



รายงานฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย
Guidelines for Marketing Development of OTOP Products toward
Tourism Industry in Chiang Rai Province

โดย นางสาวอรรวรรณ จำปทุม และคณะ

กุมภาพันธ์ 2550

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย
Guidelines for Marketing Development of OTOP Products toward
Tourism Industry in Chiang Rai Province

คณะผู้วิจัย

1. นางสาวอรรรณ จำปุตม์
2. นายอัศวพล นิยมลรัตน์

สังกัด

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและการจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนกลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากหัวหน้าส่วน
บริการงานวิจัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง คุณอุทัย หอมนาน สำนักงานพัฒนาชุมชนจ.เชียงราย
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอ.แม่สาย อ.พาน และอ.เวียงชัย ผู้ซึ่งกรุณาให้
ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ
เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือให้งานวิจัยนี้
สำเร็จด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ที่เป็นกำลังใจและช่วยสนับสนุนในทุกๆด้าน

สุดท้ายนี้ หากมีข้อบกพร่องหรือความผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอภัยเป็นอย่างสูงใน
ข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้คงมีประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

นางสาวอรรรณ จำพุฒ และคณะ

กุมภาพันธ์ 2550

บทสรุปผู้บริหาร

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงในฐานะสถาบันการศึกษาระดับสูงในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีภารกิจในการให้ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิจัย และการให้คำปรึกษาแนะนำด้านวิชาการแก่ประชาชนท้องถิ่น และภูมิภาค เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาระดับความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่อง มั่นคง ยั่งยืน และสนับสนุนสังคมไทยให้สามารถเป็นสังคมแห่งฐานความรู้ (Knowledge Based Society) จึงเห็นควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย เป็นการสร้างพัฒนาการที่ยั่งยืนและเป็นศูนย์กลางการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยคือ ผู้ใช้งานวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยการถอดบทเรียนและกำหนดเป็นแนวปฏิบัติการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายรวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการฝึกอบรมด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ

การวิจัยนี้มีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

- (1) ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยเครื่องมือการเก็บข้อมูลซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
- (2) ข้อมูลทุติยภูมิ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

การวิจัยนี้ได้ผลการวิจัยตามคำถามการวิจัย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีอะไรบ้าง
- จากการวิจัย ได้เลือกตัวอย่างจาก 3 อำเภอ ซึ่งประกอบด้วยอำเภอแม่สาย พานและเวียงชัย ทั้งหมดจำนวน 119 กลุ่ม มีผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมดจำนวน 221 ผลิตภัณฑ์ โดยแยกออกเป็น

ผลิตภัณฑ์ของอำเภอแม่สายมาจาก 23 กลุ่ม จำนวน 72 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของอำเภอพานมาจาก 81 กลุ่ม จำนวน 111 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ของอำเภอเวียงชัยมาจาก 15 กลุ่ม จำนวน 38 ผลิตภัณฑ์ แต่ละผลิตภัณฑ์มีระดับดาวแตกต่างกันออกไป

2. รูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงรายเป็นอย่างไร

วิธีการกำหนดราคาสินค้าผู้ขายส่วนมากได้กำหนดราคาสินค้าตามต้นทุน

การกำหนดระดับราคาสินค้าผู้ขายส่วนมากกำหนดราคาสินค้าต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่ม สินค้าเดียวกัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย เป็นอย่างไรบ้าง

วิธีการขายผลิตภัณฑ์ มีการขายปลีกและขายส่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

พื้นที่ในการจัดจำหน่าย ส่วนมากเป็นการจำหน่ายในร้านค้าชุมชน

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนมากเป็นการจำหน่ายจากกลุ่ม(ผู้จำหน่าย)ผู้ซื้อหรือ ผู้บริโภค

วิธีการจำหน่ายสินค้าได้จำหน่ายที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชนและร่วมงานการแสดงสินค้า ของชุมชนที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้นอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

4. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงรายเป็นอย่างไร

การขายส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการตลาด

วิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนมากเป็นการขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชนและการ ร่วมงานแสดงสินค้า

5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างไร

5.1 ผู้ซื้อคนไทย

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อคนไทยพอใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางขึ้นไป

ในด้านราคา ผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP มีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับปานกลาง

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อคนไทยหาซื้อสินค้าได้ง่าย เนื่องจาก จ.เชียงราย ยังขาดศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อคนไทยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP จากป้ายเชิญชวนร่วมงานที่ทางจังหวัดได้แขวนไว้เป็นจุดๆ ขยายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก๊สอิมมัลชัน การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน การร่วมงานแสดงสินค้า

5.2 ผู้ซื้อชาวต่างชาติ

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อโดยรวม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านราคา ส่วนใหญ่คิดว่าเป็นราคาที่ยุติธรรม

ความพอใจเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ OTOP กับราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการเพิ่มปริมาณมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

แนวโน้มที่จะมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP อีก ผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับที่มาก

ผู้ซื้อชาวต่างชาติมีความคาดหวังในด้านคุณภาพ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับที่มากที่สุด และลักษณะผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในด้านราคาผู้ซื้อชาวต่างชาติคาดหวังที่จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในราคาที่ยุติธรรม ในด้านช่องทางการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อชาวต่างชาติต้องการให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่สะดวกต่อผู้ซื้อ ส่วนทางด้านส่งเสริมการตลาดนั้นผู้ซื้อชาวต่างชาติคิดว่าควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก

แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ในการหาแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายนั้น ได้รับข้อเสนอแนะที่สำคัญจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

1. ด้านสินค้า

- ควรมีการออกแบบสินค้าให้เหมาะสม มีดีไซน์ ทันสมัย โดดเด่น ใช้งานได้
- ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม หอบหิ้วได้
- ควรมีตราสัญลักษณ์กลุ่มที่สวยงาม
- ควรจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ผ่านตามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)
- ในด้านผลิตภัณฑ์ควรเน้นภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด
- การบริการนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ควรอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ
- ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นควรจะเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยว โดยการทำให้ นักท่องเที่ยวได้เห็นแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้นจะเห็นว่าจะต้องกำหนดแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ โดยการนี้จะต้องเชื่อมโยงกับหลายๆส่วน เช่น บริษัทนำเที่ยว ควรจะกำหนดแหล่งท่องเที่ยวนี้ให้อยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การพานักท่องเที่ยวไปชิมชาที่แหล่งผลิตชา

2. ด้านราคา

- ควรเพิ่มมูลค่าให้สินค้า เพื่อให้ขายได้ราคาสูงขึ้น
- ควรมีช่วงลดราคา หรือส่งเสริมการขาย หรือหากไปซื้อถึงสถานที่ผลิต อาจได้ราคาถูกพิเศษกว่าซื้อหน้าร้าน เพื่อกระตุ้นให้มีการกระจายการเดินทางไปถึงพื้นที่ผลิตสินค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่าย OTOP ของเชียงรายในตัวเมืองเชียงราย
- ควรร่วมมือกับหน่วยงานทั้งรัฐและเอกชนในพื้นที่ ในการใช้สินค้า OTOP เชียงรายเป็นของฝาก ของแถม ของที่ระลึกของแต่ละหน่วยงาน
- อาจตั้งร้านจำหน่าย OTOP เชียงรายที่สนามบิน และสถานีขนส่ง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ควรมีช่องทางประชาสัมพันธ์หลายๆ ช่องทางและเป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรงหรือโดยเฉพาะกลุ่ม

- ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

- ควรจัดให้มีการเผยแพร่/ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในต่างจังหวัด/ภูมิภาค/ต่างประเทศ ในลักษณะ Road Show พร้อมๆกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัด

5. ด้านผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ภาครัฐควรดำเนินการจัดเทศกาลการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสหมุนเวียนของเงินที่จับจ่ายในการซื้อสินค้าภายในจังหวัด

- ภาครัฐควรเป็นหน่วยหลักในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ OTOP กับการท่องเที่ยว

- ผู้ประกอบการควรกล้าที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตน

- ในเรื่องปัญหาด้านขาดแคลนเงินทุน ผู้ประกอบการจะต้องมีวิธีการบริหารการเงินที่ดี

- ควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรการจำหน่ายสินค้าทั้งระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG4800017

ชื่อโครงการ : แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : อรวรรณ จำปทุมและอัศวพล นิยมลรัตน์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

E-mail Address : orawan_khuna@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 - 30 มิถุนายน 2549

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาด
ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยคือ ผู้ใช้งานวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
โดยการถอดบทเรียนและกำหนดเป็นแนวปฏิบัติการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายรวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการ
ฝึกอบรมด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามและการ
สัมภาษณ์เชิงลึกโดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ได้แก่
ผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 415 คน นักท่องเที่ยวไทยจำนวน 50 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
จำนวน 50 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1. ผลิตภัณฑ์(OTOP)ในจังหวัดเชียงรายมีจำนวนทั้งหมด 811 ผลิตภัณฑ์
2. วิธีการกำหนดราคาสินค้า ผู้ขายส่วนมากได้กำหนดราคาสินค้าตามต้นทุน 3. พื้นที่ในการจัด
จำหน่ายส่วนมากเป็นการจำหน่ายในร้านค้าชุมชน 4. วิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนมากเป็นการขาย
โดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชนและการร่วมงานแสดงสินค้า 5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบ
ปัญหาด้านการขาดแคลนเงินทุนและด้านการจัดจำหน่าย 6. ผู้ซื้อชาวไทยและผู้ซื้อชาวต่างชาติ
ส่วนมากพอใจในผลิตภัณฑ์ OTOP มีปัญหาเพียงแค่การหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ได้ยากเท่านั้น

คำหลัก : การพัฒนาการตลาด, ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG48O0017

Project Title : Guidelines for Marketing Development of OTOP Products toward Tourism Industry in Chiang Rai Province

Investigators : Jamphut O. and Nimmolrat A.
Mae Fah Luang University

E-mail Address : orawan_khuna@hotmail.com

Project Duration : 1 July 2005 - 30 June 2006

This study aims to seek out the guidelines in developing the marketing for OTOP Products toward tourism industry in Chiang Rai Province.

This study indicates a qualitative study, using questionnaires, in-depth interview on the basis of stratified random sampling method in collecting data. The samplings of this study are composed of 100 Key informants and 415 entrepreneurs. The descriptive analysis is used as an analytical tool in this study.

Research findings are summarized as follows: 1. There are totally 811 OTOP Products are being traded in Chiang Rai Province, 2. The determination of pricing is based on the net cost of each OTOP product, 3. Places for distribution OTOP products are the community shops, 4. The promotion is done by personal selling or the members in the community and participating in the trade shows, 5. The problems for most entrepreneurs indicate the use of insufficient capital and the products distribution, and 6. Both Thais and foreign buyers satisfied with the OTOP products, but they found the difficulty in finding the place to purchase the OTOP products.

This research is beneficial to the end user in two aspects as follows: 1. The finding of this research can be applied for the academic lessons and determine as for developing the marketing of OTOP products toward tourism industry in Chiang Rai Province. 2. It

contribute to conduct a marketing training to the entrepreneurs and transmit the technology of manufacturing the OTOP products.

Keyword: Marketing Development, OTOP Products, Tourism Industry

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ช
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ซ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.3 คำถามการวิจัย	3
1.4 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	4
1.6 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	4
1.7 กรอบแนวความคิด	5
1.8 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	11
2.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	22
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	46
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	46
3.2 แผนงานของโครงการ	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	50
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.2 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	93

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	97
5.1 สรุปผลการวิจัย	97
5.2 แนวทางการพัฒนาการตลาดแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย	103
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	109
ประวัติผู้วิจัย	160

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP	10
4.1 แสดงผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	50
4.2 แสดงรูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ	67
4.3 แสดงสถานะของกลุ่ม	68
4.4 แสดงระยะเวลาเปิดดำเนินการ	68
4.5 แสดงจำนวนสมาชิก	69
4.6 แสดงแหล่งเงินทุน	70
4.7 แสดงตราয়ี่ห้อสินค้า	70
4.8 แสดงรูปแบบสินค้า	71
4.9 แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์	71
4.10 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์	72
4.11 แสดงคุณภาพสินค้า	72
4.12 แสดงการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	73
4.13 แสดงผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับ	73
4.14 แสดงการขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	74
4.15 แสดงวิธีการกำหนดราคาสินค้า	74
4.16 แสดงการกำหนดระดับราคาสินค้า	75
4.17 แสดงวิธีการจำหน่ายสินค้า	75
4.18 แสดงวิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า	76
4.19 แสดงปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า	76
4.20 แสดงความเหมาะสมทางด้านราคา	77
4.21 แสดงวิธีการขายผลิตภัณฑ์	77
4.22 แสดงพื้นที่ในการจัดจำหน่าย	78
4.23 แสดงลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย	78
4.24 แสดงวิธีการจำหน่ายสินค้า	79

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.25 แสดงความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	79
4.26 แสดงวิธีการหาลูกค้า	80
4.27 แสดงวิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	80
4.28 แสดงกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่ม	81
4.29 แสดงปัญหาด้านการขาดความรู้ความสามารถในการหาตลาด	81
4.30 แสดงปัญหาด้านการขาดสถานที่การจัดจำหน่าย	82
4.31 แสดงปัญหาด้านการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด	82
4.32 แสดงปัญหาด้านการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด	83
4.33 แสดงการส่งเสริมการตลาด	83
4.34 แสดงวิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	84
4.35 แสดงวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	84
4.36 แสดงการรับประกันหรือรับประกันสินค้า	85
4.37 แสดงความเหมาะสมของการส่งเสริมการขาย	85

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวความคิด	5
2.1 การดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	17
2.2 กลไกการบริหารผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	18

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

รัฐบาล ภายใต้การนำของ ฯพณฯ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้กำหนดนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน รัฐบาลได้จัดกลไกการบริหารงาน กระบวนการและโครงสร้างการดำเนินงานตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ทั้งในระดับ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพการย้ายถิ่นจากชนบทไปสู่เมืองใหญ่ หนึ่งในกิจกรรมหลักของโครงการนี้ คือ ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่รัฐบาลตั้งการสร้างรายได้ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระดับฐานรากซึ่งจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ รวมทั้งการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างแพร่หลาย การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) เป็นแนวคิดของ ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ประธานกรรมการอำนวยการผลิต หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอน.ตผ.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับฐานรากได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน เพื่อสามารถส่งออกได้ โดยจะคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาคและประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links-Global Reaches)

จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมาตามนโยบายของรัฐบาล จนถึงปัจจุบัน

ปี 2545 ยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำรายได้เข้าสู่เชียงรายถึง 878,356,763 บาท

ปี 2546 ถึงเดือนสิงหาคม 2546 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำรายได้เข้าสู่เชียงรายถึง 813,236,203 บาท

จากผลการสำรวจข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน จปฐ. ปี 2546 สามารถเพิ่มรายได้แก่ครัวเรือนจากข้อมูล ปี 2545 ครัวเรือนมีรายได้ต่อคนต่อปี 14,653 บาท ปี 2546 ครัวเรือนมีรายได้ต่อคนต่อปี เป็นเงิน 18,176 บาท มีรายได้เพิ่มคนละ 3,523 บาท ต่ำกว่าเกณฑ์รายได้ 20,000 บาท เป็นเงิน 1,824 บาท

จากการวิเคราะห์จุดอ่อนของจังหวัดเชียงรายพบว่า จุดอ่อนที่สำคัญมีหลายประการ เช่น ประชาชนมีฐานะยากจน ปัญหาทางสังคม เช่น ยาเสพติด แรงงานไม่มีคุณภาพ ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและจริงจัง การจัดการด้านการตลาด การผลิตและรูปสินค้าเกษตรไม่มีประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศยังไม่ทั่วถึงและไม่มีประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะถนนและสะพานตามเส้นทางหลักที่เชื่อมกับ ลาว พม่า และจีนตอนใต้ ยังไม่สะดวกในการในการขนส่งสินค้า

