาลเหล่านี้สามารถรวบรวมไปหมักเป็นน้ำส้มสายชูหรือใช้เป็นหัวเชื้อน้ำตาลทำปุ๋ยหมักชีวภาพได้ เมื่อน้ำตาลเดือดเต็มที่แล้ว ฟองอากาศจะมีมากขึ้นต้องใช้ไม้ไผ่สานป้องกันไม่ให้ฟองอากาศล้นออกมา เคี่ยวน้ำตาลไปเรื่อย ๆ ในขั้นตอนการเคี่ยวน้ำตาลนี้ จะใช้เวลาประมาณ 1 ½ ชั่วโมง สำหรับกระทะแรก ส่วนกระทะต่อไปจะใบใช้เวลาน้อยลง เพราะเตาเชื้อเพลิงจะให้ความร้อนได้เต็มที่ เมื่อเคี่ยวน้ำตาลสดจนงวดได้ที่แล้ว จะมีลักษณะเป็นสีเหลืองจัดจึงยกกระทะลงแล้วใช้เครื่องปั่นน้ำตาลตีน้ำตาลให้ฟองยุบและเนื้อน้ำตาลจะละเอียด จะใช้เวลาปั่นประมาณ 10-20 นาที จากนั้น ใช้ไม้ตีน้ำตาลกระทุ้งให้น้ำตาลแข็งตัว เมื่อน้ำตาลเริ่มแข็งตัวให้ตักใส่ภาชนะนำไปหยอดเป็นก้อน หรือบรรจุปีบต่อไป ซึ่งในขั้นตอนนี้น้ำตาลจะแข็งตัวเร็วมากต้องรีบหยอดเป็นก้อนให้ทัน และที่ต้องผลิตน้ำตาลมะพร้าวเป็นก้อนนั้น ป้าเปรื่อง ให้เหตุผลว่า น้ำตาลมะพร้าวก้อนจะมีคุณภาพดีกว่าการบรรจุปีบ และสะดวกในการขนส่ง อีกทั้งผู้บริโภคสามารถซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการได้

ป้าเปรื่องยังฝากบอกมาด้วยว่า น้ำตาลมะพร้าวร้อยเปอร์เซ็นต์จะต้องไม่ใส่ส่วนผสมอะไรเพิ่มเข้าไป เพราะจะทำให้รสชาติของน้ำตาลมะพร้าวแต่คนทั่วไปมักเข้าใจว่า น้ำตาลมะพร้าวที่วางขายตามท้องตลาดเป็นน้ำตาลมะพร้าวบริสุทธิ์ทั้งหมด ทั้ง ๆ ที่มีผู้ผลิตบางรายได้เพิ่มส่วนผสมอย่างอื่นลงไปด้วย แต่มักไม่บอกว่าผสมอะไรเข้าไปบ้าง แต่สำหรับน้ำตาลมะพร้าวของกลุ่มเกษตรกรดาวโด่ง ป้าเปรื่อง การันตีในเรื่องคุณภาพว่า “น้ำตาลมะพร้าวของที่นี่ปกติจะทำบริสุทธิ์ร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งดูได้จากขั้นตอนการเคี่ยวน้ำตาล อย่างเช่น น้ำตาลสดจากมะพร้าว 80 ลิตร จะเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวได้เพียง 8 กิโลกรัม เราจะต้องไม่ผสมอะไรลงไป ยกเว้นลูกค้าต้องการเพิ่มส่วนผสมอะไร เช่น น้ำตาลทราย 10 เปอร์เซ็นต์ อย่างนั้นต้องสั่ง เราทำให้ได้ตามที่สั่ง แต่ถ้าไม่สั่งเราจะผลิตแต่น้ำตาลมะพร้าวร้อยเปอร์เซ็นต์เท่านั้น”หากกลุ่มเกษตรกรแนวคิดในการผลิตผลจากท้องถิ่นมาแปรรูปและพัฒนาเป็นสินค้าชุมชนจำหน่ายทางกลุ่มฯยินดีให้คำแนะนำและสามารถเข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวได้ทุกวันหรือหากสนใจในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ สามารถติดต่อได้ที่ ป้าเปรื่อง มรรคทรัพย์ กลุ่มเกษตรกรดาวโด่ง 34 หมู่ที่ 4 ตำบลคลองเขิน อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

กระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวปลอดภัยสารพิษ

การทำน้ำตาลมะพร้าวปลอดภัยสารพิษในจังหวัดสมุทรสงครามก็มีการจัดกระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวปลอดภัยสารพิษคือ

               ( 1 )  ความปลอดภัยสารพิษในการปลูกมะพร้าว

                       ต้องเป็นต้นพันธุ์ที่แข็งแรงปลอดภัยจากการใช้สารเคมี เกษตรกรจะมีการใช้ปุ๋ยหมักการขึ้นเลนเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินหรือการใช้ปุ๋ยหมักจากมูลสัตว์

                       การกำจัดศัตรูพืชศัตรูของมะพร้าวได้แก่ ด้วงต่างๆ ในกระบวนการทำความสะอาดร่องสวนและการใช้เชื้อราเขียวป้องกันกำจัดหนอนด้วงและให้ความรู้เกษตรกรในการบำรุงรักษาต้นมะพร้าวให้สมบูรณ์แข็งแรงศัตรูพืชก็จะไม่เข้าทำลายการตรวจทำความสะอาดและตัดแต่งกิ่งตัดแต่งคอต้นมะพร้าวก็จะเป็นการช่วยกำจัดศัตรูมะพร้าวไปในตัว

                       มีวิธีคิดของคนทำสวนมะพร้าวให้ชาวสวนมะพร้าวได้ปฏิบัติตนในการทำสวนมะพร้าวคือ “รอยเท้าของเกษตรกรคือความเจริญงอกงามของต้นมะพร้าว” หมายถึงเกษตรกรต้องหมั่นดูแลสวนมะพร้าวของตนเองอย่างสม่ำเสมอย่อมสร้างความเจริญงอกงามแก่ต้นไม้ได้อย่างดี
               ( 2 )  ความปลอดภัยของการดูและจั่นมะพร้าว

                       จั่นมะพร้าว เกษตรกรจะต้องปาดเอาน้ำตาลมะพร้าวไปเคี่ยวเป็นน้ำตาลมะพร้าวทุกวันและตรงจั่นมะพร้าวก็จะมีปัญหาจั่นมะพร้าวเป็นหนอนเพราะมีแมลงมาตอมจั่นแล้ววางไข่ไว้ทำให้เกิดเป็นตัวหนอนทำให้น้ำตาลสดที่ได้สกปรก และบูดง่าย ได้น้ำตาลสดน้อย

        วิธีแก้ไขแต่เดิมเกษตรกรจะใช้สารเคมีในการกำจัดแมลงศัตรูพืชมาโรยป้องกันแมลงทำให้เกิดสารพิษตกค้างในน้ำตาลมะพร้าว เป็นอันตรายมาก

        วิธีการป้องกันที่ปลอดภัยจากสารพิษ มี 3 วิธีดังนี้ วิธีที่ 1 การใช้น้ำส้มควันไม้ไล่แมลงโดยการนำน้ำส้มควันไม้ฉีดพ่นบริเวณโคนจั่นมะพร้าวแมลงจะเหม็นควันไฟ ไม่มาทำลายปลายจั่นมะพร้าวอีกแถมเกษตรกรบางรายบอกว่ายังทำให้ได้น้ำตาลมากขึ้นและน้ำตาลมะพร้าวหวานขึ้นอีกด้วยนับเป็นวิธีที่ได้ผลและปลอดภัยจากสารเคมีที่เป็นพิษ

                       วิธีที่ 2 การป้องกันกำจัดแมลงมาตอมวางไข่ที่จั่นมะพร้าว ในเวลาปาดเอาน้ำตาลสดก็คือ การใช้ลูกเหม็นหรือลูกกันสัตว์ประมาณ 2-3 ลูกใส่ถุงที่ทำจากมุ้งเจียวแขวนไว้ที่จั่นมะพร้าวก็จะป้องกันไม่ให้แมลงมาตอมหรือทำลายจั่นมะพร้าวได้ผลดีและปลอดภัยจากสารพิษเช่นกัน
                       วิธีที่ 3 การโน้มจั่นมะพร้าวหลังจากใช้มีดปาดจั่นแล้วให้โน้มจั่นลงในกระบอกรอน้ำตาลแมลงจะได้ไม่ตอมก็พอจะห้องกันแมลงทำลายจั่นและวางไข่ที่จั่นมะพร้าวได้ดีพอสมควรในการป้องกันกำจัดแมลงที่ปลอดภัยสารพิษทั้ง 3 วิธีที่ผมได้ให้คุณไพบูลย์ ผลพูลเกษตรกรที่ทำน้ำตาลมะพร้าวตำบลคลองเขินไปทดลองใช้แล้วได้ผลดี

               ( 3 )  เทคนิคการปาดตาลให้น้ำตาลออกดี

ก่อนปาดจั่นทุกครั้งให้ใช้มีดตาลแตะบริเวณหน้าแผลกาดตาลก่อนเป็นการกระตุ้นให้เกสรกระทบกระเทือน จั่นมะพร้าวจะได้ไม่เกิดผลเล็กๆเมื่อปาดตาลจะทำให้น้ำตาลออกดีขึ้นเรื่องนี้เป็นเทคนิคความเชื่อต้องพิสูจน์เอง

( 4 )  กระบวนการรอน้ำตาลมะพร้าวน้ำตาลมะพร้าวที่ปลอดภัยสารพิษสมัยก่อนการรอน้ำตาลมะพร้าวน้ำตาลมะพร้าวอุปกรณ์ในการรอน้ำตาลสดจะใช้วัสดุในท้องถิ่นคือ กระบอกไม้ไผ่โดยนำมาตัดเป็นปล้องๆ ละ 1 กระบอกเจาะปากกระบอกร้อยเชือกสำหรับแขวนหรือผูกกระบอกติดกับจั่นมะพร้าวและใช้สำหรับร้อยไม้คานหาบกระบอกน้ำตาลมะพร้าวมาที่เตาเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวต่อไปซึ่งการดูแลความสะอาดปลอดสารพิษเกษตรกรชาวสวนตาลก็ทำได้ดีคือทุกครั้งที่จะนำกระบอกไม้ไผ่ไปรอน้ำตาลสดจะต้องนำกระบอกล้างในน้ำสะอาดและรวกน้ำร้อนเดือด และรมควันกระบอกก่อนนำไปรอน้ำตาล จะทำให้น้ำตาลมีคุณภาพดีมีความหอมหวาน แต่ปัจจุบันมีปัญหาเกษตรกรที่ทำน้ำตาลมากๆจะรวกกระบอกไม่ค่อยสะอาดเท่าที่ควร ทำให้เกิดปัญหาเชื้อราได้และยังมีปัญหากระรอกเจาะกระบอกไม้ไผ่ และกัดกระบอกไม้ไผ่รั่วทำให้ผลผลิตเสียหายเกษตรกรจึงเลิกใช้กระบอกไม้ไผ่ต่อมามีการใช้กระบอกพลาสติกและขวดยาสารเคมีที่ล้างสะอาดแล้วมาใช้ก็มีคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตรและเจ้าหน้าที่จากสาธารณะสุขว่าจะมีปัญหาสารตกค้างและสารปนเปื้อนจากภาชนะดังกล่าวเกษตรกรจึงเลิกใช้และยังใช้กระบอกพลาสติกอยู่จากนั้นได้มีการผลิตกระบอกรอน้ำตาลที่เป็นอลูมิเนียมมาขายในท้องตลาดเกษตรกรก็ซื้อมาใช้อีกก็มีการแนะนำตากเจ้าหน้าที่ว่ากระบอกอลูมิเนียมน่าจะมีสารปนเปื้อนเพราะความหวานของน้ำตาลกับภาชนะที่เป็นอลูมิเนียมน่าจะทำปฏิกิริยากันและเกิดสารปนเปื้อนได้ปัจจุบันสมัชชาอาหารปลอดภัยคณะกรรมการสภามนตรีได้ให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนปัจจัยการผลิตน้ำตาลปลอดสารพิษโดยการให้ใช้กระบอกรอน้ำตาลเป็นกระบอกแสตนเลส ซึ่งปลอดภัยสารพิษแน่นอนแต่ต้องคอยระวังคนขโมยกระบอกรอน้ำตาลไปขายให้ดีก็แล้วกัน

               ( 5 )  กระบวนการเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวปลอดภัยสารพิษการเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวต้องมีอุปกรณ์ต่างๆ และการดูแลอุปกรณ์ต่างๆให้สะอาดและปลอดภัยจากสารพิษและสารปนเปื้อนก็ต้องดำเนินการควบคุมดูแลแต่ละอุปกรณ์ดังนี้

5.1  เตาเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวการดูแลควบคุมการป้องกันความสกปรกและปนเปื้อนในน้ำตาลมะพร้าว ได้แก่การทำความสะอาดรอบๆเตาตาลก่อนเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวทุกวันไม่ให้มีฝุ่นละออง ในขณะเคี่ยวน้ำตาลการกองฟืนสำหรับเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวปลอดสารปนเปื้อนต้องกองฟืนให้เป็นระเบียบไม่กองเกะกะและมีฝุ่นละอองและไม่ใช้เชื้อเพลิงที่มีกลิ่นเหม็นเช่น ยางรถยนต์ หรือวัสดุที่ก่อให้เกิดฝุ่นละอองในขณะเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวอุปกรณ์กระชอนกรองน้ำตาล ผ้าที่มีสีขาวมากๆ ต้องซักให้สะอาดและตากให้แห้งสนิทอย่าให้มีฝุ่นหรือราขึ้น จะทำให้น้ำตาลมีสารปนเปื้อนได้กระทะเคี่ยวน้ำตาลต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาเคี่ยวตาลภาชนะในการเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวต้องล้างหรือต้มน้ำฆ่าเชื้อให้สะอาดก่อนนำมาใช้ทุกครั้ง

5.2 การเคี่ยวน้ำตาลมะพร้าวปลอดภัยสารปนเปื้อน

การแต่งกายของคนเคี่ยวน้ำตาลต้องสะอาดผึ้งและแมลงวันต้องไม่มีต้องมีมุ้งลวดป้องกันจะดีมากแต่มีภูมิปัญญาชาวบ้านในการป้องกันผึ้งมาตอมขณะเคี่ยวน้ำตาล คือสัญชาติญาณของผึ้งจะขยันหากินในตอนเช้า เวลาเคี่ยวน้ำตาลจะเคี่ยวน้ำตาลประมาณ 10.00 น.เป็นต้นไป ผึ้งจะไม่ค่อยมาทำความรำคาญหรือมาทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ เวลาสายๆและเที่ยวๆผึ้งจะกลับเข้ารังเพราะ อากาศร้อนก็เป็นวิธีป้องกันด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านอีกวิธีหนึ่งการทำมุ้งลวดป้องกันบริเวณโรงเคี่ยวน้ำตาล ก็สามารถป้องกันผึ้งได้ดีและถ้าให้ดีต้องป้องกันสัตว์ทึกชนิดได้ด้วยจะดีเช่น นก หนู สุนัข แมว ฯลฯด้วยจะดีมากๆภาชนะในการหยอดน้ำตาลเป็นปึกหรือปี๊บบรรจุน้ำตาลต้องล้างทำความสะอาดก่อน นำมาใช้บรรจุน้ำตาลมะพร้าว

5.3 บรรจุภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวที่ปลอดภัยสารพิษ

ต้องบรรจุน้ำตาลมะพร้าวในขณะที่น้ำตาลไม่เย็นจัดต้องมีห้องเก็บน้ำตาลปี๊บที่บรรจุแล้วที่สะอาดและไม่มีแมลง สัตว์ ศัตรูรบกวนการบรรจุถุงพลาสติกขนาด ½ โลกรัม หรือ 1 กิโลกรัม ให้บรรจุในพลาสติกที่สะอาดและไม่เกิดสารปนเปื้อนได้ และเก็บไว้ในห้องที่สะอาดก่อนจำหน่ายและการบรรจุควรปิดปากถุงพลาสติกให้เรียบร้อย วางเรียงให้เป็นระเบียบ

การผลิต คือ การแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้า หรือผลผลิต และบริการ ตามกระบวนการผลิตโดยมีข้อมูลพื้นฐานมาจาก การพยากรณ์การคาดการณ์ การวิเคราะห์วิชัย แหวนเพชร, 2547:25

ระบบ การผลิตหรือขั้นตอนการผลิต

โดยทั่วไปมีกลไกพื้นฐานเหมือนกับระบบทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะประอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ ปัจจัยการผลิต (Input) กระบวนการแปรสภาพ(Process) และ ผลผลิต (Output) ซึ่งจะออกมาในรูปสินค้า หรือบริการ ประเภทของระบบการผลิตเช่น ผลิตตามคำสั่งซื้อ และผลิตรอจำหน่าย

แบ่งตามกระบวนการแปรสภาพ เช่น การแปรสภาพโดยการแยกออก การแปรสภาพโดยการรวมตัวกัน และการแปรสภาพโดยการบริการ

แบ่งตามเทคนิควิธีการจัดการผลิต เช่น การผลิตเป็นครั้งคราว การผลิตแบบต่อเนื่องการผลิตไม่ต่อเนื่อง เป็นช่วง ๆ

ปัจจัยการผลิต หมายถึง ทรัพยากรที่นำมาใช้เป็นการผลิตสินค้า-บริการที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติทุนหรือสินค้าทุน คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการผลิต เช่น เครื่องมือ เครื่องจักร

หน้าที่ของระบบการวางแผนการผลิต มีดังนี้ การพยากรณ์จำนวนที่จะทำการผลิต และปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการผลิต วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิต การวางแผนการผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การควบคุมระบบคลังสินค้า

**สภาพปัญหากระบวนการผลิต**

การวางแผนกระบวนการผลิต เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบและตำแหน่งของเครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต เหตุผลหลักในการวางแผนผังกระบวนผลิตมี 3 ประการ ดังนี้ วิชัย แหวนเพชร, 2547 : 41-46

1) การวางแผนผังกระบวนการผลิตเป็นสิ่งที่ต้องลงทุนทั้งและเวลา

2) เมื่อตัดสินใจกำหนดแผนผังแล้วย่อมแก้ไขยาก

3) แผนผังกระบวนการผลิตมีผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

อย่างไรก็ตามการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาการวางแผนผังกระบวนการผลิตก็ยังต้องมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสาเหตุ ดังต่อไปนี้

1) การผลิตขาดประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิตสูง และเกิดปัญหาในการดำเนินการ

2) ไม่เกิดความปลอดภัยในการทำงาน

3) มีการปรับปรุงหรือผลิตสินค้าใหม่

4) มีการเปลี่ยนแปลงเครื่องมือ เครื่องจักร ในวิธีการผลิต

5) มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ หรือปริมาณการผลิต

6) เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมของพนักงาน หรือ คนงาน

ดังนั้น การวางแผนผังกระบวนการผลิต จึงสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาวการณ์ ได้โดยมีการวางแผนอย่างรัดกุม

**การขึ้นทะเบียนเป็น OTOP**

การลงทะเบียน หมายถึง การรับลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ สำหรับผู้ที่เคยลงทะเบียนและยังไม่เคยลงทะเบียนเป็น ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOPผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP จำแนกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและสมาชิกในกลุ่มรวมกันผลิต รวมกันบริหารจัดการและรวมรับผลประโยชน์รวมกัน ผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการการได้แก่สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิต ชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ

2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่งได้แก่การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตหรือมีการจ้างแรงงานในชุมชนหรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชนหรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมี ส่วนร่วมรับผลประโยชน์

3) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลได้แก่ บริษัทจำกัดห้างหุ้นส่วนสามัญซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่งได้แก่การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต/จ้างแรงงานในชุมชน/ใช้วัตถุดิบในชุมชนหรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์โดยมีสินทรัพย์ลงทุนไม่เกิน10ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ที่จะเข้ารับการคัดสรรต้องผ่านการลงทะเบียนเป็น OTOP ก่อนเข้าสู่กระบวนการคัดสรรระดับดาว การคัดสรรระดับดาวมี 5 ระดับ คือ

1) ระดับ 1 ดาว

2) ระดับ 2 ดาว

3) ระดับ 3 ดาว

4) ระดับ 4 ดาว

5) ระดับ 5 ดาว

**ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ**

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ในที่นี้ หมายถึง การรวมระยะเวลาตั้งแต่เริ่มทำเริ่มก่อตั้งธุรกิจจนมาถึงปัจจุบัน

**ประเภทของสินค้า 5 ประเภท**

ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาลงทะเบียนต้องผ่านกระบวนการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาจำแนก 5 ประเภท ดังนี้

1) ประเภทอาหาร หมายถึงผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูปซึ่งได้รับมาตรฐาน GAP, GMP, HACCP, Qmark, มาตรฐานเกษตรอินทรีย์, ฮาลาลและมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไปแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1.1) ผลิตผลทางการเกษตร ที่ใช้บริโภคสด เช่นพืชผักผลไม้ เช่น มะม่วง สับปะรด

ส้มเขียวหวาน มังคุด ส้มโอ กล้วย เป็นต้น กรณีพันธ์ไม้ เช่น กิ่งพันธ์มะม่วง กิ่งพันธ์มะปรางไม้ประดับ ฯลฯ ไม้ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้

1.2) ผลิตผลทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น น้ำผึ้ง ข้าวสาร ข้าวกล้อง ข้าวฮ้าง เป็นต้น เนื้อสัตว์แปรรูป เช่น เนื้อนกกระจอกเทศแช่แข็ง หมูแดดเดียว หมูยอแหนม ไส้อั่ว ไส้กรอก ปลาอบรมควัน หอยจ้อ เป็นต้น อาหารประมงแปรรูป เช่น ไส้กรอกปลา ปลาช่อนแดดเดียว ปลาสลิดแดดเดียว ส้มปลาตัวน้ำบูดู กะปิ กุ้งแห้งน้ำปลา ปลาร้า เป็นต้น กรณีสัตว์ที่มีชีวิต เช่น ไก่ชน ปลากัดไม้ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนไดด้เพราะไม่ผ่าน กระบวนการแปรรูปเบื้องต้น

1.3) อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมเค้ก เฉาก๊วย ขนมโมจิ กล้วยฉาบ กล้วยอบมะขาม ปรุงรสทุเรียนทอด กาละแม กะหรี่ปั๊บ ขนมทองม้วน ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น เป็นต้น

2) ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่สุรากลั่น เหล้าขาว 35-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่มผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลายและผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มรังนก กาแฟคั่ว กาแฟปรุงสำเร็จ ขิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน ชาสมุนไพรชาชัก น้ำเฉาก๊วย น้ำเต้าหู้ นมสด เป็นต้น

3) ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่มและเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายทั้งเพื่อประโยชน์ ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม

3.1) ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนที่ทำจากเส้นใยเส้นด้ายนำมาทอถักเป็นผืนมีลวดลาย เกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้าทำด้วยมือหรือเครื่องจักรรวมถึงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก ผ้าเป็นหลัก และมีวัสดุอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบผสม เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าถุง ผ้าปกชาวเขา ผ้าคลุมผม หมวกกะเยาะ ผ้าพันคอเสื้อผ้าสำเร็จรูปบุรุษ – สตรี เป็นต้น

3.2) เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจาก วัสดุทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ เป็นต้น และเพื่อความ สวยงาม เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กๆไล นาฬิกาข้อมือ เนคไท เป็นต้น

4) ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับ ในบ้านสถานที่ต่าง ๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอยหรือ ประดับตกแต่งหรือให้เป็นของขวัญเพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอย ในบ้านตกแต่งบ้านรวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นและสินค้านั้นต้องไม่ ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และใช้แรงคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม

4.1) ไม้ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กล่องไม้ นาฬิกาไม้ตั้งโต๊ะโคมไฟกะลามะพร้าว เป็นต้น

4.2) จักสานถักสาน หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติก นำมา จักสาน หรือถักสาน ถักทอเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระจูดสาน เสื่อกก ที่รองจานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน กระจาด กระบุงกระด้ง กระติบข้าว เป็นต้น

4.3) ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กล้วยไม้ ผลไม้ที่ไม่ใช้สิ่งมีชีวิตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือ/และผลิตภัณฑ์ประเภท ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษสาเป็นหลัก เช่น ถุงกระดาษ กล่องกระดาษสา ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4.4) โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่ทำจากโลหะ

ต่าง ๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ช้อน ส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสชุบ ทองเหลืองชุบ พิวเตอร์ บรอนซ์แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

4.5) เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดินสินแร่ไปขึ้นรูปและนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่นเบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้องเซรามิค โอ่งอ่าง กระถางต่าง ๆ เป็นต้น

4.6) เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้ามีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ ถุงมือถักสำหรับทำการเกษตร เป็นต้น

4.7) อื่นๆของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใดนอกเหนือ จากข้อ 1-6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิ้น แก้ว เทียน รูปวาดเปเปอร์มาเช่ กระจก ซีเมนต์ ต้นไม้มงคล ตุ๊กตาจากดิน ผลไม้เผาดูดกลิ่น พระพุทธรูป เป็นต้น

5)ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็น ส่วนประกอบอาจใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ยุงหรือกำจัดแมลงและรวมถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร เช่น น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้มควันไม้ เป็นต้นแบ่งเป็น 3 กลุ่ม

5.1) ยาจากสมุนไพร

5.2) เครื่องสำอางสมุนไพร

5.3) วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

ผลการดำเนินงานช่วงปีที่ผ่านมาผลการดำเนินงานช่วงที่ผ่านมา ในที่นี้ หมายถึง ผลสรุปการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ เมื่อช่วงปีที่ผ่านมาหรือตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจมาซึ่งจะทำให้รู้ถึงการดำเนินธุรกิจช่วงที่ผ่านมาว่า ดีหรือไม่ดีอย่างไร และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น