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงในฐานะสถาบันการศึกษาระดับสูงในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีภารกิจในการให้ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิจัย และการให้คำปรึกษาแนะนำด้านวิชาการแก่ประชาชน ท้องถิ่น และภูมิภาค เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาระดับความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่อง มั่นคง ยั่งยืน และสนับสนุนสังคมไทยให้สามารถเป็นสังคมแห่งฐานความรู้ (Knowledge Based Society) จึงเห็นควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นศูนย์กลางการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง พร้อมไปกับการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายสารสนเทศให้กับชุมชน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสและเพิ่มศักยภาพในการประกอบกิจการของชุมชนอย่างเข้มแข็งยั่งยืน สอดคล้องกับเจตนารมณ์และนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจะสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 ผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีอะไรบ้าง

1.3.2 รูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

1.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไรบ้าง

1.3.4 การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

1.3.5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างไร

1.4 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ(Outputs)

1.4.1 ผลการวิจัยในช่วง 6 เดือนที่ 1

- (1) บทสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสมบูรณ์
- (2) ได้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในจังหวัดเชียงราย
- (3) ทราบรูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปัจจุบัน
- (4) ทราบถึงช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปัจจุบัน
- (5) ทราบถึงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปัจจุบัน
- (6) ทราบลักษณะของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต้องการในปัจจุบัน

1.4.2 ผลการวิจัยในช่วง 6 เดือนที่ 2 (ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นเป็นรูปธรรม)

- (1) ได้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในจังหวัดเชียงราย

- (2) ทราบรูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
- (3) ทราบถึงช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
- (4) ทราบถึงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
- (5) ทราบลักษณะของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต้องการ
- (6) ได้รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาในทุกส่วนของงานวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ(Outcomes)

เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และจังหวัดเชียงราย เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายต่อไป

1.6 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- (1) ผู้ใช้งานวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยการถอดบทเรียนและกำหนดเป็นแนวปฏิบัติการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย
- (2) การถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการฝึกอบรมด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ

1.7 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.8 นิยามศัพท์

การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า บริการหรือความคิด เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายขององค์การ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ ที่ตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่ภาคเหนือของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ 785 ก.ม. มีเนื้อที่ประมาณ 11, 678,369 ตร.ก.ม. หรือประมาณ 7, 298,981 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่

การปกครองแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 124 ตำบล 1,655 หมู่บ้าน 1 เทศบาลเมือง 24 เทศบาลตำบล 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 120 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 สภาตำบล ราชการส่วนภูมิภาค 27 หน่วยงาน ราชการส่วนกลาง 62 หน่วยงาน

ประชากรรวม 1, 273,445 คน แยกเป็นชาย 634,454 คน แยกเป็นหญิง 635,991 คน (ณ เดือนมิถุนายน 2546)

สภาพทางเศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2543 พบว่า ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว/ปี 30, 710 บาท เป็นลำดับที่ 13 ของภาคเหนือ เป็นอันดับที่ 56 ของประเทศ มีผลิตภัณฑ์รวม 34,303 ล้านบาท อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจปี 2537-2543 ร้อยละ 2 โครงการเศรษฐกิจประกอบด้วย

ภาคบริการ	ร้อยละ 20.29 %
ภาคอุตสาหกรรม	ร้อยละ 4.89 %
การค้าส่งและค้าปลีก	ร้อยละ 20.79 %
การเกษตร	ร้อยละ 21.29 %

สถานศึกษา ระดับประถม 680 แห่ง ระดับมัธยม 414 แห่ง ระดับอาชีวศึกษา 7 แห่ง ระดับอุดมศึกษา 3 แห่ง มีอาจารย์/ครู 9, 754 คน นักศึกษา/นักเรียน 265,833 คน

จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่ทั้งหมด 7, 298,981 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าไม้ (ที่มีสภาพเป็นป่า) 2,386,875 ไร่ พื้นที่เพื่อการเกษตร 2,245,446 ไร่ ที่เหลือเป็นพื้นที่ไม่ได้จำแนก 2,666,660 ไร่ (ข้อมูล ปี พ.ศ. 2544)

การวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

(คณะกรรมการบริหารราชการจังหวัดแบบบูรณาการ จังหวัดเชียงราย:2548)

จุดแข็ง (Strengths)

1. ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เหมาะแก่การเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน(GMS) (สปป.ลาว สหภาพพม่าและจีนตอนใต้)
2. พื้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ ขิง มันสำปะหลัง ชา ลิ้นจี่ ลำไย และสับปะรด
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและมีชื่อเสียง
4. มีศิลปวัฒนธรรม และประเพณีความคล้ายคลึงกับลาว พม่า และจีนตอนใต้
5. มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ประเพณี ภาษา ศิลปกรรม และโบราณสถาน
6. มีภูมิปัญญาท้องถิ่น มีศิลปิน/ สล่าที่มีชื่อเสียง

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ประชาชนมีฐานะยากจน (จำนวนครัวเรือนที่ตกเกณฑ์ความยากจนรวม 117, 896 ครัวเรือน คิดเป็น 62% จากครัวเรือนทั้งหมด 190,515 ครัวเรือน)
2. ปัญหาทางสังคม ได้แก่ ยาเสพติด โรคเอดส์ แรงงานต่างด้าว และความมั่นคงตามแนวชายแดน
3. แรงงานไม่มีคุณภาพ ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและจริงจัง
4. การจัดการด้านการตลาด การผลิต และรูปสินค้าเกษตรไม่มีประสิทธิภาพ
5. ระบบสารสนเทศยังไม่ทั่วถึงและไม่มีประสิทธิภาพ
6. โครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะถนน และสะพานตามเส้นทางหลักที่เชื่อมกับ ลาว พม่า และจีนตอนใต้ ยังไม่สะดวกในการในการขนส่งสินค้า

โอกาส (Opportunities)

1. มีความตกลงว่าด้วยเดินเรื่องพหุขัยในแม่น้ำล้านช้าง- แม่น้ำโขง ระหว่างไทย-จีน-พม่า-ลาว

2. นโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ได้แก่ พัฒนาการเกษตรเพื่อการส่งออก (ครัวของโลก) สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs การกระจายอำนาจในท้องถิ่น การปราบปรามยาเสพติด และผู้มีอิทธิพล การเปิด FTA กับต่างประเทศ

3. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

4. ความร่วมมือนโยบายการค้าและการลงทุนของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

อุปสรรค (Threats)

1. กฎระเบียบ มาตรการแลกเปลี่ยนและการเคลื่อนย้ายสินค้าของประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. ปัญหาความมั่นคงตามแนวชายแดน นโยบายของประเทศเพื่อนบ้านไม่แน่นอนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ภายใต้ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานราก ให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน มีเสถียรภาพตลอดทั้งการแก้ไขปัญหาความยากจน ด้วยการบริหารจัดการที่ดี ในสังคมไทยทุกระดับ ประกอบกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ในเรื่องการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุน สร้างอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนพร้อมทั้งรัฐบาล จัดให้มีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า และรัฐบาลสนับสนุนด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหาร การเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 1.1

ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์

ตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงราย ปี 2546

ที่	อำเภอ/กิ่งอำเภอ	เป้าหมายปี 2546 ของอำเภอ/ จังหวัด	ผลการจำหน่าย ต.ค.45 - ก.ค. 46	ผลการจำหน่าย เดือน ส.ค. 46	รวมผลการ จำหน่าย ต.ค.45 - ส.ค.46	คงเหลือต่ำกว่า เป้าหมาย +เกินเป้า / -ต่ำกว่าเป้า
1	เมืองเชียงราย	255,000,000	186,163,143	35,360,700	221,523,843	-33,476,157
2	เชียงของ	45,000,000	41,380,383	276,000	41,656,383	-3,343,617
3	เวียงป่าเป้า	30,000,000	24,318,900	2,100,000	26,418,900	-3,581,100
4	เทิง	15,000,000	22,436,980	2,249,190	24,686,170	9,686,170
5	ป่าแดด	20,000,000	1,479,141	179,647	1,658,788	-18,341,212
6	พาน	150,000,000	162,887,830	25,879,500	188,767,330	38,767,330
7	เวียงชัย	30,000,000	7,770,779	3,272,606	11,043,385	-18,956,615
8	แม่จัน	25,000,000	41,268,225	13,902,250	55,170,475	30,170,475
9	เชียงแสน	40,000,000	52,037,011	1,345,935	53,382,946	13,382,946
10	แม่สาย	190,000,000	78,014,650	6,186,360	84,201,010	-105,798,990
11	แม่สรวย	35,000,000	12,146,229	2,341,900	14,488,129	-20,511,871
12	พญาเม็งราย	12,000,000	11,108,385	996,300	12,104,685	104,685
13	เวียงแก่น	25,000,000	17,970,034	1,283,600	19,253,634	-5,746,366
14	ขุนตาล	8,000,000	1,519,944	5,989,890	7,509,834	-490,166
15	แม่ฟ้าหลวง	5,000,000	9,763,370	1,507,200	11,270,570	6,270,570
16	แม่ลาว	5,000,000	22,791,025	9,050,810	31,841,835	26,841,835
17	กิ่ง อ. เวียงเชียงรุ้ง	3,500,000	7,068,900	662,552	7,731,452	4,231,452
18	กิ่ง อ. ดอยหลวง	1,500,000	492,074	61,760	553,834	-946,166
	รวม	895,000,000	700,617,003	112,646,200	813,263,203	-81,736,797

จากตารางประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงราย ปี 2546 ข้างต้น จะเห็นว่า ผลการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมทั้งหมดต่ำกว่าเป้าหมายของจังหวัดที่ได้ตั้งไว้

2.1 แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

2.1.1 แนวคิด หลักการและนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนา ศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนแต่ละพื้นที่ ที่ตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการ บริการ ดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกัน แพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

หลักการ

มีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์

นโยบาย

รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา ว่ารัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ แต่ละชุมชน ได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้า ช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้ง ในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย และอินเทอร์เน็ต

นโยบายตามระเบียบสำนักรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้มีนโยบายในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุน กระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร และภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้ง ในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

โดยสรุปนโยบายของรัฐบาล ในการดำเนินการตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ แถลงต่อหน้า รัฐสภา และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

2. สร้างความเข้มแข็งต่อชุมชน ให้สามารถคิด ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

คำอธิบายเกณฑ์การคัดสรรสินค้าสุดยอด ระดับจังหวัด/ภาค

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) โดย ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ประธานคณะกรรมการฯ ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสินค้า OTOP Product Champion (OPC) โดยคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาคและประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้า จากระดับภูมิภาคสู่สากล

กรอบในการคัดสรรสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศคือ

1. สามารถส่งออกได้ โดยมีความแกร่งของตัวสินค้า
2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม
3. ความมีมาตรฐาน โดยมีความคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้าที่คัดสรร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตผลทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูป ที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก พริกแห้ง เป็นต้น
2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้นและไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่มผลิตภัณฑ์ประเภทชา ละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชิงผงสำเร็จรูป ชาใบหม่อน เป็นต้น
3. ประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับ ตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ รองเท้า ต่างหู เป็นต้น

4. ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น

5. ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภคและรักษาโรค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการดำเนินการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย (OTOP Product Champion) ในครั้งนี้ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนรากฐาน ได้มีโอกาสเข้ามาสู่การคัดสรรในเวทีระดับประเทศ ตามหลักเกณฑ์การคัดสรรที่ใช้กับกลุ่มผู้ซื้อ ในการส่งออกต่างประเทศต่อไป เป็นการเชื่อมโยงมาตรฐานจากระดับภูมิภาคสู่สากลที่เป็นรูปธรรม

คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เป็น 1 ใน 8 คณะอนุกรรมการส่วนกลางที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) มีมติในการประชุมครั้งที่ 1/2544 เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2544 กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้า และกลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่ และบริการ ซึ่ง กอ.นตผ. ได้มีมติเห็นชอบแล้ว เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2544

กลุ่มสินค้าประกอบด้วย

1. สินค้าที่เป็นอาหาร ได้แก่

1.1 ผลิตทางเกษตร หมายถึง ผลผลิตทางเกษตรที่นำมาบริโภคโดยไม่ผ่านกระบวนการแปรรูป

1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้ในการบริโภค

2. สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน รวมทั้งการแปรรูปอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการบริโภค

กลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่ และบริการประกอบด้วย

1. ศิลปวัฒนธรรม หมายถึง รายการที่ใช้ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน และงานเทศกาลต่างๆ

2. สถานที่แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สภาพแวดล้อม
โบราณสถาน

3. บริการ หมายถึง บริการที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่ง
ก่อให้เกิดผลตามความต้องการผู้รับบริการ

หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่จะกล่าว
ต่อไปนี้ ใช้ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เฉพาะ กลุ่มสินค้าที่ผลิตในชุมชนเท่านั้น ซึ่งชุมชนในที่นี้จะ
นิยามในความหมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่จดทะเบียน
อย่างเป็นทางการ หรือที่ไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มเองโดยธรรมชาติ ได้แก่ ชมรม
สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ เป็นต้น

3. การจัดระดับสินค้า

การคัดสรรผลิตภัณฑ์ OPC แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับอำเภอ / กิ่งอำเภอ
2. ระดับจังหวัด
3. ระดับภาค

การคัดสรรสินค้า OTOP Product Champion ประกอบด้วย ปัจจัยต่างๆ ทั้งในด้าน
หลักเกณฑ์ทั่วไป ทั้ง 5 ด้าน และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 5 ระดับ

- (1) ระดับ 5 ดาว ***** ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป
- (2) ระดับ 4 ดาว **** ได้คะแนนตั้งแต่ 70-89 คะแนน
- (3) ระดับ 3 ดาว *** ได้คะแนนตั้งแต่ 50-69 คะแนน
- (4) ระดับ 2 ดาว ** ได้คะแนนตั้งแต่ 30-49 คะแนน
- (5) ระดับ 1 ดาว * ได้คะแนนตั้งแต่ 30 คะแนน

ผลการคัดสรรในระดับจังหวัด / ภาค โดยคณะกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
จังหวัด / อำเภอ (นตผ. จังหวัด/อำเภอ) ซึ่งใช้เกณฑ์ในการคัดสรรพิจารณาถึงความสามารถในการ
ผลิตนี้ จะส่งผลให้คณะกรรมการประกวดและจัดงานในระดับประเทศจัดประกวดเพื่อคัดสรร
สุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยโดยใช้เกณฑ์การคัดสรรพิจารณาถึงความต้องการของ
ตลาดเป็นหลัก

การจัดระดับสินค้า โดยพิจารณาถึงความต้องการของตลาด แบ่งออกเป็น 4 ระดับ

- (1) ระดับ A เป็นสินค้าที่สามารถส่งออกได้ทันที

(2) ระดับ B เป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูง เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้ โดยภาครัฐให้การสนับสนุน

(3) ระดับ C เป็นสินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ B ได้ โดยปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน/ข้อจำกัดต่างๆ ของสินค้า โดยภาครัฐให้การสนับสนุน

(4) ระดับ D เป็นสินค้าที่มีศักยภาพต่ำ มีแนวทางการพัฒนา 2 แนวทางคือ

- D1 เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ C โดยภาครัฐให้การสนับสนุนและมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

- D2 เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ C ได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและยากต่อการพัฒนา ภาครัฐอาจยกเลิกการส่งเสริมสินค้านั้น

ขั้นตอนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OPC ระดับ อำเภอ / กิ่งอำเภอ

ขั้นที่ 1 ผู้ว่าราชการจังหวัด แต่งตั้งคณะกรรมการคัดสรร OPC ระดับอำเภอ

ขั้นที่ 2 คณะทำงานคัดสรรดำเนินการคัดสรรฯ ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์และเกณฑ์ที่กำหนด

โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรร

ขั้นที่ 3 ส่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรให้จังหวัด

ขั้นตอนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OPC ระดับ จังหวัด

ขั้นที่ 1 ผู้ว่าราชการจังหวัด แต่งตั้งคณะกรรมการคัดสรร OPC ระดับจังหวัด

ขั้นที่ 2 ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งทีมปฏิบัติงานคัดสรร ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 6

ประเภท

ขั้นที่ 3 ทีมปฏิบัติงานคัดสรรฯ ดำเนินการคัดสรรตามเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นที่ 4 คณะทำงานคัดสรร OPC ระดับจังหวัด ตรวจสอบ กลั่นกรอง และให้ความเห็นชอบ

ขั้นที่ 5 จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรร

ขั้นที่ 6 ส่งผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรให้ระดับภาค

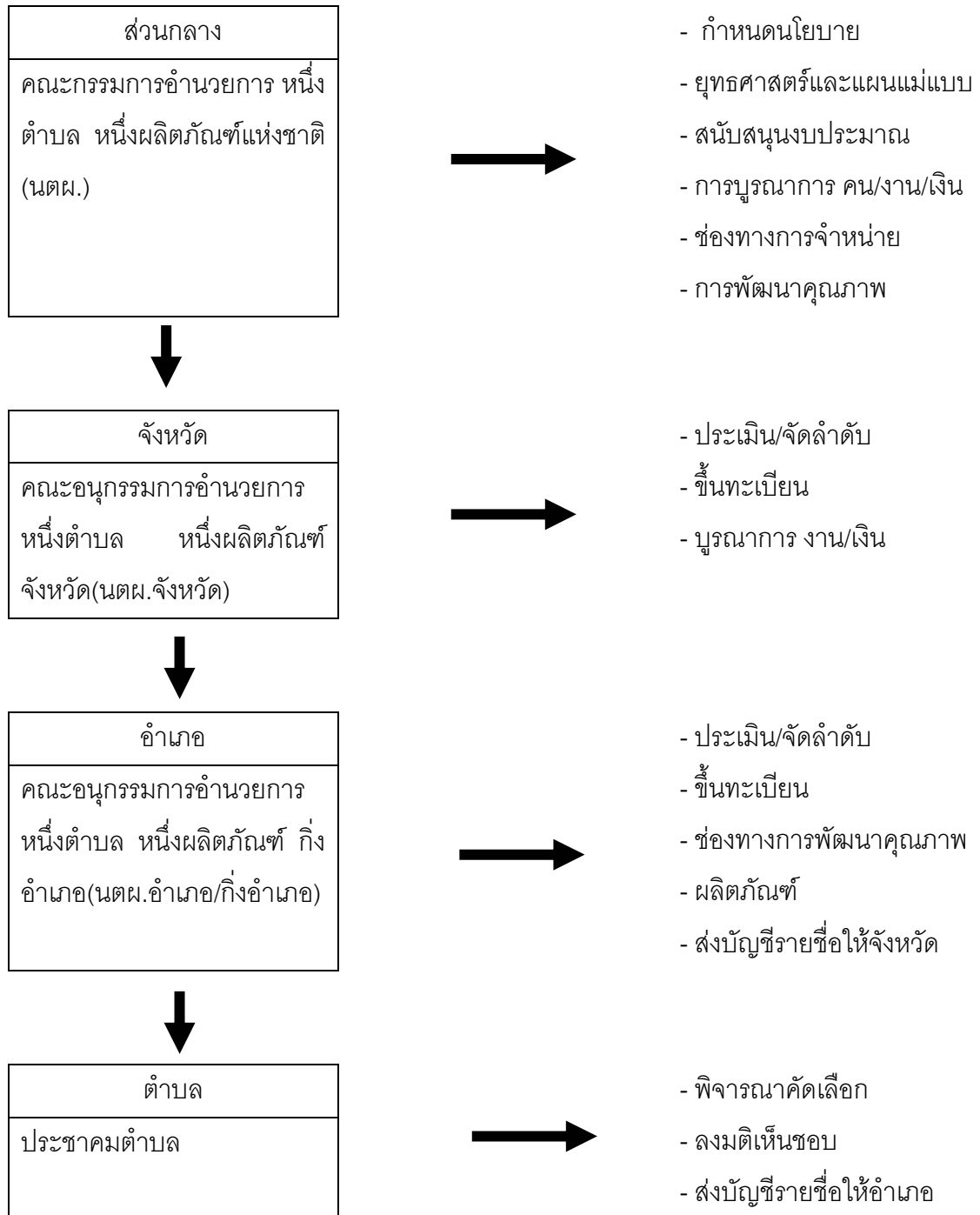
ขั้นตอนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OPC ระดับ ภาค

ขั้นที่ 1 คณะกรรมการที่คัดสรร OPC ระดับจังหวัด และภาคที่มีปลัดกระทรวงมหาดไทยเป็นประธานแต่งตั้งคณะทำงานคัดสรร OPC ระดับภาค

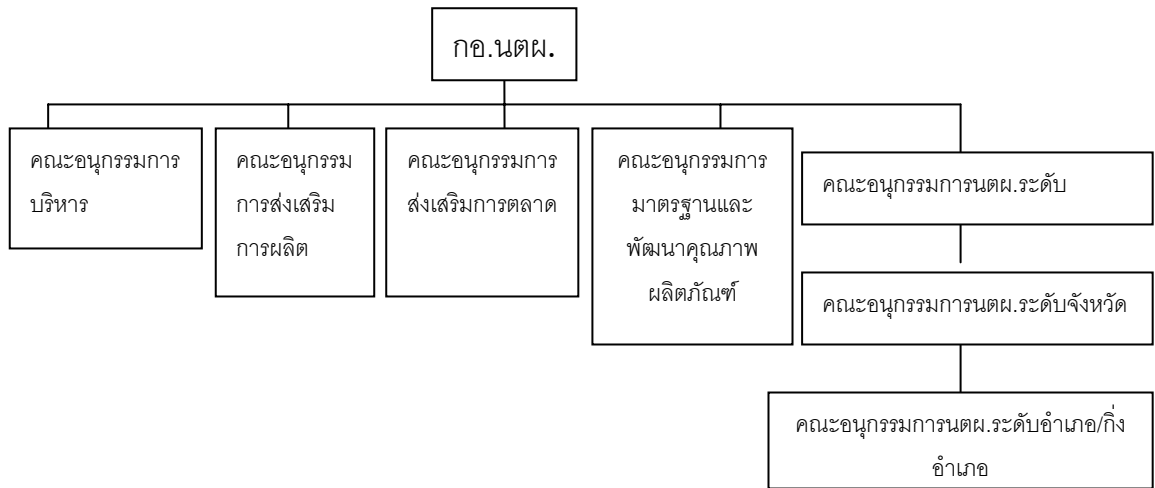
ขั้นที่ 2 คณะกรรมการที่คัดสรร OPC ระดับภาค จังหวัดแต่งตั้งทีมปฏิบัติงานคัดสรร ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กลุ่ม

- ขั้นที่ 3 ทีมปฏิบัติงานคัดสรรฯ แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ดำเนินการคัดสรรตามเกณฑ์ที่กำหนด
- ขั้นที่ 4 คณะทำงานคัดสรร OPC ระดับจังหวัด ตรวจสอบ กลั่นกรอง และให้ความเห็นชอบ
- ขั้นที่ 5 จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรร
- ขั้นที่ 6 ส่งผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรให้คณะทำงานคัดสรรระดับจังหวัดและภาคเห็นชอบ
- ขั้นที่ 7 รายงานผลการคัดสรรเสนอคณะอำนวยการโครงการ OPC เพื่อโปรดทราบ
- ขั้นที่ 8 ส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรส่งให้คณะทำงานประกวด และจัดงานซึ่งมีอธิการบดีกรมส่งเสริมการส่งออกเป็นประธานเพื่อดำเนินการต่อไป

ภาพที่ 2.1 การดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.2 กลไกการบริหารผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 1 การเรียนรู้/ประชาสัมพันธ์โครงการ

1. ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน และเอกชน
2. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญา
3. แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน จังหวัด/อำเภอ ตำบล
4. กำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินการเน้นหลักการ “บูรณาการ” การทำงาน “พหุภาคี”

ขั้นที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์

1. คณะทำงานระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด ร่วมจัดประชาคมตำบลค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่น
2. คัดลอก/จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล

ขั้นที่ 3 การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

1. วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
 - ด้านการบริหารจัดการ
 - การแปรรูปผลิตภัณฑ์
 - การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ
 - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มอก.
2. สนับสนุนแหล่งเงินทุน
3. ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

4. วิจัยผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 4 การขยายตลาด(กระจายสินค้า)

1. วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ
2. วางแผนการขนส่ง จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อ E-Commerce
4. การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก
5. จัดประกวดผลิตภัณฑ์ มอบประกาศเกียรติคุณ
6. จัดมหกรรมสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
7. วิจัยตลาด

ขั้นที่ 5 การติดตาม/ประเมินผล

1. กำหนดเกณฑ์ชี้วัด และมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์
2. ติดตาม ประเมินผล โดยคณะกรรมการจังหวัด/อำเภอ
3. เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงาน

โอกาสและอุปสรรคของสินค้า OTOP ไทยในตลาดโลก

โอกาส

1. สินค้า OTOP ของไทย ของไทยมีศักยภาพสูงในการส่งออก
2. รัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังทั้งด้านการผลิตและการส่งออก
 - มาตรการส่งเสริมการลงทุน
 - มาตรการสนับสนุนการผลิต
 - มาตรการส่งเสริมการส่งออก
3. การจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของไทยกับประเทศต่างๆ
4. การได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป(Generalized System of Preferences: GSP) จากประเทศคู่ค้าสำคัญ

อุปสรรค

1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่หลากหลายและไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ
2. สินค้า OTOP บางประเภท โดยเฉพาะสินค้าอาหาร ยังไม่ได้มาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด
3. ผู้ผลิตสินค้า OTOP ของไทยยังขาดทักษะและความชำนาญในการทำการตลาดต่างประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ E-commerce ในการประกอบธุรกิจยังอยู่ในวงจำกัด

2.1.2 การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหมายถึงการให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมารัดจากจังหวัดและ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ประกาศกำหนดไว้และจะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง

ผู้ที่ควรขอการรับรอง

- ผู้ผลิตในชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) หรือ
- กลุ่มหรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่นๆตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชนเช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มอาชีพก้าวหน้า กลุ่มธรรมชาติ เป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานการผลิตที่ดียิ่งขึ้น
2. ส่งเสริมด้านการตลาดโดยมีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนรับรอง
3. สนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เป็นที่แพร่หลายเป็นที่นิยมของผู้บริโภค
4. เป็นสิ่งยืนยันและถือเป็นหลักประกันด้านคุณภาพที่เพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผู้ซื้อทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ
5. ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน
6. เพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างรายได้แก่ผู้ผลิตชุมชนเสริมสร้างเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้มีความเข้มแข็งมีการพัฒนาแบบยั่งยืน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

"มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน" (มผช.) หมายถึงข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชนเป็นข้อกำหนดที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมาะสมกับสภาพการผลิตของชุมชน

แนวคิดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล
2. เกิดมาจากหลักการพึ่งตนเองและการคิดอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนการตัดสินใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
3. เป็นการผลักดันผลิตภัณฑ์ดีเด่นที่ผ่านการคัดเลือกจาก กอ.นตผ.แห่งชาติให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์

4. เป็นกาสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

ความเป็นมาของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการภายในประเทศมีอยู่หลายระดับ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ขนาดกลางขนาดเล็กหรือขนาดย่อมผู้ประกอบการบางระดับสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออก แต่ยังคงมีอีกมากที่ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมระดับพื้นบ้านหรือชุมชนซึ่งควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนายกระดับการผลิตให้เป็นที่ยอมรับกระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้มีการมอบหมายให้สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นเพื่อรองรับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนก่อนที่จะมีการพัฒนาปรับปรุงระดับคุณภาพให้เข้าสู่ระดับประเทศและระดับสากลต่อไปซึ่งโครงการนี้ก็สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ได้จัดตั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจะสนับสนุนในด้านการกำหนดมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคซึ่งเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงการผลิตจากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จุดประสงค์ของการกำหนดให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรอง
2. ส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิตระดับชุมชนในด้านเกณฑ์คุณภาพและการทำตลาดจนผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืนโดยยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปได้ตามมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

การดำเนินการของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.)

1. การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
จัดทำข้อกำหนดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยมีแนวทางปฏิบัติที่ไม่ซับซ้อนและสอดคล้องกับวิธีการผลิตของผู้ผลิตในชุมชนโดยเน้นให้เกิดการนำไปปฏิบัติได้โดยง่าย
2. การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน
สมอ. จะให้การรับรองด้วยการให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและเมื่อให้การรับรองและจะตรวจติดตามผลโดยการเก็บตัวอย่างมาทดสอบสำหรับค่าใช้จ่ายในการทดสอบตัวอย่างทางโครงการจะให้การสนับสนุนทั้งหมด

3. การพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน

กรณีมีปัญหาในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนตามมาตรฐาน สมอ.จะส่งผู้ชำนาญการเข้าไปให้ความรู้โดยการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำ ณ. สถานที่ที่ผลิต จนมีขีดความสามารถและมีความพร้อมในการขอการรับรอง

4. การส่งเสริมประชาสัมพันธ์

สมอ.จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและเกิดตระหนักในเรื่องมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆและสร้างแรงจูงใจยกย่องผลิตภัณฑ์ชาวบ้านที่ได้รับการรับรองทำให้ผู้บริโภคเกิดเกิดภาพลักษณ์ที่ดีว่าเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ได้มาตรฐาน เทียบเคียงผลิตภัณฑ์แบรนด์เนมทั้งหลาย

2.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

2.2.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด(Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย(Kotler. 2000 : 14) หรือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาด 4 ประการประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย(Place) (4) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Bovee,Houston and Thill. 1995 : G-8) หรือเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (McCarthy. 1991 :522)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ (Kotler. 2000 : 11) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการที่ไม่มีตัวตนก็ได้ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่างลักษณะ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และเป็นสินค้าลักษณะต่างๆ ที่สามารถสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ตลอดจนคุณสมบัติที่สามารถสนองความต้องการด้านสังคม ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาบางสิ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 1997: G-11)

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรม

ที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution หรือ Distribution Channel หรือ Marketing channel) หมายถึงกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ ซึ่งอาจมีหลายขั้นตอนและต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายบริษัท (Bovee, Houston and Thill. 1995: G-4) หรือเป็นองค์การที่เกี่ยวข้องกันซึ่งช่วยนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังผู้บริโภค ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือหน่วยธุรกิจ เพื่อการใช้หรือการบริโภค

ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิต (Producer) ไปยังผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial user) และใช้ช่องทางอ้อม (Indirect channel) จากผู้ผลิต (Producer) ผ่านคนกลาง (Middleman) ไปยังผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial user)

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Armstrong. 1996: G8) การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (Transportation) (2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) (3) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, Walker and Stanton. 1997 : G-12) การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยพนักงานขาย(Personal selling) และการขายโดยไม่มีพนักงานขาย(No personal selling) การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยเครื่องมือที่สำคัญคือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นทุกกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสารโดยใช้สื่อเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

(Etzel, Walker and Stanton. 1997: G-1) เช่น การโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

4.2 การขายโดยพนักงานขาย เป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้าโดยบุคคล(Stanton, Etzel and Walker. 1994: 665) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