**ลักษณะเป็นชุมชนดั้งเดิม**

ชุมชนดั้งเดิม คือ การเกิดขึ้นของชุมชนนั้น ๆ เริ่มตั้งการสร้างที่อยู่อาศัย การทำมาหากิน และวัฒนธรรมประเพณีที่ชุมชนปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณชุมชนเป็นพื้นที่ที่สามารถระบุตัวหรือสถานที่ดังกล่าวว่าเป็นเมือง, หมู่บ้าน, พื้นที่ใกล้เคียงหรือแม้กระทั่งสถานที่ทำงาน

**มีตำนานหรือเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิต**

ตำนานหรือเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ในที่นี้ คือ มีเรื่องราวเล่าขานกันมา หรือเรื่องราวของความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่ทำอย่างไร

**การใช้ทรัพยากรร่วมกันภายในกลุ่มหรือในกิจการ**

คือ มีการใช้ทรัพยากร อย่างเช่น คน วัตถุดิบ เครื่องจักร การเงิน การตลาด ด้วยกันภายในกลุ่มอย่างไร

**ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ประสบความสำเร็จ**

ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ประสบความสำเร็จ หมายถึง มีวิธีการหรือแนวทางอย่างไร ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

**สิ่งที่ควรพัฒนาให้ธุรกิจมีความยั่งยืนอยู่ได้สามารถที่จะยกระดับไปสู่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) SMEs**

SMEs คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสม มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่เป็นการป้องกันการอพยพของแรงงานเข้ามาหางานทำในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป กลุ่ม SMEs ไทย แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม การดำเนินการใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องนโยบาย การส่งเสริม การสนับสนุนควรมุ่งไปที่ 5 กลุ่มดังนี้คือ

1) กลุ่ม SMEs ที่มีความเจริญก้าวหน้า เช่น เป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในทางธุรกิจแล้ว หรือ ผู้ส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังต้องการสนับสนุน เช่น ในเรื่องการวิจัยและการพัฒนา (R&D) และ การคุ้มครองลิขสิทธิ์ และ สิทธิบัตร เป็นต้น

2) กลุ่ม SMEs ที่ผลิตเพื่อขายในประเทศ กลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด และมีจำนวนมาก กลุ่มนี้ต้องการองค์ความรู้ที่จะไปพัฒนาขยายฐานธุรกิจของตัวเองให้โตขึ้น

3) กลุ่ม SMEs ขนาดเล็ก กลุ่มนี้เป็นกลุ่มๆ เล็ก เช่น ทำธุรกิจครัวเรือน ขายก๋วยเตี๋ยว ขายขนมเบื้อง ผลิตสินค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

4) กลุ่ม SMEs ในชนบทและ OTOP กลุ่มนี้จะเป็น SMEs ที่แข็งแรงและไม่แข็งแรง ภาครัฐจะต้องแผนการกระจายการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนไปสู่ชนบท

5) กลุ่ม SMEs ที่เป็นผู้ประกอบการใหม่ กลุ่มนี้ต้องการพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ โดยจะต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดตั้งธุรกิจ

**กิจการยืนอยู่ ณ จุดใดในปัจจุบัน**

กิจการยืนอยู่ ณ จุดใดในปัจจุบัน ในที่นี้ หมายถึง กิจการกำลังดำเนินอยู่ในระดับใดในปัจจุบัน เช่น พอใช้ ดี หรือดีมาก ซึ่งเป็นการตรวจสอบสถานะปัจจุบันแต่ละด้านของกิจการ

กิจการมายืนอยู่ ณ ปัจจุบันได้อย่างไร ในที่นี้ หมายถึง กิจการดำเนินมาถึงอยู่ปัจจุบันนี้ได้อย่างไร และมีจุดเด่น หรือจุดแข็งอะไร ที่ทำให้มายืนอยู่ ณ ปัจจุบันนี้ได้

**กิจการกำลังจะไปไหนจากจุดที่ยืนอยู่ในปัจจุบัน**

กิจการกำลังจะไปไหนจากจุดที่ยืนอยู่ในปัจจุบัน ในที่นี้ หมายถึง วางแผนเป้าหมายของกิจการในอนาคตไว้อย่างไร และมีต้นแบบที่มองไว้หรือไม่ที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย

กิจการจะไปยังจุดที่ต้องการด้วยวิธีการอย่างไร ในที่นี้ หมายถึง มีวิธีการวางแผนอย่าง ที่จะทำให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

**2.9 แนวคิดด้านตราสินค้า**

 ในการทำการตลาดสมัยใหม่ตราสินค้าจะถูกใช้ประโยชน์ในการทำการตลาดมากขึ้นและมีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มากขึ้นด้วยการบริหารตราสินค้า(Brand Management)จึงเป็นสิ่งที่นักกลยุทธ์ตราสินค้าสร้างสรรค์ขึ้นโดยทำการศึกษาอย่างดีถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อตราสินค้านั้นการทำการตลาดในอดีตตราสินค้าดูไม่จำเป็นมากนักเพราะผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบหลายอย่างที่แตกต่างกันและมีคู่แข่งขันน้อยแต่เมื่อมีการผลิตมากขึ้นผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนามากขึ้นเทคโนโลยีด้านการผลิตและวิทยาการด้านการตลาดสมัยใหม่ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเกิดขึ้นในขณะที่ผลิตภัณฑ์เดิมก็ได้รับการพัฒนาทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายมากมายหลายประเภทแต่ละผลิตภัณฑ์ก็มีหลายองค์ประกอบมีคุณลักษณะต่างๆมากขึ้นทำให้ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดด้อยกว่ากันการแข่งขันทางการตลาดจึงมีความกว้างขวางขึ้นและมีความซับซ้อนมากขึ้นการแข่งขันทางการตลาดทำให้ผู้ผลิตทำการขายที่ตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวไม่ได้การแข่งขันไม่ได้แข่งขันในระดับผลิตภัณฑ์เท่านั้นแต่แข่งขันกันในระดับตราสินค้าด้วยจึงทำให้การบริหารตราสินค้า( Brand Management)ในปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมากเช่นกัน เห็นได้จากคำจำกัดความของ การบริหารตราสินค้าและ ตราสินค้า ต่อไปนี้

**การบริหารตราสินค้า**(Brand Management)คือขบวนการในการจัดการเกี่ยวกับตัวสินค้าให้มีเอกลักษณ์อัตลักษณ์เป็นของตนเองเพื่อแยกแยะสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าสินค้าคู่แข่งทั้งนี้เพื่อให้สินค้าเป็นที่นิยมสามารถมียอดจัดจำหน่ายได้สูงในตลาด

**ตราสินค้า**(Brand) หมายถึงชื่อ(name)คำ(term)เครื่องหมาย(sign)สัญลักษณ์(symbol)หรือรูปแบบ(design)หรือการรวมกันที่ระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายหรือกลุ่มผู้ขายที่มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งขัน(Kotler and Gar, 2006 : 229)ชื่อตราสินค้า(Brand name)หมายถึงส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่สามารถอ่านออกเสียงได้ได้แก่คำ(Words)ตัวอักษร(Letters)และหรือตัวเลข(Numbers)เครื่องหมายตราสินค้า(Brand Mark)หมายถึงส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่ไม่สามารถอ่านออกเสียงได้โดยปรากฏในรูปสัญลักษณ์(Symbol)การออกแบบ(Design)หรือเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะเด่นพิเศษเช่นสีหรือลักษณะของตัวอักษรเครื่องหมายการค้า(Trademark)หมายถึงชื่อตราสินค้าที่ผู้ขายนำมาใช้และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายได้แก่สัญลักษณ์รูปตัวอักษรรวมถึงโลโก้ทั้งหมดของสินค้าซึ่งบริษัทผู้ผลิตสินค้าได้ทำการจด ทะเบียนและสามารถใช้เพื่อการโฆษณาได้แต่เพียงผู้เดียว

**ความสำคัญของตราสินค้า**

ตราสินค้า(Brand)มีความสำคัญกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้แยกแยะสินค้าและช่วยสร้างยอดขายให้กับผู้ผลิตสินค้าและสามารถทำให้ผู้บริโภคนำตราสินค้ามาช่วยในการสะท้อนระดับของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้หากตราสินค้าขององค์กรมีชื่อเสียงมีความน่าเชื่อถือย่อมส่งผลต่อสินค้าที่เกิดขึ้นภายใต้องค์กรเดียวกันให้มีชื่อเสียงและน่าเชือถือไปด้วย (Chimhundu and Hamlin,2006 : 30)

ตราสินค้าถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินของบริษัทเป็นสิ่งที่ระบุถึงแนวทางในการปฏิบัติของบริษัทและเป็นการสื่อสารลักษณะเฉพาะของบริษัท(Wallstrom, et al., 2008 : 2)ฉะนั้นบริษัทควรนำตราสินค้าไปจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้า(Trademark)เพราะจะสามารถช่วยป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายอื่นลอกเลียนแบบและฉวยโอกาสจากตราสินค้าของบริษัทได้หากมีการนำเครื่องหมายการค้าไปลอกเลียนแบบขึ้นเจ้าของตราสินค้ามีสิทธิในการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้

**คุณค่าของตราสินค้า**(Brand Equity)

คุณค่าของตราสินค้า(Brand Equity)หมายถึงคุณค่าหรือมูลค่าของตราสินค้าที่ถูกตีค่าออกมาเป็นจำนวนเงินการตีค่าเป็นสิ่งที่เป็นนามธรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและความรู้สึกต่อคุณภาพสินค้าโดยสิ่งที่จับต้องไม่ได้นี้รวมถึงพลังของตราสินค้า(อาทิเช่นความเชื่อเรื่องความปลอดภัยความอร่อย)ที่มีต่อสินค้าจะนำมาซึ่งการประสบความสำเร็จในการดำเนินการขายเมื่อตีเป็นมูลค่าอาจมีค่าสิบเท่าหรือยี่สิบเท่าของทรัพย์สินของบริษัทก็ได้คุณค่าของตราสินค้าและมูลค่านั้นจะได้รับมาจากการยอมรับจากการชื่นชอบของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งของตราสินค้า

**การสื่อสารตราสินค้าออกสู่ตลาด**(Brand Communication)

การสื่อสารตราสินค้าออกสู่ตลาดเป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเพื่อเสนอให้แก่ผู้บริโภคได้รับทราบถึงผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองบริโภคหรืออาจจะเป็นการสร้างตราสินค้าใหม่ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดการสื่อสารตราสินค้าออกสู่ตลาดเริ่มต้นจากผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการการสื่อสารเป็นผู้อยู่เบื้องหลังในการทำหน้าที่สื่อสารตราสินค้าโดยการวางแผนเริ่มจากผู้บริหารผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ชี้นำในการสื่อสารสำหรับผู้จัดการการสื่อสารเป็นผู้นำสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงชี้นำไปปฏิบัติ(Hawabhay, et al., 2009: 11) การสื่อสารตราสินค้าภายในองค์กรให้ประสบความสำเร็จสรุปได้ดังนี้

1. สัญญาของตราสินค้าต้องวางแผนให้สัญญาตราสินค้ามีความผูกพันกับพนักงานขององค์กรและมีการสื่อสารที่ดีให้พนักงานทุกคนมีจิตสำนึกในการปฏิบัติให้เป็นไปตามสัญญาของตราสินค้าที่กำหนดไว้ตั้งแต่แรกให้ยึดถือเป็นระเบียบปฏิบัติขององค์กร

2.คุณลักษณะของตราสินค้าจะต้องสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรและการพัฒนาตราสินค้าในอนาคต

3.สร้างตราสินค้าให้มีความสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะไม่มีตราสินค้าอื่นสามารถทดแทนได้และตราสินค้าของบริษัทเท่านั้นที่จะสามารถดูแลลูกค้าได้ตลอดไป (Burmann,et al.,2008 : 266)

**2.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสื่อสารตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จ**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสื่อสารตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

**1.**การสร้างคุณค่าของตราสินค้าโดยการสร้างความแตกต่างที่มีคุณภาพให้ชัดเจนเป็นสิ่งแรกที่จะทำให้ตราสินค้ามีคุณค่าการสร้างคุณค่าของตราสินค้าของแต่ละองค์กรอาจจะมีแตกต่างกันออกไปเช่นความแตกต่างด้วยราคาการให้บริการผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับและการสร้างทัศนคติที่ดีของสินค้าในกลุ่มลูกค้าเป็นต้น(Woodard, 2006 : 1)การสื่อสารในเรื่องความแตกต่างของตราสินค้านั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสื่อสารตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จที่ดีที่สุด Clark, et al., (2009 : 60 )

2.การสร้างเครือข่ายให้เกิดขึ้นกับตราสินค้าการสื่อสารตราสินค้าออกสู่ตลาดจะต้องพิจารณาถึงเครือข่ายของตราสินค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งใดบ้างเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Deborah, et al., (2006 : 561)ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสร้างตราสินค้าต้องคำนึงถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ของของที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตราสินค้าโดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่เป็นจุดเด่นของตราสินค้าโดยทำจุดเด่นของตราสินค้าให้มีความสัมพันธ์กับตำแหน่งของผู้ใช้เช่นแป๊บซี่เพื่อคนรุ่นใหม่ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์หรือสัญลักษณ์ของตราสินค้าต้องสร้างเครือข่ายเหล่านี้ให้มีความเกี่ยวข้องกันจนทำให้ตราสินค้าในสายตาของลูกค้ามีคุณค่าและมีคุณค่าในตลาด

3. การเป็นผู้นำในตำแหน่งที่กำลังจะเข้าไปสร้างตราสินค้าใหม่จุดนั้นโดยการสร้างคุณลักษณะของตราสินค้าใหม่ให้มีคุณลักษณะอยู่เหนือคู่แข่งขันและทีสำคัญสามารถสนองตอบผู้บริโภคได้ตรงกับความต้องการมากกว่า( Devaney and Brown, 2008 : 1)ซึ่งสอดคล้องกันงานวิจัยของMrinaland George, 2009 : 608 ) ได้กล่าวถึงการนำตราสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดจะต้องทำตราสินค้าใหม่ให้มีความแตกต่างเหนือคู่แข่งจนเป็นที่ยอมรับของลูกค้าโดยผู้บริโภคมักจะเลือกตราสินค้าใหม่ที่มีลักษณะดีกว่าคู่แข่งขันการสร้างส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยการสร้างตราสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งขันจะสามารถทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนจากตราสินค้าที่เคยใช้อยู่เดิมมาใช้สินค้าใหม่ได้

4. การตั้งชื่อตราสินค้าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญในการสื่อสารตราสินค้าเช่นกันสิ่งที่นักการตลาดต้องคำนึงถึงในการตั้งชื่อตราสินค้าก็คือภาษาศาสตร์ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อการสร้างชื่อเสียงของตราสินค้างานวิจัยนานาชาติได้พิจารณาถึงวัฒนธรรมในการออกเสียงความหมายในการตั้งชื่อตราสินค้าของแต่ละภูมิประเทศผู้ที่จะออกแบบตราสินค้าต้องนำชื่อมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจหลักการคือต้องง่ายต่อการออกเสียงและสามารถสื่อความหมายที่ดีเพราะหากการออกเสียงของตราสินค้าง่ายทำให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้ยเคยและเกิดการจดจำตราสินค้านั้นได้เป็นอย่างดีการตั้งชื่อตราสินค้าหากไม่มีความเกี่ยวข้องกับหมวดหมู่ของสินค้าหรือบริการเดิมจะต้องทำการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจก่อนแต่ถ้าหากเป็นกลุ่มสินค้าหรือบริการเดิมจะนำไปสู่การนำเสนอข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น(Yeqing, et al., 2008 : 153)

5.ไม่ควรนำเอาเรื่องของราคามาเป็นการนำเสนอในการออกตราสินค้าใหม่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าเดิมในตลาดสามารถลดราคาผลิตภัณฑ์ได้แต่หากเป็นตราสินค้าที่ออกมาใหม่อาจจะมีปัญหาในเรื่องของการลดราคาจึงควรหาข้อที่เป็นจุดเด่นเรื่องอื่นมาทำการตลาด (Pullig, et al., 2006 : 60)

สรุปจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เราทราบว่าการบริหารตราสินค้า(Brand Management)เป็นเรื่องที่สำคัญมากนักการตลาดจะต้องมีการวางแผนที่รอบคอบในการบริหารตราสินค้าโดยนักการตลาดและผู้จัดการตราสินค้าจะต้องให้ความสำคัญตั้งแต่ระดับผลิตภัณฑ์จนถึงระดับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สมัยนี้ควรมีลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์มากกว่าหนึ่งลักษณะและควรมีคุณสมบัติที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมจึงจะมีโอกาสทางการตลาดตราสินที่ดีมีพื้นฐานมาจากการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพสามารถตอบสนองสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตลาดปัจจุบันตราสินค้าถูกใช้ประโยชน์มากขึ้นและมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตสินค้าการบริหารตราสินค้าจะต้องสร้างลักษณะเด่นเฉพาะของตราสินค้าให้ชัดเจนเพราะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ของตราสินค้ากับกลุ่มเป้าหมายในตลาดทั้งยังกำหนดหน้าที่ความสัมพันธ์ของตราสินค้ากับตราสินค้าภายใต้องค์กรเดียวกันหรือที่เป็นพันธมิตรต่อกันอีกด้วยการบริหารตราสินค้าที่ดีทำให้นักการตลาดและผู้จัดการตราสินค้ามองเห็นโอกาสในการขยายตราสินค้าและขยายผลิตภัณฑ์ทำให้ตราสินค้าปรับตัวไปตามสถานการณ์ของตลาดทำให้ตราสินค้าอยู่ในตลาดอย่างมีคุณค่าและมีความหมายต่อผู้บริโภคในระยะยาวต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริหารตราสินค้า(Brand Management)ทำให้ทราบว่าผู้ทำงานวิจัยส่วนมากจะมุ่งเน้นที่จะศึกษาการสร้างตราสินค้าการสื่อสารตราสินค้าและการขยายตราสินค้าซึ่งส่วนมากจะศึกษาถึงการทำให้ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคแต่จากการศึกษาและสำรวจวรรณกรรมพบว่าไม่มีผู้ทำงานวิจัยท่านใดกล่าวถึง“การรักษาตราสินค้า” ให้อยู่กับผู้บริโภคตลอดไปควรมีกลยุทธ์อะไรในการบริหารรักษาตราสินค้าเพราะการสร้างตราสินค้าอาจจะเป็นเรื่องที่ยากแต่สิ่งที่ยากยิ่งกว่าคือการรักษาตราสินค้าให้อยู่กับผู้บริโภคตลอดไปการทำให้ผู้บริโภคมีลักษณะจงรักภักดีต่อตราสินค้าในขณะที่ธุรกิจปัจจุบันมีตราสินค้าเกิดมาใหม่มากมายการรักษาลูกค้าให้อยู่กับตราสินค้าจึงเป็นเรื่องที่สำคัญจึงควรศึกษาการรักษาตราสินค้าให้อยู่กับลูกค้าควรวางแผนอย่างไรและถ้าตราสินค้าของเราเป็นผู้นำตราสินค้าในตลาดเราจะรักษาความเป็นผู้นำตราสินค้าในตลาดไว้ได้อย่างไรและอีกประการหนึ่งในสังคมและประชาคมชาวโลกในปัจจุบันทุกๆประเทศทุกๆคนในประเทศต่างให้ความสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมหรือเรื่องภาวะโลกร้อนฉะนั้นเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่ตอบสนองต่อสังคมและเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมในระดับประเทศและระดับโลกควรจะทำให้ตราสินค้ามีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งเหล่านี้เพื่อเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตลอดไปงานวิจัยอีกด้านหนึ่งที่ควรศึกษาก็คือการสร้างการการรับรู้ของผู้บริโภคในการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยตราสินค้าโดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่างๆที่ทำให้เกิดการรับผิดชอบต่อสังคมการลดภาวะโลกร้อนโดยดำเนินการด้วยตราสินค้าขององค์กรเช่นเดียวกับที่แหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางคนที สนับสนุนกิจกรรมการปลูกป่าไม้ต้นโกงกางเพื่อรักษาชายฝั่งจาการกัดเซาะของคลื่นทะเล และช่วยลดโลกร้อนในอีกทางหนึ่งด้วย

**2.11 แนวคิดเกี่ยวกับการพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วม**

 **1) TERMS Model**จากหนังสือการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในชนบทฉบับรวมชุดของสภาวิจัยแห่งชาติ (2544) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบการพึ่งตนเอง 5 ประการโดยให้ความหมายในกรอบของแนวคิดทฤษฎี ดังนี้ TERMS เป็นคำย่อที่ใช้ในการวิจัยเป็นผลรวมจากการมองชนบท หมายถึง รูปแบบที่ชุมชนจะพึ่งตนเองได้ 5 ด้าน เป็นรูปแบบหรือ Model หรือใช้ในการวิเคราะห์วิจัยกรอบทฤษฎีที่กำกับการวิจัยตามโครงการนี้นำมาจากทฤษฎีหลัก โครงสร้างหน้าที่ (Structural Function) ทฤษฎีระบบ (System Approach) และนำเอาความรู้จากสามศาสตร์ใหญ่ คือ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ สังคมศาสตร์และมนุษย์ศาสตร์มารวมเป็นสหสาขาวิชา (Interdisciplinary Approach) ซึ่งการประมวลความรู้เหล่านี้เข้าด้วยกันแล้วสร้างเป็นกรอบความคิดขึ้นใหม่เรียกว่า TERMS Model (ตัวแบบหรือรูปแบบ TERMS) และ Functional Matrix (ความสัมพันธ์เชิงหน้าที่) ซึ่งมีความหมายโดยสังเขปว่าตามกรอบความคิดนี้ ชุมชนชนบทจะพึ่งตนเองได้ จะต้องอาศัยองค์ประกอบด้วยการพึ่งตนเอง 5 ประการ คือ การพึ่งตนเองทางเทคโนโลยี (T) การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจ (E) การพึ่งตนเองทางทรัพยากรธรรมชาติ (R) การพึ่งตนเองทางจิตใจ (M) และการพึ่งตนเองทางสังคม (S)

 สำหรับความสัมพันธ์เชิงหน้าที่ (Functional Matrix) ซึ่งเป็นส่วนขยายของตัวเองแบบ (TERMS Model) มีความหมายโดยย่อว่าองค์ประกอบในรูปแบบแต่ละตัวต่างก็มีความสำคัญและหน้าที่ของตนแต่ขณะเดียวกัน ผลของการปฏิบัติหน้าที่ของตนนั้น บางส่วนมีผลสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่นในตัวแบบ (Model) ด้วยในทำนองเดียวกันองค์ประกอบอื่นที่ปฏิบัติหน้าที่ก็จะมีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเริ่มต้นด้วยเช่นกันตัวแบบTERMS ถูกสร้างขึ้นมาโดยคณะนักวิจัยภายหลังการวิเคราะห์เอกสารและการสังเกตการณ์หมู่บ้านหลายหมู่บ้านทั่วประเทศไทยแล้วจึงนำไปทดลองใช้และทดสอบความถูกต้องแม่นยำกับ 5 หมู่บ้านที่ร่วมโครงการวิจัยซึ่งผลปรากฏว่าต้นแบบนี้ผ่านการทดสอบด้วยดี สาระสำคัญของตัวแบบนี้มีว่า ตัวแปร 5 ตัว คือ TERMS เป็นตัวทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้จากกรอบความคิดสามารถสร้างเป็นประพจน์ (proposition) เพราะผ่านการพิสูจน์ความถูกต้องด้วยหลักฐานประจักษ์ (Empirical data) มาชั้นหนึ่งแล้วดังนี้

 1. เทคโนโลยีของชุมชน (T) ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ

 2. เศรษฐกิจของชุมชนชนบท (E) ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ

3. ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนชนบท (R) ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ

 4. จิตใจของคนชุมชนชนบท (M) ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ

 5. สังคมชุมชนชนบท (S) ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ

 ความหมายรวมของตัวแบบหรือทฤษฎีมีดังนี้

 ก. ชุมชนชนบทจะพึ่งตนเองได้ต้องอาศัยตัวแปรเหตุทั้ง 5 ดังนั้น การพึ่งตนเองแบบนี้เป็นการพึ่งตนเองสมบูรณ์

 ข. ตัวแปรเหตุแต่ละตัว ทำให้ชุมชนชนบทพึ่งตนเองได้บางส่วน (Partial) และยังไม่ถือว่าชุมชนพึ่งตนเองได้ในความที่พูดกัน

 ค. ก่อนที่ปัจจัยเหตุแต่ละตัวจะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ปัจจัยนั้นจะต้องพึ่งตนเองได้เสียก่อน นั่นคือ ปัจจัยทั้ง 5 จะต้องพึ่งตนเองได้ทางเทคโนโลยี ทางเศรษฐกิจ ทางทรัพยากรธรรมชาติ ทางจิตใจและทางสังคมเสียก่อนที่จะช่วยให้ชุมชนพึ่งตนเองได้อย่างสมบูรณ์

 ง. แต่ละประพจน์ข้างต้นอาจเขียนได้อีกรูปหนึ่งว่า “ยิ่งชุมชนชนบทใด สามารถพึ่งตนเองได้ทางเทคโนโลยีได้มากเพียงใด ชุมชนชนบทนั้นก็จะยิ่งสามารถพึ่งตนเองได้มากเพียงนั้น” หรือ “ยิ่งชุมชนชนบทใดสามารถพึ่งตนเองทางทรัพยากรได้มากเพียงใด ชุมชนชนบทนั้นก็จะยิ่งพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้มากเพียงนั้น” เป็นต้น

 **2) แนวความคิดการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม**การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research and Development: R&D) ที่มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาองค์กร หน่วยงาน และชุมชนเป้าหมายมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลรวมทั้งส่งเสริมให้บุคคลมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร หน่วยงาน และชุมชนที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ (โครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 2540: 8)