4.3 การส่งเสริมการขาย(Sales Promotion) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าว (Etzel, Walker and Stanton. 1997: G-13) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือคนกลางในช่องทาง ตัวอย่าง การส่งเสริมการขายที่เป็นการกระตุ้นผู้บริโภค เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ การกระตุ้นคนกลางและพนักงานขาย เช่น ส่วนลดปริมาณ การจัดประชุม และการแข่งขันการขาย เป็นต้น

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ [(Publicity and Public Relations(PR)] การให้ข่าว (Publicity) เป็นรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบาย ผ่านสื่อโดยไม่ต้องมีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์(Etzel, Walker and Stanton. 1997 : G-12) แต่ในทางปฏิบัติจริงนั้นจะต้องมีการจ่ายเงินแก่สื่อมวลชนเพื่อจูงใจเผยแพร่ให้ข่าวสารเช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุม สัมมนาแก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์[Public Relations(PR)] หมายถึง ความพยายามที่จะวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์และต่อนโยบายขององค์การ(Etzel, Walker and Stanton. 1997 : G-12) การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยราชการ ลูกค้า ฯลฯ วิธีการประชาสัมพันธ์ทำได้หลายวิธี เช่น การตีพิมพ์ การให้ให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ อาทิ การประชุม การสัมมนา จัดงานกีฬาหรือเป็นสปอนเซอร์ การให้บริการชุมชน อาทิ การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.2.2 ระบบการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

ระบบการตลาด(Marketing system) ประกอบด้วย สถาบันที่ทำหน้าที่สนองความต้องการของลูกค้าและดำเนินการเคลื่อนย้ายคุณค่าของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าหรือตลาด รวมทั้งสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของธุรกิจ (Kotler. 2000: 9)

สิ่งแวดล้อมทางการตลาด(Marketing environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมภายนอกและ สิ่งแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของบริษัท สิ่งแวดล้อมภายนอกธุรกิจเป็น สิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้แต่สิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจสามารถควบคุมได้

1. สิ่งแวดล้อมภายนอก(External environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้

1.1 สิ่งแวดล้อมมหภาค (Microenvironment)

1.2 สิ่งแวดล้อมจุลภาค (Microenvironment)

2. สิ่งแวดล้อมภายใน(Internal environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจควบคุมได้

2.1 ปัจจัยทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาด(Marketing factor or marketing mix)

2.2 สิ่งแวดล้อมภายในอื่นนอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาด

การศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเป็นการศึกษาเพื่อที่จะนำไปใช้ในการกำหนด โปรแกรมการตลาดของบริษัท ซึ่งโปรแกรมการตลาดของบริษัท เป็นแผนการดำเนินงาน การตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

สิ่งแวดล้อมมหภาคที่อยู่ภายนอกธุรกิจ

สิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อระบบการตลาดประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมมหภาคและ สิ่งแวดล้อมจุลภาค สิ่งแวดล้อมภายนอกถือว่าเป็นสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้แต่มีอิทธิพลต่อระบบ การตลาด กล่าวคือ สร้างโอกาสหรือข้อได้เปรียบหรืออุปสรรค ธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้อง ศึกษาสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนตลาด

สิ่งแวดล้อมมหภาคที่อยู่ภายนอกธุรกิจ เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกในวงกว้างของสังคม ส่วนรวมที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของธุรกิจ โดยมี รายละเอียดดังนี้

1. ประชากร ประกอบด้วย โครงสร้างของประชากรและลักษณะต่างๆของประชากร ประชากรเป็นตัวกำหนดตลาดและความต้องการซื้อของตลาด

2. เศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดรายได้ของบุคคล บุคคลหรือประชากรศาสตร์ จะประกอบเป็นตลาดขึ้นมาได้นั้น บุคคลเหล่านั้นต้องมีอำนาจซื้อ (มีเงินหรือมีรายได้) และมีความ พพอใจที่จะซื้อด้วย ดังนั้นภาวะเศรษฐกิจจึงเป็นตัวสร้างให้ตลาดเกิดอำนาจซื้อ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องของภาวะเศรษฐกิจที่ธุรกิจต้องคำนึงถึงมีดังนี้

2.1 ขั้นตอนของวัฏจักรธุรกิจ ผู้บริหารการตลาดต้องเข้าใจและคาดคะเนวัฏจักรธุรกิจได้ถูกต้อง เนื่องจากวัฏจักรธุรกิจมีอิทธิพลต่อระบบการตลาด วัฏจักรธุรกิจโดยทั่วไปมี 4 ขั้นตอน คือ เฟื่องฟู หดตัว ตกต่ำ และฟื้นตัว ในแต่ละขั้นตอนนี้ย่อมมีผลกระทบต่ออำนาจซื้อของตลาด

2.2 ภาวะเงินเฟ้อ เป็นภาวะที่ระดับราคาสูงขึ้นกว่ารายได้ของบุคคลอย่างรวดเร็ว ทำให้อำนาจซื้อของบุคคลลดลง ภาวะเงินเฟ้อเกิดขึ้นจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและ(หรือ) มีความต้องการซื้อมากเกินไปเกินความสามารถในการผลิต

2.3 ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เป็นภาวะที่อำนาจซื้อของประชาชนลดลง การเกิดเศรษฐกิจตกต่ำจะเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือย

2.4 อัตราดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ยมีผลกระทบต่อโปรแกรมการตลาด เพราะอัตราดอกเบี้ยเป็นต้นทุนของเงิน

2.5 การว่างงานและรายได้ของผู้บริโภค

3. การแข่งขัน ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเป็นปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่สำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ผู้บริหารการตลาดต้องรวบรวมกลยุทธ์การตลาดของคู่แข่ง

4. สังคมและวัฒนธรรม อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมจะมีผลกระทบต่อลักษณะความต้องการของบุคคลในแต่ละสังคม ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่นักการตลาดจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับศึกษารูปแบบ ได้แก่ การดำรงชีวิต ค่านิยมในสังคม ความเชื่อถือ ฯลฯ

5. การเมืองและกฎหมาย การทำงานของธุรกิจได้รับอิทธิพลจากลักษณะทางการเมืองและกฎหมาย

6. เทคโนโลยี มีผลกระทบต่อรูปแบบการดำรงชีวิต รูปแบบการบริโภค และความอยู่ดีกินดีของบุคคล ผลกระทบต่อการพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

7. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติประกอบด้วยทรัพยากรที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ วัตถุดิบ แร่ธาตุ ภูเขา สัตว์ป่า ฯลฯ บทบาทของนักธุรกิจในปัจจุบันจะต้องป้องกันและอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมทั้งแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ แผนการตลาดจะมุ่งความสำคัญที่ภาวะความรับผิดชอบต่อสังคมและมนุษยชาติ

สิ่งแวดล้อมจุลภาคที่อยู่ภายนอกธุรกิจ

สิ่งแวดล้อมจุลภาคที่อยู่ภายนอกธุรกิจ หมายถึง สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดโดยตรง ได้แก่ ตลาด ผู้ขายปัจจัยการผลิต คนกลางทางการตลาด

1. ตลาด หมายถึง บุคคลหรือสถาบันที่มีความต้องการหรือจำเป็นในผลิตภัณฑ์ มีอำนาจซื้อหรือมีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อ และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
2. ผู้ขายปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบ เป็นกลุ่มที่ขายปัจจัยการผลิตให้กับบริษัท ปัจจัยการผลิตเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตใช้เป็นปัจจัยที่ใส่เข้าไปในกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตออกมา
3. คนกลางทางการตลาด หรืออาจเรียกว่า เป็นสถาบันทางการตลาด เป็นองค์การทางธุรกิจที่ช่วยเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตหรือองค์การทางการตลาดไปยังตลาด(ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ในทางอุตสาหกรรม) รวมทั้งสถาบันที่อำนวยความสะดวกทางการตลาด

สิ่งแวดล้อมภายในองค์การ

ระบบการตลาดขององค์การ(Organization's marketing system) ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก สิ่งแวดล้อมภายในถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของบริษัท ประกอบด้วย ปัจจัยทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมภายในอื่นนอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาด

1. ปัจจัยทางการตลาด(Marketing factors) หรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง กลยุทธ์ที่ธุรกิจจะต้องใช้ร่วมกันในการตัดสินใจทางการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของตลาดเป้าหมายประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งรวมเรียกสั้นๆว่า 4Ps (Boon and Kurtz. 1998:25)

2. สิ่งแวดล้อมภายในอื่นนอกเหนือจากปัจจัยทางการตลาด (Internal nonmarketing resources) เป็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายในบริษัทที่นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาด ที่ถือว่ามีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาด ดังนี้

2.1 ฝ่ายการผลิต ฝ่ายนี้จะเกี่ยวข้องกับการตลาด คือ เป็นฝ่ายที่สร้างผลิตภัณฑ์ออกมา

2.2 การเงินและบัญชี จะเกี่ยวข้องในโปรแกรมการตลาด โดยเป็นฝ่ายจัดหาเงินทุน การวางแผนกำไร และการบริหารการเงิน ซึ่งจะช่วยให้โปรแกรมการตลาดดำเนินไปได้

2.3 ทรัพยากรมนุษย์ มนุษย์ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้นำเอาทรัพยากรอื่นๆ มาประกอบการและดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

2.4 ที่ตั้งบริษัท การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมเป็นโอกาสที่ทำให้งานทางด้านการตลาดของธุรกิจประสบความสำเร็จได้

2.5 ความสามารถในการวิจัยและพัฒนา การวิจัยและพัฒนาธุรกิจเหล่านี้เป็นงานที่จะทำให้อุปกรณ์ และพัฒนาในการวางแผนการตลาด ซึ่งถ้าบริษัทมีความสามารถในเรื่องนี้จะมีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

2.6 ภาพพจน์ของบริษัท ภาพพจน์ที่ดีของบริษัทจะเป็นตัวสร้างทัศนคติและความเชื่อถือให้เกิดกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งจะนำไปสู่รายได้และกำไรในที่สุด

2.7 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ เป็นระบบของกระบวนการข้อมูลที่ออกแบบเพื่อรวบรวม เก็บรักษา แยกแยะ และนำกลับมาเพื่อใช้ในการสนับสนุนการวางแผน การตัดสินใจ การประสานงาน และการควบคุมซึ่งถือได้ว่าเป็นการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงาน

2.2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 125-151) ได้อธิบายไว้ว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who What Why Where When Who Participates และ How ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย 4 ด้าน คือ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์/บริการ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อหรือใช้บริการ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี เป็นต้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทาง หรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อหรือไปใช้บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ

2.2.4 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว(Tourism Industry)

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเจตนาที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและ

สร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง

ความสำคัญในภาพรวมแบ่งได้ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านพัฒนา(Development)

ด้านเศรษฐกิจ(Economic)

ด้านสังคม(Social)

ด้านพัฒนา(Development)

เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ด้านเศรษฐกิจ(Economic)

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว
3. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบของภาษีอากรประเภทต่างๆ

ด้านสังคม(Social)

1. การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน
2. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน
3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ
4. การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศชาติให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม

และการเมืองในเวทีระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างดี ดังนั้นประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงใช้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาชาติบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาศฤดี ชูจิตธรรมณ์(2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการว่าจ้างบริษัทตัวแทน ธุรกิจในการใช้บริการการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ประโยชน์ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การควบคุมคุณภาพการผลิต การบริหารจัดการธุรกิจและกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาดความพร้อมด้านบุคลากร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และยังประสบปัญหา ด้านกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ผู้วิจัยได้มีความคิดเห็นว่ ในด้านการตลาด กลุ่มผลิตภัณฑ์ควรดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีผู้รู้จักเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วัชรพงศ์ ยะไวท์ (2543) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพของผู้ที่เข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มักจะเป็นคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง และคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิดก้าวหน้า

วิชาญ อุปรา(2547) ได้ศึกษาเรื่อง สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจสินค้าที่ระลึกใน จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยพบว่า ในการที่จะทำให้ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประสบความสำเร็จนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการตัดสินใจดำเนินการวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่วนประสมทางการตลาดของชุมชน คือ ต้องการทราบว่าลูกค้าของกลุ่มคือใคร อยู่ในตลาดไหน ควรวางแผน และตัดสินใจด้านราคา ด้านการจำหน่ายสินค้าและการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างไร จากการศึกษพบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนงานด้านการตลาด โดยลูกค้าซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนมากเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงราย และชุมชนทุกกลุ่มมีลูกค้าในประเทศไทย ซึ่งชุมชนส่วนใหญ่มีการหาลูกค้าภายในประเทศเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น การร่วมงานแสดงที่ภาครัฐหรือเอกชนจัดให้ ส่วนชุมชนบางกลุ่มที่มีลูกค้าในต่างประเทศจะทำการหาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเช่นกัน ในการจำหน่ายสินค้านั้นส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งส่วนมากจะเข้าร่วมงานแสดงต่างๆ ที่ทางจังหวัดเชียงรายจัดเตรียมไว้ให้ เช่น งานพ้อขุนเม็งรายมหาราช เป็นต้น

ทางด้าน การส่งเสริมตลาดนั้นพบว่า ชุมชนทั้งกลุ่มของผู้ผลิตของชุมชนและกลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่มีการจัดทำ การส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยทำการร่วมงานแสดงสินค้าเป็นส่วนใหญ่ ส่วนวิธีการตั้งราคานั้นส่วนใหญ่คำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้า โดยราคาของสินค้ามีราคาเท่ากับสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน โดยส่วนใหญ่มีวิธีการขายสินค้าทั้งเงินสดและเงินเชื่อ สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 4 ประการ(Philip Kotler) ซึ่งธุรกิจจะต้องนำมาสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและสอดคล้องกับชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ ในเรื่องแนวทางในการปรับกลยุทธ์วิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและขนาดกลางที่จะต้องมีการกระจายสินค้าจากท้องถิ่นสู่จังหวัดและไปทั่วภูมิภาค ทั่วประเทศ เขตชายแดน และสู่เวทีสากล

ทางด้านปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดนั้นชุมชนทั้งกลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและกลุ่ม SMEs ต่างประสบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาด การขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด และการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด ในระดับที่เท่ากัน ส่วนปัญหาในการขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้า และปัญหาในการกำหนดราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนมีปัญหาในระดับที่มากกว่ากลุ่ม SMEs ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตต์ไส แก้วบุญเรือง(2546) ที่พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ประสบปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด มาตรฐานคุณภาพสินค้า การขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด และมีปัญหาการขาดสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า

นันทวัน เสงวีศิษฐ์(2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านการช่วยจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เนื่องจากว่าทางรัฐบาลได้จัดหาตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด แหล่งชุมชน แหล่งท่องเที่ยว จากทางอินเตอร์เน็ตตำบล หรือการจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้น ซึ่งประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่าโครงการนี้คงจะช่วยในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านได้มากขึ้น เพราะมีตลาดในการขายผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น

จิตรลดา ไชยเลิศ(2543) ได้ศึกษาเรื่อง วิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การตลาดกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่

แยกออกเป็น 4 ส่วน โดยส่วนแรก ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์จะมีการติดฉลากหรือตราของกลุ่มแม่บ้าน การได้รับ อ.ย. และได้ตราเกษตรชนวนชิม- ชวนใช้ การติดวัน เดือน ปี และวันหมดอายุ การรับประกันสินค้า การหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ ในส่วนที่สอง ด้านราคา ระดับราคาของสินค้าใกล้เคียงกันและมีส่วนลด ข้อตกลงการจ่ายเงิน เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านมีเงินทุนหมุนเวียนน้อย จึงนิยมให้ผู้จ่ายซื้อเป็นเงินสดมากที่สุด แต่ถ้าเป็นพ่อค้าหรือโรงงานที่มีการสั่งซื้อเป็นประจำ อาจมีเครดิตให้ 7-15 วัน แล้วแต่ละตกลงกัน ส่วนที่สามช่องทางทางการจัดจำหน่าย ในด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย นั้นค่อนข้างจะมีปัญหา คือ ผลิตแล้วไม่มีที่วางจำหน่าย ส่วนการส่งเสริมการจัดจำหน่าย มีส่วนน้อยมากมีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่ส่วนมากจะเน้นการขายแบบมี ส่วนลด การถามสินค้า ส่วนในการโฆษณานั้นใช้วิธีการแบบอ้อมโดยมีตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ให้ ชิมก่อน เป็นต้น