 (1) ปรัชญาของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม หรือ PAR มีปรัชญาเพื่อมุ่งช่วยเหลือกลุ่มคนผู้ด้อยโอกาสในสังคมให้ลืมตาอ้าปากได้บ้าง PAR เชื่อในความสามรถของมนุษย์ที่จะหาวิธีแก้ปัญหาของตนเมื่อถึงคราวที่ตนจะต้องตัดสินใจว่าจะทำอย่างไรยังเชื่อต่อไปว่า การศึกษาควรเป็นการศึกษาที่จะช่วยให้ประชาชนมั่นใจว่าเขาสามารถทำอะไรบางอย่างแก่ตนเองได้PAR ยังเชื่อด้วยเหมือนกันว่า การศึกษาควรเป็นการศึกษาที่ช่วยให้การเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อคน เป้าหมายสูงสุดของ PAR คือ การช่วยให้มีเป้าหมายและสนับสนุนเป้าหมายในการพัฒนาการของตนเอง (โครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 2540 : 9)

 (2) แนวคิดของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เป็นระเบียบวิธีวิจัยที่เริ่มเป็นที่รู้จักของนักวิจัยในประเทศไทย โดยหลายฝ่ายดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาต่างก็ให้ความสนใจนำวิธีนี้มาปฏิบัติและประยุกต์ใช้กันมากขึ้น ระเบียบวิธีวิจัยนี้มีคำสำคัญอยู่ 2 คำ คือ การมีส่วนร่วม (Participation) และปฏิบัติการ (Action) ซึ่งการวิจัยในลักษณะดังกล่าวเป็นการนำเอาระเบียบวิธีวิจัยทั้ง 2 ลักษณะรวมกัน กล่าวคือเป็นทั้งการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

 การมีส่วนร่วมในความหมายของนักพัฒนาแนวใหม่ ซึ่งเป็นความหมายในส่วนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้นจะหมายถึงการที่ประชาชน สมาชิกของชุมชนกับผู้วิจัยผู้ปฏิบัติการได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีการร่วมกันประเมินปัญหาความต้องการของชุมชน (Need assessment) ร่วมกันในการวิเคราะห์สภาวการณ์ปัจจุบันว่าชุมชนมีปัญหาและข้อบกพร่องในเรื่องใดบ้าง และร่วมกันระบุปัญหาต่อจากนั้นก็มีการศึกษาหาแนวทางในการแก้ปัญหามีการสำรวจทรัพยากรในชุมชนซึ่งรวมทั้งทรัพยากรจากธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์ทั้งภายในชุมชนเองและภายนอกชุมชน ได้แก่ องค์กรหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่มีการวางแผนในการแก้ปัญหาดำเนินการ ติดตามผล และสุดท้ายคือ การประเมินผล ซึ่งงานทั้งหมดเป็นการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากชาวบ้านประชาชนและสมาชิกของชุมชนที่ได้เข้ามามีส่วนในกระบวนการตัดสินใจตลอดกระบวนการ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน 2540 : 8-24)

**2.12 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนา OTOP ในกลุ่มชุมชนดั้งเดิม**

จากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดในด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมของโลก ส่งผลให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง กระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก รวมถึงประเทศไทย ชุมชนต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับการพัฒนาดังกล่าว ชุมชนดั้งเดิมที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่มีคุณค่าไม่สามารถปรับตัวได้ อาจต้องสูญเสียวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไป ในการพัฒนาชุมชน มีแนวคิดที่กำลังได้รับความสนใจคือความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งได้มีผู้ได้ให้ความหมาย ลักษณะ และตัวชี้วัดของความเข้มแข็งของชุมชน ดังนี้

ชุมชน หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ ซึ่งรวมถึงการติดต่อสื่อสารกัน ความเข้มแข็งของชุมชนจึงอยู่ที่ความเป็นกลุ่มก้อนของสมาชิกในชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพสูง ความเป็นชุมชนจึงมีลักษณะสำคัญ คือ มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความรัก มีการกระทำร่วมกัน และมีการเรียนรู้ร่วมกัน นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบที่บังเกิดขึ้นจากการกระทำร่วมกัน คือ ความมีจิตวิญญาณ และผู้นำตามธรรมชาติและการจัดการ ความเข้มแข็งของชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาได้ทุกอย่าง ทั้งเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมือง และสุขภาพ (ประเวศ วะสี, 2541 หน้า 13-16)

การแสดงออกของชุมชนถึงความมีจิตวิญญาณที่สามารถจับต้องได้ อาจออกมาในรูปของภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง แกนหลักของการมองชีวิตการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งมีความหมายทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคล และในแง่ของสังคมหมู่บ้าน (วิชิต นันทสุวรรณ, 2544: 32) ภูมิปัญญาชาวบ้านเกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนานมีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดในทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชา ๆ แบบที่เราเรียน ฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเศรษฐกิจอาชีพ ความเป็นอยู่เกี่ยวกับการใช้จ่าย กับการศึกษาวัฒนธรรมมันจะผสมผสานกลมกลืนเชื่อมโยงกันไปหมด (ประเวศ วะสี, 2541 หน้า 13-16) ภูมิปัญญาไทยว่าเป็นผลของประสบการณ์สั่งสมของคนที่เรียนรู้จากปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชุมชนหลาย ๆ ชาติพันธุ์ รวมไปถึงโลกทัศน์ที่มีต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ ภูมิปัญญาเหล่านี้เคยเอื้ออำนวยให้คนไทยแก้ปัญหาได้ดำรงอยู่ และสร้างสรรค์อารยธรรมของเราเองได้อย่างมีดุลยภาพกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในระดับพื้นฐานหรือระดับชาวบ้านภูมิปัญญาในแผ่นดินนี้มิได้เกิดขึ้นเป็นเอกเทศแต่มีส่วนแลกเปลี่ยนเลือกเฟ้นและปรับให้ภูมิปัญญาจากอารยธรรมอื่นตลอดมา (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2544: 16)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สั่งสมและสืบทอดกันมาโดยใช้ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาความอยู่รอดของสังคมลิถีชิตที่อยู่กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติระหว่างคนกับธรรมชาติ โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาการดำเนินชีวิตของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม จึงเกิดวัฒนธรรมจารีตประเพณี และความเชื่อ ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอนและปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ภูมิปัญญาชาวบ้านมีการสืบต่อมาในลักษณะการประกอบเป็นอาชีพ แม้ว่าบางส่วนหายไป เลิกไปหรือถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นอย่างอื่น หลายแห่งมีวิธีการใช้ความรู้เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ การเกิดของสินค้า OTOP ส่วนใหญ่มีฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ผลิตสินค้ามาจากชุมชน ในการส่งเสริมและการพัฒนาจำเป็นต้องพิจารณาให้ชุมชนให้ไปสู่ความยั่งยืนร่วมด้วย โดยนำแนวคิดการส่งเสริมและการพัมนาชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยใช้แนวคิด 4 พ. หรือ 4 P ซึ่งประกอบด้วย พัฒนาคน พัฒนาพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจ และพัฒนาแผนชุมชน

พัฒนาคน (P1 – People) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการกำหนดเป้าหมายที่จะพัฒนา กำหนดกิจกรรมที่จะพัฒนา เช่น กลุ่มออมทรัพย์ อช./ผู้นำ อช. ผู้นำชุมชน กำหนดกิจกรรมที่จะพัฒนาความรู้ ความสามารถของคน/องค์กรในชุมชนเพื่อพัฒนาอัตตลักษณ์สู่วิถีการดำรงชีวิต ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กำหนดอาชีพ หรือ อัตลักษณที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน (วางแผนปัจจุบัน อนาคตของชุมชน) และจัดทำ 4 ฐานการเรียนรู้ชุมชนที่จะให้การศึกษาแก่ชุมชนแบบเรียนรู้ทำจริง

พัฒนาพื้นที่ (P2 – Place) การกำหนดพื้นที่ชี้เป้าอัตลักษณ์อันโดดเด่น การพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้น่าอยู่ มีความปลอดภัย 5 ด้านประกอบด้วย 1) ปลอดยาเสพติด 2) ปลอดภัยในทรัพย์สิน 3) ปลอดมลพิษ 4) ปลอดอบายมุข และ 5) ปลอดจากการซื้อสิทธิ์- ขายเสียง

พัฒนาเศรษฐกิจ (P3 – Product) เพื่อค้นหาความโดนเด่นศักยภาพของชุมชน เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ (วิถีชีวิต วัฒนธรรม) เป็นอาชีพ (ที่มาของรายได้) กิจกรรมเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ แปลงเป็น 4 ฐานการเรียนรู้

พัฒนาแผนชุมชน (P4 –Planning) เพื่อวางแผนคณะทำงานฯ ระดับหมู่บ้าน/ตำบล โดยการประสานงานของทีมงาน ประมวลรวมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ปรากฏทั้ง 3 ด้าน นำเข้าสู่ประชาคมหมู่บ้าน/ตำบล จัดประชาคมระดับหมู่บ้านเพื่อสู่ “ร่างแผนชุมชน” นำกิจกรรม 3 ด้านลงในกล่องกิจกรรมเศรษฐกิจพอเพียง (6X2) ได้แก่ 1) ลดรายจ่าย 2) เพิ่มรายได้ 3) การออม/การประหยัด 4) ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 5) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน 6) การเอื้ออารีต่อกัน

นอกจากนี้ ปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนา OTOP ในชุมชนที่น่าสนใจคือ บทบาทของผู้นำกลุ่มสุธาวรรณ เทพอารักษ์ (2549) พบว่า บทบาทของผู้นำที่มีผลต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในทัศนะของสมาชิกกลุ่มจังหวัดลพบุรี ได้แก่ 1) บทบาทผู้นำด้านการประสานงาน 2) บทบาทผู้นำด้านการวางแผน 3) บทบาทผู้นำด้านการจูงใจ 4) บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และ 5) บทบาทผู้นำด้านการตลาด มีสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

ในการพัฒนา OTOP เข้าสู่ความสำเร็จนั้น มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องที่อาจนำไปปรับใช้ได้ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ การแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน การสร้างเครือข่าย เป็นต้น ภูมิความรู้ความชำนาญเป็นผลรวมของความรู้ ความชำนาญซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน สำหรับเครื่องมือที่ใช้บ่งชี้ถึงความรู้ความชำนาญมีหลายอย่าง โดยส่วนมากเป็นการวัดโดยอ้อม เช่น ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ประสบการณ์เฉพาะด้านและประสบการณ์เป็นผู้นำ ในประเทศตะวันตกพบว่า ภูมิความรู้ ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Raich and Frese, 1998 อ้างถึงใน Frese, 2000: 25) ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นเช่นเดียวกันกับที่พบในประเทศซิมบับเว ทวีปแอฟริกา (Frese, 2000 : 25 อ้างถึงใน Danielsetal, 1985) และในประเทศแซมเบีย (Parker, 1886 อ้างถึงใน Frese, 2000: 25) ปาร์กเกอร์ (Parker, 1996 อ้างถึงใน Frese, 2000: 25) ทำการศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศแวมเปีย และพบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ทางด้านอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับผลกำไรของผู้ประกอบการ และการได้รับการฝึกอบรมก็มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจด้วย

**2.13 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบการ**

 ในศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบการ พบรายงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมากทั้งในหลายประเด็น เช่น บริหารงาน การเป็นผู้ประกอบการ การจัดทำกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ เป็นต้น Masuo et al. (2001) ระบุว่า โดยทั่วไปปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบ่งชี้ให้เห็นในผลตอบแทนการประกอบการ หรือ สถานะทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งรวมถึง สินทรัพย์ ยอดขาย กำไร จำนวนพนักงาน และอัตราการอยู่รอดของธุรกิจ และผลตอบแทนที่มิใช่ตัวเงิน เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนาพนักงาน ความสำเร็จของพนักงาน Rogoff et al. (2004) กล่าวว่ามี ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจปัจจัยในหมายถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และลักษณะของธุรกิจ นอกจากนี้ยังรวมถึงขนาด และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน การบริหารจัดการ การเงิน การวางแผน และประสบการณ์ในการดำเนินงาน ส่วนปัจจัยภายนอก หรือสิ่งแวดล้อมหมายถึงอัตราภาษี ค่าสาธารณูปโภค สถานการณ์ทางการตลาด โอกาสของธุรกิจ สภาพการแข่งขัน ตลอดจนข้อกำหนดและข้อกฏหมายที่เกี่ยวข้อง

 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ เช่น เพศ ระดับการศึกษา อายุ ทักษะในการบริหาร ตลอดจนประสบการณ์ในการทำงาน ลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาด และที่ตั้งของธุรกิจ (Kallerberg and Leicht, 1991) นอกจากนี้พบว่าความช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นอีกปัจจัยที่ให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ Yusuf (1995) ทำการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก 220 แห่ง ในเขตแปซิฟิกตอนใต้ โดยเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ 9 ปัจจัย ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลอย่างมาก คือ การบริหารที่ดี การเข้าถึงแหล่งเงิน คุณภาพของบุคลากร และการสนับสนุนจากรัฐบาล อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนของรัฐบาลมีผลต่อผู้ประกอบท้องถิ่นขนาดเล็กมากกว่ากลุ่มอื่นในการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของ SMEพบว่ามีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ บางธุรกิจอาจจะมีปัจจัยไม่เท่ากัน และระดับความสำเร็จของแต่ละปัจจัยอาจแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งกลุ่มของปัจจัยแห่งความสำเร็จดังกล่าว ได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ ความเข้าใจในตลาด ตัวแปรทางการตลาด และการตัดสินใจ ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้

 **1)ความเข้าใจตลาด(Understanding of Market)**ได้แก่ ไวต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง เข้าใจถึงวิธีการและเหตุผลของลูกค้า มีนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความภักดีของผู้บริโภค เชื่อมโยงเทคโนโลยีตามความต้องการของตลาดเชื่อมตลาดการผลิตการลงทุนในตลาดที่เติบโตรู้เวลาที่จะเคลื่อนย้ายทรัพยากรจากเดิมกับสินค้าใหม่ มีแผนการระยะยาวการพัฒนาตลาดและทรัพยากร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและส่วนแบ่งของตลาด ระบุและใช้ประโยชน์จากตลาดโลกมีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมใช้เวลาสั้นในการหาตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่สร้างผลิตภัณฑ์ที่ทับซ้อน ระบุเอกลักษณ์และตำแหน่งเพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้า ใช้ประโยชน์จากการวางตำแหน่งสินค้า สร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและความตระหนักของสินค้า เข้าใจความสามารถของคู่แข่งและมีกฎการตัดสินใจความไวต่อการประสานความร่วมมือการป้องกันสงครามราคา ให้คำมั่นสัญญาอย่างจริงจัง

**2) ตัวแปรทางการตลาด (Marketing Variables)**ได้แก่ การกระจายที่ครอบคลุมความเร็วการส่งมอบและชื่อเสียงความร่วมมือทางการค้างบประมาณในการโฆษณา ขนาดกำลังการขายและการผลิต การบริการลูกค้าและการตอบสนองข้อเสนอแนะ คุณภาพผลิตภัณฑ์สูงคุ้มครองสิทธิบัตร ต้นทุนสินค้าต่ำ ความสามารถในการส่งมอบคุณค่าสูงให้กับผู้ใช้

**3) การตัดสินใจ(Decision making)** ได้แก่ คุณภาพการวิจัยการตลาด ความแกร่งของระบบข้อมูลข่าวสาร ความสามารถในการวิเคราะห์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สามารถดึงดูดบุคลากรที่ดีที่สุด ความประสามารถในการจัดการ และประสบการณ์ตัดสินใจเร็วและมีประสิทธิผล ประสิทธิภาพองค์กร เรียนรู้อย่างเป็นระบบจากกลยุทธ์ที่ผ่านมา<http://www.ic.gc.ca/eic/site/dir-ect.nsf/eng/h_uw00938.html> #success

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2550) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ในภาคบริการ พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นผลมาจากลักษณะวิสาหกิจลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการจัดการนอกจากนี้ลักษณะวิสาหกิจยังสัมพันธ์กับลักษณะผู้ประกอบการด้วยส่วนความสามารถทางการจัดการนั้นสัมพันธ์กับลักษณะผู้ประกอบการ และได้ข้อเสนอแนะ 3 ด้านคือ 1) ตัวผู้ประกอบการควรเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจการหาแหล่งเงินทุนการหาเครือข่ายธุรกิจการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นการรู้จักวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการวางแผนทางการเงินและการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์พร้อมทั้งมีการควบคุมที่เป็นระบบมากขึ้น 2) หน่วยงานของรัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนสารสนเทศที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการสร้างการรับรู้ในด้านการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการและให้การพัฒนาบุคลากรโดยการฝึกอบรมและมีหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในพื้นที่ต่างๆและ 3) สถาบันการศึกษาควรทำความเข้าใจในวิสาหกิจให้ลึกซึ้งและสร้างหลักสูตรเพื่อการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องโดยเฉพาะในการจัดการทุกด้านของธุรกิจให้กับวิสาหกิจพร้อมทั้งเป็นศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำแก่วิสาหกิจด้วย

ในการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในชนบทในประเทศมาเลเซียภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งอุตสาหกรรม (One District One Industry) พบว่า ปัจจัยภายนอกมีผลต่อความสำเร็จมากกว่าปัจจัยภายใน ซึ่งปัจจัยภายนอกที่สำคัญและส่งผลมากที่สุดคือการสนับสนุนจากรัฐบาล ดังนั้น รัฐบาลจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือและจัดสภาพแวดล้อมที่จะเอื้อและนำให้ผู้ประกอบการดังกล่าว (Kaber, e al., 2009)

เมื่อพิจารณาปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้ประกอบการ และกิจกรรมการ สามารถจำแนกเป็นหัวข้อสำคัญๆ ได้ ดังนี้

1) รูปแบบการจัดตั้งกิจการ เช่น เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท สหกรณ์ กลุ่ม ชมรมฯลฯ

2) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ คือ ช่วงระยะเวลานานกี่ปี

3) ผลการดำเนินงานช่วงที่ผ่านมา อาจเป็นช่วง 2-3 ปี

4) ภูมิหลังของผู้ประกอบการ เช่น การศึกษา ศาสนา ประสบการทางธุรกิจ ลักษณะครอบครัว ลำดับพี่น้อง

5) ความสามารถในการจัดการ เช่น การวางระบบการผลิต บัญชีและการเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเทคโนโลยี การจัดซื้อจัดหา การขนส่ง การตลาดและการบริการ เป็นต้น

 คุณลักษณะที่ดีในการนำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นลักษณะที่อยู่ในตัวของผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ มีดังต่อไปนี้

**1)ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)** ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จมักชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถของตนเองและจะไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่าย ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว**ความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ** โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทางโดยมีการประเมินความเป็นไปได้อย่างดีแล้ว

**2)ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement)** เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความเป็นไปได้พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิดสติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ โดยไม่ได้สนใจเพียงในบรรลุเป้าหมายเท่านั้น **หากรวมถึงวิธีการของขบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย**

**3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity   Thinking)** **ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์  ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำๆ เหมือนแบบดั้งเดิมเป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมเข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข**  พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม  กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใครกล้าคิดค้นประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆมาใช้ในการผลิต นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ พร้อมทั้งแสวงหาวัตถุดิบใหม่ ๆมาทดแทน ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานนำระบบการจัดการสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต ความคิดสร้างสรรค์นี้อาจคิดขึ้นมาเอง หรือเอาแนวคิดมาจากนักประดิษฐ์ นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญ

**4)รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย(Addict to Goals)**เมื่อการตั้งเป้าหมาย มีการวาดภาพจินตนาการไปถึงความสำเร็จ**มีความคิดผูกพันที่จะเอาชนะจนสามารถวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย** เตรียมป้องกันปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลวแต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวังมุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

**5)ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น(Ability to motivate)ต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจ ผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงานและเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้** สามารถโน้มน้าวใจผู้ให้เงินทุนเช่น ธนาคาร ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงให้คล้อยตามและยินดีให้การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน

**6)ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก (Hard Working)**เมื่อพิจารณารอบคอบแล้วตั้งเป้าหมาย**จะต้องพยายามทำงานหนักทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ**

**7)เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from Experience)เป็นการมองผลงานในอดีตที่เคยทำผิดพลาดนำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์อีก** หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงานให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม ผู้ประกอบการจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานจนทำได้สำเร็จและฟังความคิดเห็นของผู้รู้ผู้แนะนำ

**8)มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability)**เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการความเป็นผู้นำย่อมแตกต่างกัน ระยะเริ่มทำธุรกิจต้องรับบทเป็นผู้นำที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง เป็นผู้กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และเป็นกันเอง เมื่อกิจการเติบโตขึ้นการบริหารงานเปลี่ยนแปลงไป  ไว้ใจและแบ่งความรับผิดชอบให้ลูกน้องมากขึ้นจนถึงปล่อยให้ดำเนินการเอง ส่วนตนเองจะได้มีเวลาใช้ความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการหรือลงทุนใหม่**กล้าลงทุนจ้างผู้บริหารมืออาชีพมาช่วยงานรู้จักปรับเปลี่ยนแปลงการบริหารสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้**

**9)มีความเชื่อมั่นในตนเอง(Be Self-Confident)** **มีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้ มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่ากลัวได้ มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไปหรือเชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป**

**10) มีวิสัยทัศน์กว้างไกล (Visionary)** มีประสบการณ์สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

**11) มีความรับผิดชอบ (Responsibility)** โดยจะรับผิดชอบผลการตัดสินใจไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่ มีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้เกิดขึ้น

**12) มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง (Enthusiastic)** **มีการทำงานที่เต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวาที่ยากจะทัดทาน มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน**

**13) ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge)**โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ความรู้อาจจะได้จากการสัมมนาฝึกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้นและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา

**14) กล้าตัดสินใจและมีความมุมานะพยายาม(Can Make Decision and Be Attempt)**เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้ **ไม่กลัวงานหนัก** ถือว่าเป็นงานท้าทายใช้ความรู้ **สติปัญญาความสามารถของตนเองในการทำงาน และจะภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ**

**15) อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent)** เมื่อเริ่มทำธุรกิจ มักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเอง จึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ และมุ่งหวังความสำเร็จ

**16) มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on Current Situation)**ผู้ประกอบการจะต้องทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุด คิดถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ

**17) สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Adaptable)** **ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะปรับตนเองให้เป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามยถากรรม หรือขึ้นอยู่กับโชคหรือดวง**

**18**)**รู้จักประมาณตนเอง (Self-Assessment)ไม่ทำสิ่งใดเกินตัว เกินความสามารถจะได้ไม่ประสบกับความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ**

**19) ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน (Participation and Competition)**

**ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันจะต้องไม่พยายามทำธุรกิจให้เกิดผู้แพ้ผู้ชนะ แต่ต้องดำเนินให้เกิดเพียงผู้ชนะอย่างเดียว**ร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดโดยร่วมกันตั้งเป็นสมาคม ชมรมเพื่อช่วยเหลือกัน การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขัน ควรแข่งขันในเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพบริการ ด้านลดต้นทุนการผลิต เพราะการแข่งขันทำให้เกิดการพัฒนา

**20) ประหยัดเพื่ออนาคต (Safe for Future) ต้องมีการประหยัด อดออมไว้เพื่อนำไปขยายกิจการในอนาคต ต้องรู้จักห้ามใจที่จะหาความสุขความสบายในช่วงที่ธุรกิจอยู่ในช่วงตั้งตัวเพื่ออนาคตข้างหน้า**

**21) มีความซื่อสัตย์ (Loyalty)** **ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคารเป็นนายที่ดีของลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ต่อครอบครัว และต่อตนเอง**

 นอกจากปัจจัยภายในซึ่งเป็นคุณลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการแล้ว ปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจการค้าปลีก/ส่งสินค้า OTOP คือ การได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ3 ด้าน ได้แก่

1) การทำประชาสัมพันธ์ออกสู่ต่างประเทศ

2) การควบคุมดูแลคุณภาพสินค้าและวิธีการผลิตให้ได้มาตรฐาน

3) การมีมาตรการในการสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้าเพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการซื้อขายสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพและทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จในที่สุด

สำหรับกระบวนการแห่งความสำเร็จสามารถแยกออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ สร้างความปรารถนาและความฝัน กำหนดเป้าหมาย วางแผน ลงมือกระทำ และความเชื่อ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

**1)ขั้นตอนที่ 1 สร้างความปรารถนาและความฝัน**ความปรารถนาเป็นสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการ เป็นสิ่งที่รองรับการเริ่มต้นสำหรับความสำเร็จทุกสิ่งที่าทำกรณีศึกษาผู้ประสบความสำเร็จหลายกรณีแสดงให้เห็นสิ่งที่เหมือนกันบางอย่าง ว่าเป็น“นักฝัน” และใฝ่ฝันถึงสิ่งที่ตนต้องการและคาดหวังมุ่งความสนใจไปที่ความฝันของตน การนึกถึงความฝัน และตัดสินใจทำให้เป็นความจริง

**2) ขั้นตอนที่ 2 กำหนดเป้าหมาย** เมื่อสามารถกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนมากขึ้นและกำหนดเวลาการบรรลุเป้าหมายนั้นจะสามารถวางแผนการทำงานโดยมีทิศทางที่ถูกต้องการพุ่งความสนใจไปที่ความปรารถนาความฝันที่ยังเลือนรางให้ชัดเจนขึ้นกลายเป็นเป้าหมาย