อนันต์ อิก้าเหน็ด(2545) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลมีความเห็นในเรื่องปัญหาและอุปสรรคทางด้านระบบการตลาดอยู่ในระดับมีปัญหา ควรต้องตระหนักถึงระบบการตลาดให้มาก เนื่องจากส่งเสริมให้มีการผลิตอย่างเดียว แต่ไม่มีการจัดการทางด้านการตลาดที่ดีก็ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์และก็ไม่สามารถนำเงินกลับมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิชาญ อุปรา(2547) ที่ว่าปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดนั้นชุมชนทั้งกลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและกลุ่ม SMEs ต่างประสบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาด การขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด และการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด ในระดับที่เท่ากัน ส่วนปัญหาในการขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้า และปัญหาในการกำหนดราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนมีปัญหในระดับที่มากกว่ากลุ่ม SMEs ส่วนในเรื่องของระบบการตลาด ควรจะมีการสร้างเว็บไซต์เชื่อมโยงกันกับองค์การบริหารส่วนตำบลทั่วประเทศ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมาศฤดี ชูจิตรารมณ(2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการว่าจ้างบริษัทตัวแทนธุรกิจในการให้บริการการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับ การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ ประโยชน์ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การควบคุมคุณภาพการผลิต การบริหารจัดการธุรกิจและกระบวนการผลิต

จิตติโส แก้วบุญเรือง(2546) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ตามด้วยด้านราคา ด้านการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการพัฒนารูปแบบหรือสินค้าอยู่เสมอ โดยรูปแบบสินค้าจะได้รับการพัฒนาตามคำสั่งของลูกค้าบางรายและตามความเห็นของสมาชิกในชุมชน ด้านราคาพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่ตั้งราคาตามต้นทุน แต่ขณะเดียวกันราคาก็ไม่สูงไปกว่าราคาของผู้ขายรายอื่นในท้องตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าชุมชนมีช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ เป็นการจำหน่ายผ่านคนกลางที่มาติดต่อสั่งซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการขายโดยพนักงานเป็นอันดับแรก

จากข้อมูลข้างต้นและจากการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จะเห็นว่า ควรจะมีการศึกษาในเรื่องการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนแต่ละพื้นที่ ที่ตลาดรองรับและเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

กรณีศึกษา “การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง”

เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาได้อภิปรายผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

จากการศึกษาการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลำปางตามทฤษฎีและแนวความคิดการดำเนินงานด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการดำเนินงานดังนี้

1) การตลาด

ในการที่จะทำให้ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ชุมชนหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการตัดสินใจดำเนินการวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และส่วนประสมทางการตลาดของชุมชน คือต้องทราบว่าคุณค่าของชุมชนคือใคร อยู่ในตลาดไหน ควรวางแผนและตัดสินใจดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างไร

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการทั้งหมดให้ความสำคัญกับการดำเนินการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในประเทศทั้งหมด ชุมชนมีการดำเนินการในส่วนประสมทางการตลาด

ครบทุกด้าน ในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ตามด้วยด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย โดย

- การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวข้องกับการวางแผนจัดการในด้านที่เกี่ยวกับการออกแบบลักษณะและการจัดชั้นมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ให้เหมาะสมกับแต่ละตลาด ทั้งนี้ รวมถึงการกำหนดและออกแบบตรายี่ห้อ(Brand) สินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าจำได้ และใช้เป็นแนวทางในการซื้อครั้งต่อไป

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการ มี 3 กลุ่มประเภทสินค้า คือ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร กลุ่มสินค้าอาหารและกลุ่มที่ดำเนินการในสินค้าทั้ง 2 ประเภท ส่วนมากมีการปฏิบัติตามทฤษฎีด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการวางแผนที่จะพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอทุกกลุ่ม แนวทางการออกแบบหรือพัฒนาสินค้าของแต่ละชุมชนมีแนวทางที่แตกต่างกัน กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารทำการออกแบบตามคำสั่งของลูกค้า กลุ่มสินค้าทำอาหารทำการออกแบบตามความคิดเห็นของสมาชิก แต่กลุ่มสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการออกแบบตามคู่แข่งและตามความคิดเห็นของสมาชิก ในส่วนของบรรจุภัณฑ์กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีลักษณะของการบรรจุภัณฑ์เหมือนกัน คือ เป็นแบบเบื้องต้นหรือธรรมดาทั่วไป แตกต่างกับกลุ่มผู้ผลิตทั้งสินค้าทั้ง 2 ประเภท ที่มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้นหรือธรรมดาทั่วไปและเป็นแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้าด้วย ในส่วนของคุณภาพสินค้า กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมีเอกสารแสดงคุณภาพสินค้าที่เป็นที่ยอมรับเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสินค้าของชุมชนเอง ส่วนกลุ่มสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีใบรับรองคุณภาพสินค้า(อย.)ที่ทางราชการออกให้ กลุ่มสินค้าทุกกลุ่มมีการออกแบบและจัดทำตรายี่ห้อของชุมชนเอง

- การดำเนินงานด้านราคา ในการตั้งราคาสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอก เช่น ระดับราคาสินค้าของคู่แข่ง ระดับราคาสินค้าของตลาดแต่ละตลาด กลุ่มลูกค้าหรือตลาด และปัจจัยภายในองค์กรหรือชุมชน เช่น เป้าหมายในการตั้งราคาหรือเป้าหมายของธุรกิจและต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าเป็นต้น

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีวิธีการตั้งราคาสินค้า โดยคำนึงถึงปัจจัยภายในองค์กรหรือชุมชน คือ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าเหมือนกัน กลุ่มที่มีวิธีการตั้งราคาที่แตกต่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีวิธีการตั้งราคาตามเป้าหมายในการทำกำไรและตามความต้องการของตลาด ระดับราคาสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีระดับราคาเท่ากับผู้ชายรายอื่นในท้องตลาด ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ที่มีระดับราคาเท่ากับและต่ำกว่าผู้ชายราย

อื่นด้วยและชุมชนทุกกลุ่มประเภทมีการพยากรณ์ยอดขายจากยอดขายเดิมเป็นเบื้องต้นหรือเหมือนกันทุกประเภท

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการคัดเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ชุมชนหรือผู้ประกอบการควรต้องทราบเกี่ยวกับลักษณะของลูกค้าหรือตลาด ว่าเป็นตลาดอะไร มีจำนวนเท่าใด รายได้หรืออำนาจซื้อมีเท่าไร ลักษณะการตัดสินใจซื้อสินค้าและการตอบสนองต่อวิธีการขายแบบต่างๆ เช่น การสาธิตวิธีการผลิต วิธีการใช้เป็นอย่างไรร ลักษณะของสินค้าเป็นอย่างไรร เป็นสินค้าประเภทไหน เป็นสินค้าจำเป็นหรือไม่จำเป็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน ลักษณะของคนกลางซึ่งมีผลต่อการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน

- จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว มีเพียงกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภทเพียงกลุ่มเดียวที่มีลูกค้าภายในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง ชุมชนทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีพื้นที่หรือตลาดจำหน่ายสินค้าเป็นตลาดภายในประเทศภายในจังหวัดและภายในอำเภอที่ผลิตเหมือนกัน ในส่วนของการหาตลาดต่างประเทศ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร ชุมชนได้รับคำแนะนำจากหน่วยราชการเหมือนกัน แต่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีวิธีการหาลูกค้า 3 วิธีคือ ให้นำหน่วยราชการแนะนำ ได้รับการบอกต่อของลูกค้าและการมีคนกลางมาจ้างผลิต ส่วนการหาลูกค้าภายในประเทศ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งสองประเภทจะเหมือนกัน คือ จะได้รับคำแนะนำจากหน่วยราชการ ส่วนกลุ่มสินค้าอาหาร จะมีคนกลางมาจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ ในการจำหน่ายสินค้าทุกกลุ่มประเภทสินค้าจะทำการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในแต่ละตลาดโดยตรง โดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ทำการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าของรัฐบาลและเอกชน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการจำหน่ายที่ร้านค้าของชุมชนเอง

- ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการติดต่อกับลูกค้าหรือตลาดเพื่อบอกกล่าวรายละเอียดเกี่ยวกับข่าวสาร สินค้า ตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ของชุมชนให้ลูกค้าทราบ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า การดำเนินงานด้านนี้ ประกอบด้วย การโฆษณา เป็นการพยายามถ่ายทอดให้ผู้บริโภคตระหนักถึงประโยชน์ ถึงคุณค่าของสินค้า อยากใช้สินค้าแบบตัดสินใจซื้อสินค้า โดยจะต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลักษณะของสินค้า ฯลฯ การประชาสัมพันธ์ เป็นการพยายามสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่ธุรกิจเกี่ยวข้องด้วย เช่น องค์กรด้านการค้า อย่างเช่นสำนักงานพาณิชย์จังหวัด อุตุสภกรกรมจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด หอการค้าจังหวัด สื่อต่างๆ ตลอดจนสมาคม องค์กรอื่นๆโดยการใช้สมาชิกหรือ

บุคลากรชุมชนเป็นผู้ดำเนินการหรือที่เรียกว่าเป็นการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้สมาชิกหรือพนักงานขายและการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคาสินค้า เป็นต้น

- จากการศึกษาพบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการได้ทำการส่งเสริมการตลาด ช่วยในการดำเนินงาน โดยชุมชนส่วนใหญ่ คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการขายโดยใช้พนักงานขายหรือสมาชิกในชุมชน เป็นอันดับ 1 แตกต่างจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 กลุ่ม ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการขายโดยใช้พนักงานขายหรือสมาชิกในชุมชนและการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 1 เท่ากัน ชุมชนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 กลุ่ม มีการทำโฆษณาแต่ไม่มีการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ แต่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารมีการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ด้วย ชุมชนทุกกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีการใช้พนักงานขายทำการส่งเสริมการตลาดนอกเหนือจากพนักงานหรือสมาชิกของชุมชนเอง เหมือนกัน ส่วนของการส่งเสริมการขาย กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางและผู้บริโภค ด้วยการลดราคาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางและผู้บริโภคเพียงเล็กน้อย

2) การผลิต

การจัดการด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพจะต้องเริ่มจากการวางแผน การดำเนินการด้านการผลิตและควบคุมตรวจสอบผลผลิตให้มีคุณภาพตามเป้าหมายและแผนงานของชุมชน ซึ่งต้องประกอบด้วย ปัจจัยด้านปริมาณ คุณภาพ เวลา และราคา โดยทุกปัจจัยต้องมีความสัมพันธ์กันและนำมารวมไว้ในกระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต ดังนี้

การวางแผนการผลิต เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ หรือสิ่งที่เป็นแนวทางการผลิตในขนาดประกอบด้วย การวางแผนระบบการผลิต ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต เช่น การวางแผนกำหนดจำนวนการผลิต การวางแผนการจัดลำดับกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ การวางแผนจัดการวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการวางแผนการควบคุมและประเมินผลการผลิตด้วย

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตตามทฤษฎี โดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ใช้กลยุทธ์ในการวางแผนการผลิตที่เหมือนกันคือ กลยุทธ์การกำหนดจำนวนการผลิตสินค้าเท่ากับจำนวนความต้องการสินค้าและไม่มี การเพิ่มลดจำนวนสมาชิกเพื่อรับรองการผลิตกับกลยุทธ์การกำหนดจำนวนการผลิตสินค้าในจำนวนเท่าเดิมตลอดและเก็บสินค้าคงเหลือในบางช่วงเวลา ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ใช้กลยุทธ์การวางแผนงานการผลิตสินค้าเท่ากับจำนวนความต้องการสินค้าและไม่มี การเพิ่มลดจำนวนสมาชิกเพื่อรองรับการผลิตเพียงอย่างเดียว สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ทำการผลิตสินค้า ทุกกลุ่มผู้ผลิต

ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติจากผู้ผลิตวัตถุดิบรายเดิม ในท้องถิ่น ในการสำรองวัตถุดิบ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีการสำรองวัตถุดิบไว้ใช้ในการผลิต ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ไม่มีการสำรองวัตถุดิบไว้ หากมีการสำรองก็สำรองเพียงเล็กน้อยเนื่องจาก ชุมชนทุกกลุ่ม มีแหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นแต่เป็นแหล่งซื้อที่แตกต่างกัน คือ ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ทำการสั่งซื้อจากผู้ค้าส่งวัตถุดิบ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตและผู้ค้าส่งวัตถุดิบ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกวัตถุดิบ ลักษณะการสั่งซื้อวัตถุดิบ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ทำการสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากผู้ขายรายเดิม ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งสองประเภท ไม่ได้ทำการซื้อจากผู้ขายรายเดิม แต่เปลี่ยนซื้อตามสะดวก โดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ทำการสั่งซื้อโทรศัพท์ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการสั่งซื้อด้วยวาจา กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีการจัดแยกและตรวจสอบคุณภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ไม่มีวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้ บางส่วนที่มีวัตถุดิบเสียหายทุกกลุ่มผู้ผลิตก็ทำการทิ้งของเสียดังกล่าวเสียเป็นส่วนมาก

ในการดำเนินการผลิตชุมชนหรือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ทำการผลิตเรื่อยๆ ตามความสามารถของกิจการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการผลิตตามฤดูกาลและคำสั่งซื้อ โดยที่ทุกกลุ่มสินค้า มีการจัดลำดับขั้นตอนการผลิตตามที่กำหนดไว้เหมือนกัน

ชุมชนทุกกลุ่มประเภท ส่วนใหญ่มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าทุกหน่วย ทุกเวลาที่มีการผลิตเหมือนกัน ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่จะไม่มี การนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตแตกต่างจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ที่มีการนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต ส่วนการจัดการกับสินค้าสำเร็จรูปชุมชนทุกกลุ่มผู้ผลิต ส่วนมากมีการเปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพ กับเป้าหมายของสินค้าสำเร็จรูปที่กำหนดไว้เหมือนกัน ในการจัดการสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารปละกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร จะทำการทิ้งสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานเป็นส่วนมาก หากแต่ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท จะทำการทิ้งและจำหน่ายในราคาถูกลงด้วย

3) ด้านการจัดการ(Management) และบุคลากร (personal)

ตามแนวความคิดด้านการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ องค์กรหรือชุมชนต้องมีการวางแผน จัดแบ่งโครงสร้างการทำงาน การจัดคนเข้าทำงาน สั่งการและควบคุมหรือกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพ จากทฤษฎีของ Harold Koontz (POSDC) ประกอบด้วย

- การวางแผน(Planning) เป็นกิจกรรมที่กำหนดให้ผลของการทำงานเป็นไปตามนโยบายในการที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ในการที่จะแสวงหาโอกาส และกำหนดแนวทางปฏิบัติ พร้อมกับการดำเนินการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีการวางแผนก่อนล่วงหน้าตามหลักการบริหารองค์กรและแผนงานดังกล่าว มีความเหมือนและแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีการจัดทำแผนรายเดือนเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีการจัดทำเป็นแผนราย 6 เดือนทั้งหมด ทุกกลุ่มผู้ผลิตมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มยอดขายเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อด้วยการช่วยเหลือสังคมและส่งเสริมอาชีพเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งสองประเภท มีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อขยายฐานลูกค้ากับเพิ่มกำไรให้กับชุมชน ชุมชนแต่ละกลุ่มมีวิธีการวางแผนการดำเนินงานที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร มีวิธีการวางแผนการดำเนินงาน ตามจำนวนช่วงเวลาที่ใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มผู้ผลิตอาหาร มีวิธีวางแผนการดำเนินงานตามวิธีการวัดและประเมินผลการทำงานและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีวิธีวางแผนการดำเนินงานตามผลการทำงาน ตามรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงานกับจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์

- การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อประโยชน์ในการแบ่งงานกันทำตลอดทั้งการมอบหมายงานให้บุคลากรปฏิบัติเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้ โดยจะมีลักษณะเป็นโครงสร้างองค์กรในรูปแบบของแผนภูมิ (Organizing chart) เพื่อให้เห็นถึงสายหรือโครงสร้างการบริหารงาน ความสัมพันธ์เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายงาน

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่ได้มีการจัดฝ่ายงานเป็นหน่วยย่อย ตามหลักการจัดการ มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานที่เหมือนและแตกต่างกันคือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตอาหาร มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานเหมือนกัน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2

ประเภทไม่มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน เช่นเดียวกับการแบ่งฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรมก็มีความแตกต่างกัน กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร มีการแบ่งฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรมมุ่งเน้นไปที่ฝ่ายผลิต ฝ่ายบัญชีและฝ่ายจัดซื้อ กลุ่มผู้ผลิตอาหาร มีการแบ่งฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม เน้นไปที่ฝ่ายผลิตเป็นส่วนใหญ่และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีการแบ่งฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม เน้นไปที่ทุกฝ่าย ยกเว้น ฝ่ายการตลาดและในส่วนของการบังคับบัญชา กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตอาหารชุมชนมีหัวหน้าหรือประธานเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีคณะกรรมการหรือหัวหน้าฝ่ายงานเป็นผู้บังคับบัญชาสั่งการ

- การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) เป็นการจัดหาและใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการกำหนดความต้องการของบุคลากร การสรรหา และการคัดเลือก

- จากการศึกษาค้นพบว่า ชุมชนทุกกลุ่ม มีสมาชิกเพียงพอเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตอาหาร มีนโยบายรับสมัครตลอดเวลา แต่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งสองประเภท มีนโยบายรับสมัครเมื่อชุมชนมีงาน ในการรับสมัครใหม่ชุมชนทุกกลุ่มมีแนวทางการกำหนดคุณสมบัติที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่ กลุ่มผู้ผลิตอาหารไม่มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภทไม่มีและมีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่ในบางช่วงหรือบางหน้าทำงาน ในส่วนที่มีการกำหนดคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ชุมชนทุกกลุ่มส่วนใหญ่ มีการกำหนดที่ความสามารถและประสบการณ์เหมือนกัน

- การสั่งการ(Directing) เป็นงานเกี่ยวกับการสั่งการสมาชิกให้ปฏิบัติงานตามที่องค์กรกำหนด โดยผู้บริหารต้องทำการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก เพื่อจูงใจให้สมาชิกสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

- จากการศึกษาค้นพบว่า ชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีการให้ค่าตอบแทน เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของสมาชิก เพื่อจูงใจสมาชิกให้ตั้งใจปฏิบัติหน้าทำงานตามทฤษฎี ขณะเดียวกันก็มีการให้ค่าตอบแทนตามผลงานหรือระเบียบอัตราเดียวเหมือนกันทั้ง 3 กลุ่ม โดยมีลักษณะการจ่ายที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนมากจ่ายเป็นรายหน่วย กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่จ่ายเป็นรายวันและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทั้งหมดทำการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ไม่มีการจ่าย แต่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีและไม่มียโยบายการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ ในจำนวนพอๆกัน และในบางชุมชนที่มีให้ค่าตอบแทนพิเศษ หากเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร จะเป็นการให้ค่าตอบแทนพิเศษเป็นอาหารกลางวันกับชุดทำงาน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภทเป็นการให้ค่าตอบแทนพิเศษเป็นชุดทำงานทั้งหมด นอกจากนั้น ชุมชนต่างๆ

ยังมีวิธีการจูงใจสมาชิกให้ตั้งใจทำงานที่เหมือนและแตกต่างกันในบางส่วนคือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตอาหาร ทำการจูงใจด้วยการจัดอบรมให้มีความรู้และประสบการณ์แก่พนักงานหรือสมาชิกมากยิ่งขึ้น ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการจูงใจด้วยการเพิ่มเปอร์เซ็นต์ในการขายแก่สมาชิก ในด้านของกสนตัดสินใจสั่งการ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ไม่มีข้อมูลแนวโน้มในการดำเนินงานของธุรกิจมาประกอบการตัดสินใจ

- การควบคุม(Controlling) เป็นการกำหนดมาตรฐานและวิธีการวัดประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปวิเคราะห์ปัญหาและดำเนินการแก้ไขต่อไป

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนทุกประเภท ทำการควบคุมและติดตามการทำงานโดยมีเครื่องมือควบคุมและติดตามการทำงานของชุมชนที่เหมือนและแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารใช้เหมือนกัน คือ ใช้คุณภาพของสินค้าหรืองาน ส่วนเครื่องมือควบคุมการทำงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท คือ ปริมาณงานและคุณภาพของสินค้ากับเวลาในการทำงาน ด้านการประเมินผล กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีการประเมินผลการทำงาน แต่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภทมีส่วนของการประเมินและไม่ประเมินผลการทำงานของสมาชิกเท่ากัน ส่วนมากที่มีการประเมินจะทำการประเมินแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ใช่อาหาร จะประเมินในส่วนของปริมาณและคุณภาพงานที่ทำ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร จะประเมินในส่วนของความรู้ ความสามารถในการทำงานกับการให้ความร่วมมือกับผู้อื่นในชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท จะทำการประเมินในส่วนของความรู้ ความสามารถในการทำงาน การให้ความร่วมมือกับผู้อื่นในชุมชนในส่วนของปริมาณและคุณภาพงานที่ทำ

4) การเงินและบัญชี

ชุมชนหรือผู้ประกอบการจะต้องบริหารทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการวัดค่าและนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจ ด้วยการนำเสนอรายงานในรูปงบการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด ฯลฯ อันจะทำให้มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้น ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

- การวางแผนการดำเนินงานทางการเงิน เป็นการวางแผนรายรับรายจ่ายเงินของธุรกิจซึ่งมีทั้งแผนระยะสั้นเกี่ยวกับการดำเนินงาน เช่น แผนการขาย แผนการผลิต ฯลฯ และแผนระยะยาวเกี่ยวกับงบประมาณการลงทุน อันจะทำให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยชุมชนหรือผู้ประกอบการจะต้องกำหนดแผนให้สอดคล้องกัน

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนี้ มีชุมชนเพียงบางส่วน ที่ได้ดำเนินงานทางการเงินและบัญชีตามแนวคิดทางการบริหารเงิน ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการใช้เงินล่วงหน้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีเพียงบางส่วนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารเท่านั้น ที่มีการวางแผนใช้เงินล่วงหน้า ในการจัดการด้านการเงินและบัญชีของแต่ละชุมชน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่มีการทำแผนการจ่ายเงินสำหรับการผลิต ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท มีการทำแผนการจ่ายเงินสำหรับทำการผลิต การบริหารจัดการ การขายและแผนการจ่ายค่าแรง

- การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน โดยพิจารณาจากต้นทุนของเงินทุนจากแหล่งการเงินต่างๆ

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนส่วนมากมีหน่วยงานรัฐบาลเป็นแหล่งที่มาของเงินทุน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีแหล่งเงินทุนจากสมาชิกในชุมชนเข้าร่วมลงทุน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งสองประเภท มีแหล่งที่มาของเงินทุน จากสมาชิกและหน่วยงานรัฐบาล ในบางส่วนที่มีการระดมเงินทุนจากสมาชิกชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ดำเนินการโดยการให้สมาชิกเข้าร่วมลงทุนเป็นส่วนใหญ่ และหากต้องจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่น จะมีปัจจัยประกอบการพิจารณาที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจะพิจารณาปัจจัยอัตราดอกเบี้ย ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารจะพิจารณาปัจจัยด้านเวลาในการชำระหนี้ ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท จะพิจารณาด้านปัจจัยด้านวงเงินกู้ยืมกับค่าใช้จ่ายในการกู้เงิน

- การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดสรรเงินทุน ซึ่งการจัดสรรเงินทุนจะเป็นการนำไปใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินงานต่อเดือนเกี่ยวกับค่าวัตถุดิบเป็นอันดับ 1 ค่าแรงเป็นอันดับ 2 และ 3 ค่าหีบห่อเป็นอันดับ 4 และค่าไฟฟ้าและน้ำประปาเป็นอันดับ 5 โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบมีการจัดสรรเป็นอันดับ 1 เหมือนกันทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งค่าวัตถุดิบ ค่าแรง ฯลฯ เป็นค่าใช้จ่ายหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานของชุมชนต่างๆ ทั้งสิ้น ในส่วนการจัดสรรกำไรของชุมชนมีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ทำการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิก ส่วนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ทำการจัดสรรกำไรไว้เป็นกำไรสะสมและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภท ทำการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกและเป็นกำไรสะสมด้วย ในส่วนของชุมชนที่มีการจัดสรรกำไรเป็นกำไรสะสม ส่วนใหญ่ทำการจัดสรรกำไรสะสมเพื่อการดำเนินงาน มีเพียงกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ประเภทเท่านั้นที่จัดสรรกำไรสะสมไว้เพื่อการพัฒนาชุมชน

- การวัดค่าและนำเสนอข้อมูลของกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ โดยมีการนำเสนอรายงานทางการเงิน อันได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด ฯลฯ

- จากการศึกษาพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่จัดให้มีการวัดค่าของ กิจกรรมทางธุรกิจตามทฤษฎีในบางส่วน โดยมีการมอบหมายให้สมาชิกเป็นผู้จัดทำบัญชีและการเงินเหมือนกันทั้ง 3 กลุ่ม เช่นเดียวกันกับการจัดทำงบการเงินทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีการจัดทำงบกำไรขาดทุน และเมื่อทำการวัดผลของการดำเนินงานเปรียบเทียบกับรายได้พบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีการจ่ายชำระค่าวัตถุดิบเป็นเงินสดและไม่มีหนี้ค้างชำระเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแสดงถึงการมีสภาพคล่องที่ดีของชุมชน ขณะเดียวกันชุมชนทั้ง 3 กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญและมีสัดส่วนของรายได้กับเงินทุนพอๆกันอีกด้วยซึ่งแสดงว่าชุมชนเหล่านี้ มีสถานะทางการเงินที่ดีพอสมควร

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านการตลาด

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ชุมชนควรมีการวางแผนการตลาด โดยเฉพาะการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ชุมชนควรศึกษาหรือให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้มากยิ่งขึ้น ด้วยการขอความช่วยเหลือร่วมมือจากองค์การภาครัฐในการจัดอบรม ขณะเดียวกันชุมชนควรจัดให้มีการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดสรรเงินค่าใช้จ่ายสำหรับการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อโฆษณา เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับหรือใบปิดต่างๆที่นอกเหนือจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพียงบางส่วนและบางโอกาสเท่านั้น ขณะเดียวกันชุมชนควรทำการพัฒนารูปแบบสินค้าของชุมชน ให้มีรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ด้วยการสำรวจความต้องการของตลาดเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง กอปรกับแนวโน้มทางธุรกิจมาประยุกต์ในการออกแบบสินค้าด้วย เพื่อให้เกิดความแตกต่างที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาด หากชุมชนยังคงทำการพัฒนารูปแบบสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าบางราย ซึ่งอาจทำการสั่งซื้อจากชุมชนหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆด้วย ทำให้สินค้านั้นมีรูปแบบเดียวกันล้นตลาดได้ นอกจากนั้นชุมชนควรจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดไปยังคนกลางให้กระจายมากขึ้น ให้สามารถกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งยังเป็นการขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้นอีกด้วย ในส่วนของการหาตลาดต่างประเทศ ชุมชนหรือ

ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิวัฒนาการตลาดต่างประเทศด้วยตนเองให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้ชุมชนสามารถขยายตลาดได้รวดเร็ว กว้างขวาง แพร่หลายมากขึ้น

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ชุมชนควรจัดทำการวางแผนงานทางการตลาดอยู่เสมอ โดยเฉพาะด้านการพัฒนารูปแบบสินค้าด้วยการใช้ข้อมูลแนวโน้มทางธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบด้วย เพื่อให้เกิดความแตกต่างที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาด

หน่วยงานรัฐบาล

ควรที่จะได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลความต้องการของตลาดกลุ่มต่างๆ ซึ่งอาจมาจากข้อมูลการวิจัยความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นประเทศเป้าหมายของการจำหน่าย

ควรที่จะได้เข้ามาให้ความรู้และความช่วยเหลือในการวางแผนการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ด้านการผลิต

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าของชุมชน ด้วยการเพิ่มทักษะ ความชำนาญในการผลิตสินค้าและลดขั้นตอนและกระบวนการผลิตให้น้อยลง มีคุณภาพ

ควรจัดให้มีการส่งเสริมการผลิตผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณภาพให้มีปริมาณมากในท้องถิ่น เพื่อให้วัตถุดิบมีราคาตลาดต่ำลง ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของชุมชนต่ำลงด้วย และชุมชนควรปรับปรุงระบบการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบเพื่อลดจำนวนวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตสินค้าไม่ได้ ตลอดจนควรต้องปรับปรุงขั้นตอนการผลิตสินค้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้น เพื่อลดจำนวนสินค้าไม่ได้มาตรฐานนำออกมาวางจำหน่ายปกติไม่ได้

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ชุมชนควรจัดให้มีการวางแผนการผลิตก่อนล่วงหน้าและควรทำการส่งเสริมให้มีผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณภาพให้มีปริมาณมากขึ้นในท้องถิ่น ทั้งนี้ เพื่อให้กลไกราคาตลาดต่ำลง เพื่อป้องกันหรือลดปัญหาต้นทุนการผลิตสูงและปริมาณของวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้เกิดขึ้น

ด้านการจัดการและบุคลากร

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ควรทำการวางแผนหรือจัดกำลังคนให้เหมาะสม เพียงพอกับเป้าหมายการดำเนินงานของชุมชนในอนาคต

ควรพัฒนาทักษะการบริหารจัดการ โดยเฉพาะผู้นำชุมชนต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการคน การจัดระบบการทำงานได้เป็นอย่างดีและเหมาะสม

ควรจัดทำวางแผนและแบ่งฝ่ายการทำงานให้ชัดเจนมากขึ้น พร้อมทั้งนำรายละเอียดข้อมูลทั้งในและนอกชุมชนมาถ่ายทอดให้สมาชิกทราบเพื่อให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจร่วมกันอันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการพัฒนางานของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ควรจัดให้มีการรับสมาชิกใหม่ตลอดเวลาพร้อมทั้งมีการกำหนดคุณสมบัติหรือรายละเอียดของการรับสมาชิกใหม่ เพื่อเพิ่มจำนวนหรือเพิ่มกำลังการผลิตและโอกาสในการคัดเลือกหรือสำรวจจำนวนพนักงานหรือสมาชิกรับการดำเนินงานของชุมชนในอนาคตได้

หน่วยงานรัฐบาล

ควรเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือในส่วนของ การแนะนำหรืออบรมให้ความรู้ในด้านของกระบวนการบริหารจัดการต่างๆ เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและก่อให้เกิดความเข้าใจที่ในระหว่างสมาชิกตลอดจนทุกคนในชุมชนมากยิ่งขึ้น