**3) ขั้นตอนที่ 3 วางแผน**ความฝันและเป้าหมายนำไปสู่การวางแผน ส่วนใหญ่ล้มเหลวเพราะไม่ได้วางแผนการวางแผนการทำงานก่อนทำงานเสมอ เพื่อไม่ให้เสียเวลาหรือหลงทาง

**4) ขั้นตอนที่ 4 ลงมือทำ** ความฝันเป้าหมาย และแผนงานอาจจะสูญเปล่า ถ้าไม่ลงมือทำ จริงใจที่ลงมือทำ

**5) ขั้นตอนที่ 5 ความเชื่อ**การเชื่อว่าสามารทำได้ ขั้นตอนการทำงาน 4 ขั้นตอนแรกในกระบวนการสู่ความสำเร็จเป็นสิ่งที่เป็นเหตุเป็นผลและเราสามารถจัดการได้ด้วยความสามารถในการเข้าใจในเหตุผลของเราแต่ความเชื่อเป็นอารมณ์ความฝันกระตุ้นให้กำเนิดเป้าหมายและแผนงานที่จะทำให้ความฝันเป็นความจริงลงมือทำเกิดขึ้นเมื่อเชื่อว่าสามารถทำ

**2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

วรรณา (2544) ศึกษาเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้ประกอบการและภูมิความรู้ความชำนาญกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ลักษณะผู้ประกอบการตามแนวคิดของไมเคิล เฟรเซอร์ พบว่า คุณลักษณะทั้ง 6 ด้าน อันประกอบด้วย ลักษณะความเป็นตัวเอง ลักษณะนวัตกรรม ลักษณะความกล้าเสี่ยง ลักษณะความมุ่งมั่นในการแข่งขัน ลักษณะความมั่นคงและใฝ่ใจในการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาปัจจัยในด้าน ความรู้ในวิชาชีพและประสบการณ์ ภูมิความรู้ ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความมั่นคงและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และภูมิความรู้ความชำนาญ ในด้านการบริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในด้านการดำเนินธุรกิจ จากความสัมพันธ์ทั้งสองที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ สามารถนำไปมาสร้างสมการความสัมพันธ์เพื่อทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการได้ ถึงแม้นว่าค่าการพยากรณ์ที่ออกมาจะมีค่าถึงร้อยละ 48 ทั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้กล่าวถึงจุดด้อยของงานวิจัยคือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างมีเพียง 30 ราย ซึ่งนับว่ามีจำนวนน้อยซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถพบความสัมพันธ์ของตัวแปรบางตัวได้

ในการพัฒนาผู้ประกอบการในระดับรากหญ้า สมพร ปานยินดี (2548) พบว่า นโยบายการแปลงทรัพย์สินเป็นทุน เป็นนโยบายที่ทำให้ประชาชนในระดับรากหญ้าที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้รับโอกาสที่ดีขึ้นในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีทรัพย์สินประเภทที่ดิน สิทธิการเช่า หนังสือรับรองสิทธิในที่สาธารณะ ทรัพย์สินทางปัญญา และเครื่องจักร สามารถนำมาใช้เป็นหลักประกันในการขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินทั้งของรัฐและเอกชน และนำเงินสินเชื่อดังกล่าวไปลงทุนหรือประกอบกิจกรรมที่ทำให้เกิดรายได้อันเป็นผลประโยชน์ต่อตนเองและประเทศชาติ ก่อให้เกิดกระบวนการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทยในอนาคตต่อไปจากการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่กล่าวมา อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปแนวคิด และเลือกที่จะใช้ปัจจัยภูมิความรู้ความชำนาญในการศึกษาครั้งนี้ โดยภูมิความรู้ ความชำนาญ (Human capital) หมายถึงสถานภาพสถานการณ์ หรือ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ที่ได้รับมาจากในอดีตจนถึงปัจจุบันและได้แบ่ง ย่อยลงไปว่า ความรู้ หมายถึง การสะสมความรู้ พื้นฐานทางการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ การบริหาร การจัดการ รวมถึงการศึกษาจากตัวแบบผู้ใกล้ชิดที่เป็นผู้ประกอบการและทักษะความชำนาญ หมายถึงความสามารถ หรือประสบการณ์ในงานชีพ โดยพิจารณาจากประเภทธุรกิจที่เคยทำมา ระยะเวลาที่เคยทำมาก่อนการศึกษา และประสบการณ์ทำให้เกิดความสนใจในการทำธุรกิจของตนเอง

คมสัน วัฒนทัพ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยของประชาชนในอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัย และการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารที่ปลอดภัย การรับรู้ความรุนแรงของการบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับอาหารความปลอดภัย มีพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ระดับดี ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยมีการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัย และมีการรับรู้อุปสรรคการเลือกบริโภคอาหาร ปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับจิราพรและคณะ, 2551: บทคัดย่อ พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากผู้ผลิตมักขาดความเอาใจใส่ในเรื่องความสะอาด การดูแลรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ขาดการกำหนดกรรมวิธีการผลิตมาตรฐาน จึงควรชี้แจงความสำคัญ และกำชับผู้ผลิตให้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมผลักดันให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ซึ่งตรงกับภัทรธิรา, 2544 พบว่า ควรให้ความช่วยเหลือในด้านวิชาการโดยเฉพาะการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิกในท้องถิ่นอันได้แก่เทคโนโลยีการผลิตการบรรจุหีบห่อรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดจนความรู้ต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐต้องให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนำความรู้จากภายนอกมาประยุกต์ร่วมกับศักยภาพผู้ผลิต ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสินค้า OTOP คือการจัดการภูมิปัญญาเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จ สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้นช่วยประหยัดการใช้วัสดุสามารถรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและที่เห็นได้ชัดเจนมากคือการใช้ทรัพยากรบุคคลน้อยลงจากผลการวิเคราะห์ที่กล่าวมา พบว่าในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของเครื่องดื่ม และสำหรับการปรับปรุงแก้ไขกรรมวิธีการผลิตให้ดีขึ้น เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบการกำหนดอุณหภูมิ และเวลาที่ใช้ความร้อนในการผลิต (ห้องปฏิบัติการวิเคราะห์น้ำและเครื่องดื่มทางจุลชีววิทยา) สอดคล้องกับพัชรวรรณ จงมีวาสนาและคณะวิจัยเรื่อง ความปลอดภัยในการบริโภคน้ำนมถั่วเหลืองกับปริมาณสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้าง พบว่ากระแสความนิยมในการบริโภคอาหารที่ทำจากธัญพืชและถั่วมีแนวโน้มสูงขึ้น น้ำนมถั่วเหลืองหรือนำเต้าหู้จึงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทุกวัย เนื่องจากเป็นที่ยอมรับว่าการบริโภคน้ำนมถั่วเหลืองนั้นมีประโยชน์สูง ราคาถูกและมีจำหน่ายทั่วไป แต่ถั่วเหลืองเป็นพืชไร่ที่ในระหว่างการเพาะปลูกจำเป็นต้องมีการใช้สารกำจัดศัตรูพืช ดังนั้นผู้บริโภคน้ำนมถั่วเหลืองอาจได้รับสารตกค้างที่เกิดจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชในถั่วเหลืองได้ ผลการตรวจไม่พบสารเคมีกำจัดศัตรูพืชกลุ่มสารประกอบฟอสเฟตในถั่วเหลืองและน้ำนมถั่วเหลืองทุกตัวอย่าง ส่วนสารประกอบคลอรีนตรวจพบชนิดเดียว คือ สารเอ็นโดซัลแฟน ในถั่วเหลืองพบ 22 ตัวอย่าง ปริมาณที่พบ < 0.004-0.121 มก./กก. น้ำนมถั่วเหลืองในภาชนะปิดสนิทพบ 1 ตัวอย่าง ปริมาณที่พบ 0.004 มก./กก. ส่วนน้ำเต้าหู้ ตรวจไม่พบทุกตัวอย่าง ดังนั้นถึงแม้ว่าระดับการตกค้างของถั่วเหลืองและน้ำนมถั่วเหลืองจะอยู่ในเกณฑ์ปลอดภัยผู้ผลิตควรเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีปริมาณสารตกค้างต่ำและมีกรรมวิธีการผลิตที่สะอาดเพื่อให้ได้น้ำนมถั่วเหลืองที่ทั้งมีประโยชน์ต่อสุขภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภคนอกจากความปลอดภัยในเรื่องของอาหารแล้วจึงต้องให้ความสำคัญในด้านพัฒนาและศึกษาหาสภาวะที่เหมาะสมในกระบวนการผลิต ซึ่งตรงกับปานจันทร์ หลงประดิษฐ์ (2547: บทคัดย่อ) พบว่าตัวแปรต่าง ๆที่มีผลต่อคุณภาพของน้ำตาลมะพร้าวที่ได้เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ได้น้ำตาลที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นการส่งเสริมให้มีการลงทุนเพื่อผลิตน้ำตาลมะพร้าวในเชิงอุตสาหกรรมขนาดย่อมจนถึงขนาดใหญ่ สอดคล้องกับศักดา อรุณรุ่งโรจน์ศึกษาเรื่อง การจัดการองค์ความรู้กลุ่มทำน้ำตาลมะพร้าว ตำบลคลองเขิน อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงครามผลการศึกษาพบว่า ความรับผิดชอบในการทำน้ำตาลต้องขึ้นปาดทุกวันถ้าไม่ปาดน้ำตาลเสียและน้ำตาลไม่ออกเพราะน้ำตาลจะแห้งปิดหน้าความสำเร็จได้มาจาก ความชำนาญ และจากบรรพบุรุษ การจัดการเวลา การขึ้นมะพร้าว มื้อเช้าตั้งแต่ ตี 4 - 10.00 น. มื้อเย็น 15.00 -20.00 น. เวลาเคี่ยวน้ำตาลตั้งแต่ เวลา 08 .00 -14.00 น. เมื่อประสบความสำเร็จแล้วจะทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้นสุขภาพร่างกายแข็งแรงรายได้มีทุกวัน ความภาคภูมิใจ เป็นอาชีพที่สุจริตมีความมั่นคงในอาชีพสูงมากผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่ปลอดภัยจากสารพิษสู่ผู้บริโภค กิจกรรมของกลุ่ม ซึ่งจะพบว่าการผลิตอาหารและเครื่องดื่มจะต้องให้ความสำคัญในด้านสุขอนามัยสอดคล้องกับรังสรรค์ จันทร์สมวงศ์ ศึกษาเรื่องการจัดการองค์ความรู้การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ปลอดภัย (FOOD SAFETTY) น้ำตาลมะพร้าว ตำบลบางขันแตก อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงครามพบว่า ในปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า OTOPได้มีการวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำน้ำตาลมะพร้าวแท้ปลอดภัย โดยไม่ใช่สารเคมีเจือปนลงในน้ำตาล การรักษาคุณภาพของน้ำตาลมะพร้าวแท้ที่มีรสหวาน มัน หอม โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตที่ถูกต้องตั้งแต่การเก็บเกี่ยวน้ำตาลสดจากต้นถึงการบรรจุลงภาชนะ

 เกษตรที่ประสบความสำเร็จเกิดการรวมกลุ่มรับการอบรมถ่ายทอดความรู้ ในการปฏิบัติดูแลรักษา ทำให้ผลผลิตน้ำตาลมะพร้าวมีคุณภาพและจำหน่ายได้ราคา มีผู้นำทางการเกษตรที่ดีเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในองค์กร มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแก้ไขปัญหา มีความเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของกลุ่มสอดคล้องกับชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2549) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในการดำรงชีวิตชาวสวนตาล กรณีศึกษาชุมชนตำบลบางนางลี่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า โครงการวิจัยในหัวข้อ “การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในการดำรงชีวิตชาวสวนตาล “กรณีศึกษาชุมชน ตำบลบางนางลี่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ท้องถิ่นบางนางลี่เป็นชุมชนปลายน้ำของอัมพวา(บางช้าง สวนนอก) เป็นชุมชนของนิเวศลุ่มน้ำแม่กลอง เรียนรู้ที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องการจัดองค์กรความร่วมมือทางสังคม ชาวบางนางลี่มีการก่อตัวในประเด็นการตัดสินใจทางสาธารณะ เช่น เวทีประชาคม ซึ่งจะเป็นโอกาสให้ได้เรียนรู้และเพิ่มการมีส่วนร่วมให้ชาวบางนางลี่พัฒนาเป็นพลังท้องถิ่นในการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและการท้าทายใหม่ๆ ซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลาในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในชุมชนอย่างเท่าทัน ซึ่งตรงกับเวณิกา เบ็ญจพงษ์และคณะ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา : 2549) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลปี๊บและน้ำตาลปึกเพื่อความปลอดภัยในการบริโภคและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเศรษฐกิจชุมชนพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนผู้ผลิตในการร่วมกันพัฒนากรรมวิธีการผลิตน้ำตาลปี๊บและน้ำตาลปึกจากน้ำตาลมะพร้าวที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการผลิตระดับครัวเรือนเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภคของประชาชนทั่วไปในด้านเทคโนโลยีการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ น้ำตาลปี๊บและน้ำตาลปึกที่มีคุณภาพและทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนำไปสู่การผลิตแบบยั่งยืน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนเกิดทางเลือกแก่ชุมชนผู้ผลิตการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตที่ก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สู่กรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีปลอดภัยต่อการบริโภคออกสู่ท้องตลาดส่งเสริมให้ประชาชนที่ผลิตน้ำตาลปี๊บหรือน้ำตาลปึกปรับปรุงการผลิตโดยละเว้นการใส่สารฟอกขาวที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคในกระบวนการผลิตหรือหันมาใช้สารฟอกขาวที่อนุญาตให้ใช้ได้ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขและให้อยู่ภายใต้มาตรฐานกำหนดเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคสามารถสร้างกลไกการแก้ไขปัญหาความไม่ปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านร่วมกับชุมชนผู้ผลิตซึ่งเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาความไม่ปลอดภัยของอาหารที่ต้นเหตุของปัญหาเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคแบบยั่งยืนอนุรักษ์การผลิตน้ำตาลปี๊บและน้ำตาลปึกจากน้ำตาลมะพร้าวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่นำรายได้มาสู่เกษตรกรชาวสวนมะพร้าวให้คงอยู่ในชุมชนเพื่อรักษาภูมิปัญญาชาวบ้านสู่ลูกหลานรุ่นต่อไปสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการคุ้มครองความปลอดภัยในการบริโภคอาหารของประชากรไทยและได้ปรับปรุงคุณภาพอาหารเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลที่เกิดจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) สอดคล้องกับประภาพร โถน้อย(2551: บทคัดย่อ) พบว่า โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชนให้ได้รับความเชื่อถือและยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคช่วยให้เกิดการ จ้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนจนเกิดความเข้มแข็งในชุมชนและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 388 รายผลิตภัณฑ์หลักได้รับ ดาวระดับ 1-3 ดาว ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เอง ใช้ที่ทำการของธุรกิจเป็นสถานที่ผลิตมีขนาดพื้นที่ที่ใช้ ในการผลิตประมาณ 50-100 ตารางเมตรธุรกิจไม่เคยได้รับการรับรองมาตรฐานอื่นๆ มาก่อนเลยส่วนใหญ่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ที่ที่ทำการของธุรกิจตลาดเป้าหมายหลักคือตลาดในพื้นที่ ใกล้เคียงโดยแสดงตราสัญลักษณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ที่สถานที่จำหน่าย ธุรกิจไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ เลยในการเตรียมตัวเพื่อยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หลังจากได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาแล้วธุรกิจมีสมาชิกเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 5 คนในด้านทรัพยากรมนุษย์ มีการส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวได้พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในส่วนของประธินพร (2545) ศึกษาการประเมินผลโครงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองแบบพอเพียง ตามแนวพระราชดำริในโครงการเกษตรทฤษฏีใหม่ศึกษาเฉพาะกรณี เกษตรกรในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่าโครงการเกษตรทฤษฏีใหม่ มีความสำเร็จ โดยจัดสรรที่ดินของตนออกเป็น4 ส่วนตามหลักการของเกษตรทฤษฏีใหม่ ในการเข้าร่วมโครงการเกษตรกรจะเพาะปลูกพืชหลากหลาย ซึ่งมีทั้งพืชสวนครัว พืชสวน สวนผลไม้ เลี้ยงไก่และปลาทำให้สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรดีขึ้นโดยปัจจัยที่ทำให้โครงการสำเร็จที่สำคัญคือการมีแหล่งน้ำที่เพียงพอ ความขยันหมั่นเพียรของเกษตรกรและความสนับสนุนในด้านต่างๆ ของรัฐที่มีต่อเกษตรกรซึ่งในด้านคุณภาพชีวิต ของวรรณา (2548) ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของชาวนากับชาวสวน ของอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าชาวนา มีคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพอนามัยและการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนชาวสวนมีคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคมอยู่ในระดับปานกลาง มีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพอนามัยและการเมืองอยู่ในระดับไม่ดี

ประภาพร โถน้อย(2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลที่เกิดจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)ผลการศึกษาพบว่า โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากชุมชนให้ได้รับความเชื่อถือและยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคช่วยให้เกิดการ จ้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนจนเกิดความเข้มแข็งในชุมชนและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมีความต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐช่วยส่งเสริมด้านการตลาด หรือหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ต้องการให้รัฐช่วยด้านเงินทุน หมุนเวียน หรือเงินกู้ระยะยาวดอกเบี้ยต่ำต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังและ ต่อเนื่องต้องการให้มีการจัดงานแสดงสินค้าให้มากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาคต้องการให้มีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

อมรรัต วิริยะพงษ์ (2551) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของรายเดียวและผู้ผลิตที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบ การ OTOP โดยแยกออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ผู้ผลิตชุมชนผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs โดยคำนวณขนาดตัวอย่างโดยทาโรยามาเน (Talo Yamane) ได้ขนาดตัวอย่าง 245 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คือ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน, ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดนครปฐม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสบถาม จำนวน 1 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSSfor Window สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติบรรยายพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย (X) ค่าร้อยละ (percentage) และสถิติอ้างอิง ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Onewey ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างในเชิงสถิติทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe,s Method)ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 13 คุณลักษณะ ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 3 กลุ่มในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน 74 คน มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.39 ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 57 คน มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 4.11สำหรับผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs จำนวน 62 คน มีคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ SMEs อยู่ในระดับสูงมาก ร้อยละ 4.44

คันธรส รองรัตนพันธุ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาว ประเภท อาหาร ของจังหวัดชลบุรีผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มยังไม่มีความรู้เพียงพอในด้านการบริหารจัดการ แต่กลุ่มเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการและพยายามเรียนรู้เพื่อปรับใช้กับกลุ่มทั้งนี้ผู้นำกลุ่มมีการบริหารงานหรือขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มเพียงคนเดียวหรือเพียงกลุ่ม ๆ เดียวทั้งนี้เนื่องจากผู้นำมีบทบาทหรือมีภาวะผู้นำสูง สมาชิกกลุ่มเป็นเพียงในนาม ทั้งนี้การเป็นสมาชิกกลุ่มเพียงในนามส่งผลถึงระดมหุ้นของกลุ่ม หรือมีผลต่อรูปแบบการดำเนินงานในรูปของกลุ่ม จึงทำให้เจ้าหน้าที่ของรัฐให้การสนับสนุนการดำเนินงานน้อย

ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มส่วนใหญ่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะชุมชนหรือบริเวณอำเภอใกล้เคียง มีบ้างที่ผลิตเพื่อจำหน่ายต่างจังหวัด ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มไม่มีงบประมาณในการลงทุน เป็นเพราะการบริหารงานของผู้นำเพียงคนเดียวหรือเฉพาะกลุ่มคนเพียงกลุ่มเดียว และการเป็นสมาชิกของกลุ่มส่วนมากเป็นเพียงในนาม ถึงทำให้การระดมหุ้นต่างๆ เพื่อการลงทุนมีน้อย ทำให้รูปแบบของการดำเนินงานเป็นกลุ่มไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ส่งผลให้การสนับสนุนการดำเนินงานต่างๆ จากภาครัฐมีน้อย

ด้านการพัฒนาการผลิต พบว่ากลุ่มยังคงยึดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้า แต่ได้มีการประยุกต์เพื่อให้เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่บ้างเพื่อให้สอดรับกับการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ตัวผลิตภัณฑ์บ้าง ส่วนวัตถุดิบในการผลิตมีปัญหาพอประมาณ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบนอกชุมชนเนื่องจากผู้ผลิตคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ราคาของผลิตภัณฑ์สูงไปด้วย ซึ่งผลการศึกษาสอดรับกับงานวิจัยของเพ็ญนภา เดชดี และคณะ( 2547, หน้า 59) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ OTOP : ศึกษากรณีผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในพื้นที่ภาคกลาง

ปัจจัยอื่นที่เอื้อต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาว ประเภท อาหาร ของจังหวัดชลบุรี

1.นโยบายรัฐบาลในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่านโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) เป็นนโยบายที่มีประโยชน์ในการสร้างงาน สร้างรายได้แก่คนในชุมชน และเป็นการสืบทอดสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงไว้ ทั้งนี้ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการคัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้กลุ่มมีการพัฒนากระบวนการการบริหารจัดการกลุ่มการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ และเป็นการเพิ่มชิองทางทางการตลาดให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการมากขึ้น

2. ความร่วมมือขององค์กร ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่เป็นปัจจัยให้กลุ่มผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งนี้ สมาชิกกลุ่มต้องมีส่วนร่วมในการคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ และร่วมติดตามประเมินผลการทำงานของกลุ่ม พร้อมทั้งหาแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

3. ความเข้มแข็งของชุมชน ชุมชนเข้มแข็งส่งผลต่อการพัฒนาพัฒนากลุ่มและชุมชน เนื่องจากชุมชนและกลุ่มเอื้อหนุนเกื้อกูล การทำงานร่วมกัน

ซึ่งผลการศึกษาด้านปัจจัยที่สรุปผลดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามนโยบายของรัฐบาลที่ดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อ สร้างแรงงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น นอกจากนั้นยังช่วยส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และส่งเสริมการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ยุพิน ณ ลำปาง (2556) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรมชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองมาย อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้และการดำเนินการของการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรมชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองมาย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มสินค้าหัตถกรรมชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล เมืองมาย อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าวคามถี่และร้อยละ สถิติเชิงอนุมานทดสอบสมมิตุฐานการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยค่า Chi – square ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรมชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองมาย อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่า

1. การรับรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรม ตามหลักการพื้นฐานของ OTOP ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ด้วยการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์, ตามแผนยุทธศาสตร์ของ อบต. ด้วยการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน การส่งเสริมการตลาดและการใช้สินค้าท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยว, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า สมาชิกกลุ่มฯ ส่วนใหญ่มีการรับรู้ ในระดับน้อย

2. การดำเนินการ เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรม ตามหลักการพื้นฐานของ OTOP ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ด้วยการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์, ตามแผนยุทธศาสตร์ของ อบต. ด้วยการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน การส่งเสริมการตลาดและการใช้สินค้าท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยว, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่าสมาชิกกลุ่มฯ ส่วนใหญ่ มีการดำเนินการ ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก

3. การรับรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการดำเนินการด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ด้านการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ ด้านการสร้างทรัพยากรมนุษย์ ด้านการส่งเสริมอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน ด้านการส่งเสริมการตลาดและการใช้สินค้าท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบการสินค้าหัตถกรรมชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองมาย อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

 ศุภธณิศร์ เติมสงวนวงศ์(2556) ปัจจัยสู่ความสําเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัรฑ์ระดับ 5 ดาว อําเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดําเนินงานในแต่ละด้านปัญหา และอุปสรรคในการดําเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ผ่านการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว (ที่มีระดับคะแนนใกล้เคียง5 ดาว) ในเขตอําเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่และเพื่อเป็ นแนวทางในการถ่ายทอดการสร้างแผนธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจํานวน 13 ราย ผลของการวิจัยพบว่า ทุกธุรกิจมีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีการคัดเลือกสมาชิกเป็นคนในพื้นที่และมีประสบการณ์มีการถ่ายทอดความรู้แบบไม่เป็ นทางการ มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อเป็นเงินสดและเงินเชื่อใช้แหล่งวัตถุดิบในท้องถิÉนและต่างถิ่นมีการตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงานทุกธุรกิจมีการทํางบดุล งบกําไรขาดทุน งบกําไรสะสมและบัญชีครัวเรือน ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ลูกค้ารอง คือ ผู้บริโภคในพื้นที่ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน มีช่องทางการจําหน่ายตั้งแต่ 1-10 ช่องทางและทุกธุรกิจใช้การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน ชุลีพร มาสเนตร, อนิวัช แก้วจำนงค์, อรจันทร์ ศิริโชติ(2555) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาสการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส โดยคัดเลือกเฉพาะพื้นที่ที่มีการผลิตอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านได้แก่ ผู้ผลิตใน 4 ตำบล คือ ตำบลบางนาค ตำบลโคกเคียน ตำบลกะลุวอ และตำบลกะลุวอเหนือ จำนวน 123 ราย โดยการเปิดตารางของเครจซี่และมอร์แกน ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส” ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีรายได้สุทธิระหว่าง 10,000-20,000 บาท ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยพื้นฐานแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านด้านแรงงานส่วนใหญ่เห็นว่า จำนวนแรงงานที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 6-10 คน ต่อหนึ่งรายธุรกิจ และใช้แรงงานภายในครอบครัว ด้านเงินทุนที่ใช้ในระยะเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจ จำนวน 30,001-40,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนที่ใช้เป็นเงินทุนสะสมภายในครอบครัวซึ่งใช้ระยะเวลาของการคืนทุนระหว่าง 1-3 ปีด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตต้องแสวงหาด้วยตนเองจากภายในท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมืออุปกรณ์ขึ้นใช้เองในกิจการ