ด้านการเงินและบัญชี

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ควรขอความร่วมมือจากองค์กรภาครัฐ ในการจัดการอบรมความรู้เกี่ยวกับระบบบัญชีหรือรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง เพื่อที่จะสามารถจัดทำบัญชีได้ด้วยตนเองและสามารถนำรายงานดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ วางแผนในการใช้จ่ายเงินในอนาคต ตลอดจนนำมาประกอบการตัดสินใจในการจัดหาเงินทุนของชุมชนในอนาคตต่อไป

ชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ชุมชนควรทำการจัดหาเงินทุนจากภาครัฐบาลและจากสมาชิกมาร่วมลงทุนและทำการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกเป็นสำคัญ เพื่อจูงใจให้สมาชิกมีขวัญ กำลังใจในการทำงานของชุมชน

หน่วยงานรัฐบาล

หน่วยราชการ ควรเข้ามาให้ความรู้แก่สมาชิก ในการทำความเข้าใจหรือให้การอบรมรายละเอียดเกี่ยวกับระบบบัญชีที่ถูกต้องหรือเหมาะสมกับสภาพการดำเนินงานของชุมชน เช่น การเข้าไปพัฒนารูปแบบบัญชีธุรกิจชุมชนอย่างง่ายและมีองค์ประกอบที่ครบถ้วนตามความต้องการใช้งานของการพัฒนาธุรกิจชุมชน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยและแผนงานไว้ดังนี้

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1.1 วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บข้อมูลและแหล่งข้อมูล

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยเครื่องมือการเก็บข้อมูลซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นโยบายเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเก็บรวบรวมจากหน่วยงานราชการและเอกชน เช่น อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงรายและสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย รวมถึงข้อมูลที่มาจากงานวิจัยในอดีต และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) และนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ทั้ง 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์)

กลุ่มตัวอย่าง : เลือกจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) และนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ทั้ง 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์)

โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ(Stratified Sampling) โดยแบ่งกลุ่มของพื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ส่วน คือ

(1) จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง 259 คน(อำเภอแม่สาย)

(2) จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวปานกลาง 107 คน (อำเภอพาน)

(3) จำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวต่ำ 34 คน (อำเภอเวียงชัย)

ในการแบ่งตัวอย่างของแต่ละกลุ่มย่อยให้ขนาดของตัวอย่างของกลุ่มย่อยเป็นสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะใช้ค่าเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มในการคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างย่อย

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

(1) แบบสอบถาม

สำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อ 2 3 และ 4

(2) การสัมภาษณ์

สำหรับตอบคำถามการวิจัยข้อ 2 3 4 และ 5

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

(2) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

3.2 แผนงานของโครงการ

คำถามวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
1. ผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีอะไรบ้าง	1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง	1. ค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	1. ทราบว่าผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีอะไรบ้าง	1 พ.ค. – 30 มิ.ย. 48 (2 เดือน)
2. รูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร	1. แบบสอบถาม 2. จัดประชุมระดมความคิดเห็น	1. นำแบบสอบถามแจก ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) 2. จัดประชุมระดมความคิดเห็น. ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP)	1. ทราบถึงรูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	1 มิ.ย. – 31 ต.ค. 48 (5 เดือน)
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	1. แบบสอบถาม 2. จัดประชุมระดมความคิดเห็น 3. เอกสารที่เกี่ยวข้อง	1. นำแบบสอบถามแจก ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) 2. จัดประชุมระดมความคิดเห็น	1. ทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน	1 มิ.ย. – 31 ต.ค. 48 (5 เดือน)

เป็นอย่างไรบ้าง		คิดเห็น.ของผู้ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ (OTOP) 3. ค้นคว้าจาก เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	จังหวัดเชียงราย	
4. วิธีการ โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับ อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไร	1. แบบสอบถาม 2. จัดประชุม ระดมความ คิดเห็น 3. เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	1. นำ แบบสอบถาม แจก ผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ (OTOP) 2. จัดประชุม ระดมความ คิดเห็น.ของผู้ จำหน่ายสินค้า (OTOP) 3. ค้นคว้าจาก เอกสารที่ เกี่ยวข้อง	1. ทราบถึง วิธีการโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำหรับ อุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย	1 มิ.ย. – 31 ต.ค. 48 (5 เดือน)
5. ลักษณะของ ผลิตภัณฑ์ (OTOP)ที่ นักท่องเที่ยว ต้องการเป็น อย่างไร	1. แบบสอบถาม	1. นำ แบบสอบถาม แจกนักท่องเที่ยว ไทยและ ต่างประเทศ	1. ทราบถึง ลักษณะของ ผลิตภัณฑ์ (OTOP)ที่ นักท่องเที่ยว ต้องการ	1 มิ.ย. – 31 ต.ค. 48 (5 เดือน)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล(ตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1-4)

จากการดำเนินการวิจัยได้ผลการวิจัยเกี่ยวกับการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จ. เชียงราย จึงได้นำเสนอดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
1	15 ประชากร่วมใจ	ไม้กวาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
2	กระติบข้าวเหนียว	ศาลพระภูมิ	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
3	กลุ่มกระดาษสา แปรรูปผลิตภัณฑ์	กระดาษสา	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
4	กลุ่มงานไม้	ที่วาง โทรศัพท์มือถือ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
5	กลุ่มจักสานของ ใช้ด้วยไม้ไผ่	กระติบข้าว	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
		ข้อง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มีดาว	พาน
		ส้อม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มีดาว	พาน
6	กลุ่มจักสาน ทางมะพร้าว	ตะกร้า ทางมะพร้าว	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	พาน
7	กลุ่มจักสานหมวก ใบตาล	หมวกใบตาล	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
8	กลุ่มชุมชน	ดินสอพอง	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
9	กลุ่มดอกไม้ ประดิษฐ์	ดอกไม้ประดิษฐ์	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มีดาว	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
10	กลุ่มตะกร้า-ไม้กวาด	ตะกร้า	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
		ไม้กวาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
11	กลุ่มตัดเย็บผ้าห่ม ลำลีและผ้าเช็ด เท้า	พรมเช็ดเท้า	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
		ผ้าห่มลำลี	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
12	กลุ่มตัดเย็บพรม เช็ดเท้า	ผ้าเช็ดเท้า	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	พาน
13	กลุ่มตีเหล็ก	เคียวเกี่ยวข้าว	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
		มีด	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก		พาน
14	กลุ่มถักยอ	ยอ	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
15	กลุ่มทอผ้าไทลื้อ	กระเป๋าทูง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
		เสื้อผ้า	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
16	กลุ่มทำขนม ม.4	กล้วยอบ	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
		ขนมดอกจอก	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
		ขนมทองม้วน	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
17	กลุ่มทำดอกไม้ ประดิษฐ์	ดอกมะลิทำจาก ผ้า	อาหาร	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
18	กลุ่มทำดอกไม้ผ้า ใยบัว	ดอกไม้ประดิษฐ์	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
19	กลุ่มทำไม้กวาด	จักสานไม้ไผ่ (กระติบข้าว)	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
20	กลุ่มประดิษฐ์ ดอกไม้แห้งและ ของที่ระลึก	ดอกไม้แห้ง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	พาน
21	กลุ่มปักจักร ปัก ฉลุ	ผ้าปักพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
22	กลุ่มปุ๋ยทำบันได	ปุ๋ยหมักชีวภาพ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
23	กลุ่มปุ๋ยหมัก	ปุ๋ยหมัก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
24	กลุ่มปุ๋ยหมัก ชีวภาพ บ้านทุ่ง พัฒนา	ปุ๋ยหมักชีวภาพ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
25	กลุ่มปุ๋ยหมัก ชีวภาพ อบต. ม่วงคำ	ปุ๋ยหมักชีวภาพ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
26	กลุ่มปุ๋ยหมักบ้าน วังชมพู่	ปุ๋ยหมักชีวภาพ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
27	กลุ่มแปรรูป วัตถุดิบพื้นบ้าน	หน่อไม้อัดปิ้ง	อาหาร	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
28	กลุ่มแปรรูป อาหารผลผลิต การเกษตร	ทองม้วน	อาหาร	2	พาน
		ข้าวเกรียบ	อาหาร	2	พาน
29	กลุ่มผลิตภัณฑ์ จากเปลือก ข้าวโพด	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
		ตะกร้าหอม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	1	พาน
30	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้ กวาด	ไม้กวาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
31	กลุ่มผู้ปลูก สมุนไพร	สมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	พาน
32	กลุ่มผู้ผลิต แคบหมู	แคบหมู	อาหาร	2	พาน
		เส้นอ่อน	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
33	กลุ่มผู้สูงอายุ	ผลิตภัณฑ์จาก กะลามะพร้าว	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
34	กลุ่มพัฒนาสตรี เย็บผ้าปักผ้า พื้นเมือง	ผ้าปักพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	4	พาน
35	กลุ่มพัฒนาฝีมือ สตรี	วุ้นน้ำมะพร้าว	อาหาร	2	พาน
36	กลุ่มผ้าใบกันสาด	ผ้าใบกันสาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
37	กลุ่มพัฒนาสตรี หมู่ 12	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	1	พาน
38	กลุ่มพัฒนาสตรี บ้านวังชมพู	สุราแช่	อาหาร	1	พาน
39	กลุ่มพัฒนาอาชีพ ทำขนม	ขนม	อาหาร	2	พาน
40	กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรแปรรูป สมุนไพร	ครีมมะขาม	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	พาน
		ซาโปหม่อน	เครื่องดื่ม	2	พาน
		ไบเตยอบแห้ง	เครื่องดื่ม	2	พาน
		มะขามแก้ว	อาหาร	3	พาน
		ลำไยอบแห้ง	อาหาร	2	พาน
41	กลุ่มแม่บ้านดอนต้นสามัคคี	แชมพู สมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
42	กลุ่มแม่อำเภอศีลา	ครก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
43	กลุ่มสตรีข้าวซ้อมมือและแปรรูปข้าว	ข้าวซ้อมมือ	อาหาร	2	พาน
44	กลุ่มสตรีบ้านเหมืองง่า	พวงหรีด	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
45	กลุ่มสตรีสหกรณ์	ดอกไม้แห้ง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
46	กลุ่มสตรีสหกรณ์ ต.ป่าหุ้ง	ถุงมือและหมวก คลุมหน้า	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	พาน
		รองเท้าผ้า	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
		ผ้าห่ม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
		พรมเช็ดเท้า	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
47	กลุ่มสตรีสหกรณ์ ตำบลป่าหุ้ง (แปรรูปอาหาร)	ถั่วสมุนไพร	อาหาร	4	พาน
		แหนมเนื้อ	อาหาร	3	พาน
		แหนมหมู	อาหาร	3	พาน
48	กลุ่มสตรีสหกรณ์ ไม้กวาดบ้านป่า หัด	ไม้กวาดดอก หญ้า	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
49	กลุ่มสมุนไพร	แชมพู	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
		น้ำยาล้างจาน	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
50	กลุ่มสหกรณ์จัก สานบ้านสันกอ เหียง	กรงขังนก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	3	พาน
51	กลุ่มเสริมสร้าง ธุรกิจประชาคม ปาก่อ	ปลานิล	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
		ปลาเผา	อาหาร	3	พาน
52	กลุ่มสาม ม.	การบูรสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
53	กลุ่มเสื้อก	เสื้อ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	1	พาน
		เสื้อก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	1	พาน
54	กลุ่มหัตถกรรม หมอนสม็อค	หมอนสม็อค	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
55	กลุ่มหัตถกรรมผ้า ถักด้วยโครเชต์	เสื้อก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
56	กลุ่มอาชีพ หัตถกรรมผ้าไทย ในชนบท	เบาะนั่ง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
		ผ้าห่ม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
57	ข้าวซ้อมมือเพื่อ สุขภาพบ้านสัน มะเหมา	ข้าวซ้อมมือ	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
58	ข้าวหลามแม่ อัมพร ซอย 4	ข้าวหลาม	อาหาร	2	พาน
59	ชมรมสานถุงถัก ใส่ปลา	ถุงถักใส่ปลา	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
60	ตะกร้าพลาสติก เหนียว	ตะกร้า ทางมะพร้าว	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
		ตะกร้าแบบต่าง ๆ หลายรูปทรง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน
		ตะกร้าผลไม้ และอื่น ๆ ตาม สั่ง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		ตุ่ง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	พาน
61	นพดลการเกษตร	กระเทียมดอง	อาหาร	2	พาน
62	นวดแผนไทย	ลูกประคบ สมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	พาน
63	นางฉัตรดา ยานโน	กล้วยอบเนย	อาหาร	2	พาน
64	นางรัฎฐิกา พอก แก้ว	ขนมถาด	อาหาร	2	พาน
65	นางลักขณา เพิ่ม สุขลาภ	วุ้นน้ำมะพร้าว	อาหาร	2	พาน
66	นางแสงจันทร์ คำตา	แคบหมู	อาหาร	2	พาน
67	นายก้องคำ ยานโน	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
68	นายสมพล ดารา สุวรรณ	หมุยยอ	อาหาร	2	พาน
69	แปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร ต. สันติสุข	ลำไยอบแห้ง	อาหาร	4	พาน
70	แปรรูปอาหาร	น้ำพริกตาแดง	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
		น้ำพริกหนุ่ม	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
		หมุย่างสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
71	ผู้ปลูกและทอเสื่อ กก	เสื่อกก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
72	ไม้กวาดบ้านร่อง ธารกลาง	ไม้กวาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	พาน
73	วังชมภูการสุรา	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
74	สตรีสหกรณ์ ต. สันมะเค็ด	ข้าวกล้อง	อาหาร	2	พาน
75	สหกรณ์ การเกษตรเมือง พาน	ข้าวสาร	อาหาร	ไม่มี ดาว	พาน
76	สุ่มไก่	สุ่มไก่	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	พาน
77	หจก.เชียงใหม่ อาร์ต ฟลอร่า	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	พาน
78	หจก.ไม้เขียว	สุรา	เครื่องดื่ม	2	พาน
79	หจก.สีตะบุตรสุรา กลั่น	สุราขาว 40 ดีกรี	เครื่องดื่ม	2	พาน
80	หจก.เหมืองง่า สุรากลั่น	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
81	กลุ่มศิลปะ ประดิษฐ์และของ ที่ระลึก ดอกไม้จันทร์และ ตุ๊ก	ดอกไม้จันทร์	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	พาน
		ตุ๊ก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	พาน
82	กลุ่มแกะสลักหิน สวยงาม	กำไลหยก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ของที่ระลึก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		เครื่องประดับ หยก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		งานแกะสลัก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		พระพุทธรูป แกะสลัก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	3	แม่สาย
83	กลุ่มจักสานบ้าน สันธาตุ	ตะกร้าหวาย	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
84	กลุ่มตัดเย็บชุด กีฬาแม่บ้านหมู่ 7	ชุดวอร์ม	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		เสื้อ-กางเกง ชุด กีฬา	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		เสื้อยืด เสื้อโปโล	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	แม่สาย
85	กลุ่มประดิษฐ์ไม้ และจักสาน	ประดิษฐ์ดอกไม้ ด้วยดินหอม	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	3	แม่สาย
		ยาหม่องน้ำ	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	แม่สาย
		หมวย่างสมุนไพร	อาหาร	3	แม่สาย
86	กลุ่มผ้าปัก ชุมชนด้วยเม็ดเงิน	เสื้อผ้าสตรี พื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	แม่สาย
		เสื้อผ้าสำเร็จรูป พื้นเมืองสตรี	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	แม่สาย
87	กลุ่มผ้าปัก พื้นเมืองลานนา ชุมชนไม้ดุงชน	ผ้าปักพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		เสื้อผ้าสตรี พื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
88	กลุ่มไม้กวอนอิม	กวอนอิมตัด	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		กวอนอิมประกอบ	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		กวอนอิมสาน	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
89	กลุ่มพัฒนา เศรษฐกิจชุมชน (กลุ่มสาขา)	แชมพูสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำยาล้างจาน	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	แม่สาย
90	กลุ่มพัฒนาสตรี บ้านป่าเหมือด (กลุ่มแปรรูปพริก สมุนไพร)	ถั่วสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำพริกข่า	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำพริกตาแดง	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำพริกเผ	อาหาร	5	แม่สาย
		น้ำพริกแมงดา	อาหาร	2	แม่สาย
		น้ำพริกลาบ	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
91	กลุ่มแม่บ้าน บ้าน ใหม่พัฒนา	เครื่องแกง	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำพริกลาบ	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
92	กลุ่มแม่บ้าน เกษตรบ้านสัน ถนนเหนือ	ข้าวหอมมะลิ	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ศาลพระภูมิ	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
93	กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร บ้านสันถนนใต้	ขนมดอกจอก	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ขนมทองม้วน	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ขนมหัวแตก	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
94	กลุ่มแม่บ้านสัน โค้ง	เสื่อกก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
95	กลุ่มสตรีบ้านทุ่ง เกลี้ยง	การบูรสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	แม่สาย
		จานรองแก้ว	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	แม่สาย
		พวงกุญแจ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	แม่สาย
		หมอนซาตัม กลิ่น	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	แม่สาย
96	กลุ่มสหกรณ์ สตรีอบอวรี สาขา 3	น้ำลินจี	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำสตรีอบอวรี	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ไวน์ผลไม้และ สมุนไพร	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		สตรีอเบอริสด	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		สตรีอเบอริ อบแห้ง	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
97	กลุ่มเสื้อก พัฒนา	เสื้อปุ้โต๊ะแบบ ทยอยกลาย	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	แม่สาย
		เสื้อผืนแบบ ธรรมดา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		เสื้อพับแบบ ทยอยกลาย	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		เสื้อพับแบบไม่มี ลาย	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
98	กลุ่มหัตถกรรม การทำหวาย	ชั้นโตก เล็ก กลาง ใหญ่	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ตะกร้าแบบต่าง ๆ หลายรูปทรง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ตะกร้าผลไม้ และอื่น ๆ ตาม สั่ง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		หูกกระเป๋าหลาย แบบ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
99	กลุ่มอาชีพทำไม้ กวาดทำศาลา	ไม้กวาดดอก หญ้า	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ไม้กวาด	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ไม้กวาด ทางมะพร้าว	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		ไม้ฉลุพื้น	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
100	กลุ่มอาชีพ แม่บ้านห้วยไคร้ หมู่ 7	ไข่เค็มสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
101	น้ำจิ้มไวน์	ไวน์ผลไม้และ สมุนไพร	เครื่องดื่ม	2	แม่สาย
		ผลไม้สด	อาหาร	3	แม่สาย
		ผลไม้อบแห้ง	อาหาร	2	แม่สาย
		น้ำหวาน	เครื่องดื่ม	3	แม่สาย
102	สหกรณ์สตรีอบบอ ริ้จำกัด สาขา 3	น้ำลินจี่	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำสตรีอบบอริ้	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ไวน์ผลไม้และ สมุนไพร	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	แม่สาย
103	สิ่งหนึ่งแกะสลัก หยก	พระแก้วมรกต	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	4	แม่สาย
104	กลุ่มประดิษฐ์ไม้ ดอกและสาน ตะกร้าจาก กระดาษบ้านจ้อง	การสานตะกร้า และจักสาน	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ดอกไม้ทำจาก ดินเผา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ตะกร้าจาก กระดาษ โทรศัพท์	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		ตะกร้าจากวัสดุ เหลือใช้	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		น้ำพริกเผา	อาหาร	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ประดิษฐ์ดอกไม้ ด้วยดินหอม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	แม่สาย
		ยาหม่องน้ำ	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	แม่สาย
105	ไม่มีชื่อกลุ่ม	ของชำร่วย	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
106	กลุ่มข้าวโพดเพื่อ การผลิตบ้านไทร แก้ว	ผลิตภัณฑ์ ดอกไม้จาก ข้าวโพด	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		พืชไร่และปลูก ข้าวโพด	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		ไวน์ผลไม้และ สมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
107	ตัดเย็บเสื้อผ้า พื้นเมือง	เสื้อผ้าสำเร็จรูป พื้นเมืองสตรี	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียง ชัย
		เสื้อผ้าสำเร็จรูป พื้นเมืองบุรุษ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
108	กลุ่มตัดเย็บหมวก ความบอยและ กระเป๋าหนัง	กระเป๋าแฟชั่น	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียง ชัย
		กระเป๋าสตางค์	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		กระเป๋าเสื้อกัก	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		กระเป๋ากเอกสาร	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		ถุงมือ ถุงเท้าลง นา	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียง ชัย
		หมวกคาวบอย	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียง ชัย
		หมวกสายมัด	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียง ชัย
109	กลุ่มทอผ้าบ้านท่า บันได	ผ้าทอ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียง ชัย
110	กลุ่มทอผ้าบ้าน เวียงเดิม	ผ้าคลุมไหล่	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียง ชัย
		ผ้าพันคอ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
111	กลุ่มทอผ้าไหม ไท่แก้ว	ผ้าไหมทอมือ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียง ชัย
112	กลุ่มแปรรูป ผลผลิต การเกษตร	กล้วยทรงเครื่อง	อาหาร	2	เวียง ชัย
		ข้าวเกรียบ ฟักทอง	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		เบรกดตาก	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		เครื่องเทศปั่น บรรจุซอง	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		มะเขว่นใส่ถุง	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับ ดาว	อำเภอ
		น้ำพริกป่นผสม เครื่องเทศ	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
113	กลุ่มผลิตและแปรรูป กระดาษสา	กระดาษสา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	4	เวียง ชัย
		กล่องกระดาษ สา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	3	เวียง ชัย
		ถุงกระดาษสา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
114	กลุ่มผู้สูงอายุโดย ชุมชนวันพนาลัย	ที่นอนปิกนิก	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	เวียง ชัย
		เบาะนั่ง	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	เวียง ชัย
		ผ้าปูนั่งพระ	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	เวียง ชัย
		ผ้าห่มนวม	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	เวียง ชัย
115	กลุ่มเพาะเห็ด เวียงเดิม	เห็ดนางฟ้า-เห็ด นางลม	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
116	กองทุนพัฒนา ชุมชนบ้านสัน สลิด	กระดาษสา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	2	เวียง ชัย
		ผลิตภัณฑ์จาก กระดาษสา	เครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
117	เกษตรก้าวไกล	น้ำตะไคร้	เครื่องดื่ม	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
		หมูย่างสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
118	อาสาสมัคร สาธารณสุขเวียง ชัย	แชมพู	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ดาว	เวียง ชัย
119	อุดรกลุ่มกิ่งไม้	ลูกกรง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	เวียง ชัย

จากตารางที่ 1 ได้เลือกตัวอย่างจาก 3 อำเภอ ซึ่งประกอบด้วยอำเภอแม่สาย พานและเวียงชัย ทั้งหมดจำนวน 119 กลุ่ม มีผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมดจำนวน 221 ผลิตภัณฑ์ โดยแยกออกเป็นผลิตภัณฑ์ของอำเภอแม่สายมาจาก 23 กลุ่มจำนวน 72 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของอำเภอพานมาจาก 81 กลุ่มจำนวน 111 ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ของอำเภอเวียงชัยมาจาก 15 กลุ่มจำนวน 38 ผลิตภัณฑ์ แต่ละผลิตภัณฑ์มีระดับดาวแตกต่างกันออกไป และบางผลิตภัณฑ์ไม่มีดาวซึ่งหมายถึง ไม่ได้ส่งผลิตภัณฑ์ OTOP เข้าสู่การจัดสรรดาวระดับประเทศของกรมการพัฒนาชุมชน ในปี 2547 (อาจเนื่องมาจากมีหลายผลิตภัณฑ์ จึงได้เลือกส่งไปเป็นบางผลิตภัณฑ์เท่านั้น) และกรมการพัฒนาชุมชนกำลังดำเนินการจัดสรรดาวระดับประเทศครั้งถัดมาในปี 2549 นี้

ตารางที่ 4.2

รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน	327	81.75
2. ชมรม	5	1.25
3. สมาคม	0	0
4. สหกรณ์	43	10.75
5. มูลนิธิ	1	0.25
6. บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	5	1.25
7. อื่นๆ	17	4.25
8. ไม่เลือก	2	0.50
รวม	400	100.00

รูปแบบการรวมธุรกิจเป็นกลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้านจำนวน 327 รายคิดเป็นร้อยละ 81.75
 ชมรมจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.25 สมาคมจำนวน 0 ราย คิดเป็นร้อยละ 0 สหกรณ์จำนวน
 43รายคิดเป็นร้อยละ 10.75 มูลนิธิจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.25 บริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำนวน 5
 รายคิดเป็นร้อยละ 1.25 อื่นๆจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 4.25ไม่เลือกจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อย
 ละ 0.50

ตารางที่ 4.3

สถานะของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1.กลุ่มผู้ผลิตของชุมชน	335	83.75
2.จดทะเบียน SMEs	14	3.50
3.กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและจดทะเบียน SMEs	8	2.00
4.ไม่เลือก	43	10.75
รวม	400	100.00

สถานะของกลุ่มเป็นกลุ่มผู้ผลิตของชุมชนจำนวน 335 รายคิดเป็นร้อยละ 83.75 จด
 ทะเบียน SMEsจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 3.50 กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและจดทะเบียน SMEs
 จำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 2.00 ไม่เลือกจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 4.4

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ(ปี)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี – 6 ปี	342	85.50
7 - 12	36	9.00
13- 18	12	3.00
19 - 24	1	0.25
25 - 30	1	0.25
31 -36	2	0.50
ไม่เลือก	6	1.50
รวม	400	100.00

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ น้อยกว่า 1 ปี ถึง 6 ปี จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 ระหว่าง 7-12 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9 ระหว่าง 13-18 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 ระหว่าง 19-24 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ระหว่าง 31-36 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ไม่เลือกจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4.5

จำนวนสมาชิก(คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เลือก	6	1.50
1 - 20	181	45.25
21 - 40	154	38.50
41 - 60	50	12.50
61 - 80	5	1.25
81 - 100	0	0.00
101 - 120	1	0.25
121 - 140	0	0.00
141 - 160	2	0.50
161 - 180	0	0.00
180 - 200	0	0.00
มากกว่า 200	1	0.25
รวม	400	100.00

จำนวนสมาชิกระหว่าง 1-20 คน มีจำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.25 ระหว่าง 21-40 คน มีจำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 ระหว่าง 41-60 คน มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระหว่าง 61-80 คน มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ระหว่าง 81-100 คน มีจำนวน 0 ราย คิดเป็นร้อยละ 0 ระหว่าง 101-120 คน มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ระหว่าง 121-140 คน มีจำนวน 0 ราย คิดเป็นร้อยละ 0 ระหว่าง 141-160 คน มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ระหว่าง 161-180 คน มีจำนวน 0 ราย คิดเป็นร้อยละ 0 ระหว่าง 180-200 คน มีจำนวน 0

ราย คิดเป็นร้อยละ 0 มากกว่า 200 คน มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ไม่เลือกมีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4.6

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
1. กองทุนหมู่บ้าน	135	33.33
2. อื่น ๆ (ทุนส่วนตัว/ ธ.ก.ส./ งบประมาณจาก อ.บ.ต./ เทศบาล/จากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ)	270	66.67
รวม	405	100.00

แหล่งเงินทุน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้แหล่งเงินทุนจากหลายแหล่ง จึงสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ มาจากกองทุนหมู่บ้านจำนวน 135 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 อื่น ๆ (ทุนส่วนตัว ธกส, งบประมาณจาก อบต. เทศบาลและจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ)จำนวน 270 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67

1. ผลิตกัณฑ์

ตารางที่ 4.7

ตรายี่ห้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. มีตรายี่ห้อ	125	31.25
2. ไม่มีตรายี่ห้อ	275	68.75
รวม	400	100.00

ผลิตกัณฑ์มีตรายี่ห้อมีจำนวน 125 รายคิดเป็นร้อยละ 31.25 ไม่มีตรายี่ห้อมีจำนวน 275 รายคิดเป็นร้อยละ 68.75

ตารางที่ 4.8

รูปแบบสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1.ไม่มีการพัฒนารูปแบบ	37	9.25
2.มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นาน ๆ ครั้ง	145	36.25
3.มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ	202	50.50
4.ไม่เลือก	16	4.00
รวม	400	100.00

รูปแบบของสินค้าไม่มีการพัฒนารูปแบบจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 9.25 มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นาน ๆ ครั้งจำนวน 145 รายคิดเป็นร้อยละ 36.25 มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอจำนวน 202 รายคิดเป็นร้อยละ 50.50 ไม่เลือกจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.9

การออกแบบผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ตามคู่แข่งชั้น	2	0.42
2. ตามคำสั่งของลูกค้า	241	51.06
3. ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ของทางราชการ	42	8.90
4. ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม	183	38.77
5. อื่น ๆ	4	0.85
รวม	472	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามคู่แข่งชั้นจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 0.42 ตามคำสั่งของลูกค้าจำนวน 241 รายคิดเป็นร้อยละ 51.06 ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ของทางราชการจำนวน 42 รายคิดเป็นร้อยละ 8.90 ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่มจำนวน 183 รายคิดเป็นร้อยละ 38.77 อื่น ๆ จำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 0.85

ตารางที่ 4.10

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้า	41	10.25
2. รูปแบบง่าย ๆ รักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะหนึ่งแต่ขาดรายละเอียดที่ควรระบุตามมาตรฐาน	80	20.00
3. รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ	162	40.50
4. ไม่มีบรรจุภัณฑ์	110	27.50
5. ไม่เลือก	7	1.75
รวม	400	100.00

รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้าจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 10.25 รูปแบบง่าย ๆ รักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะหนึ่งแต่ขาดรายละเอียดที่ควรระบุตามมาตรฐานจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 20.00 รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ จำนวน 162 รายคิดเป็นร้อยละ 40.50 ไม่มีบรรจุภัณฑ์จำนวน 110 รายคิดเป็นร้อยละ 27.50 ไม่เลือกจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.11

คุณภาพสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มาก	46	11.50
ปานกลาง	341	85.25
น้อย	7	1.75
ไม่เลือก	6	1.50
รวม	400	100.00

ในด้านคุณภาพสินค้าผู้ขายคิดว่าผลิตภัณฑ์ของตัวเองมีคุณภาพมากจำนวน 46 รายคิดเป็นร้อยละ 11.50 ปานกลางจำนวน 341 รายคิดเป็นร้อยละ 85.25 น้อยจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.75 ไม่เลือกจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4.12

การขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาก	57	14.25
ปานกลาง	159	39.75
น้อย	140	35.00
ไม่มีปัญหา	37	9.25
ไม่เลือก	7	1.75
รวม	400	100.00

ปัญหาด้านการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มากจำนวน 57 รายคิดเป็นร้อยละ 14.25 ปานกลางจำนวน 159 รายคิดเป็นร้อยละ 39.75 น้อยจำนวน 140 รายคิดเป็นร้อยละ 35.00 ไม่มีปัญหาจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 9.25 ไม่เลือกจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.13

ผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับ	จำนวน	ร้อยละ
มาก	53	13.25
ปานกลาง	125	31.25
น้อย	149	37.25
ไม่มีปัญหา	63	15.75
ไม่เลือก	10	2.50
รวม	400	100.00

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับมากจำนวน 53 รายคิดเป็นร้อยละ 13.25 ปานกลางจำนวน 125 รายคิดเป็นร้อยละ 31.25 น้อยจำนวน 149 รายคิดเป็นร้อยละ 37.25 ไม่มีปัญหาจำนวน 63 รายคิดเป็นร้อยละ 15.75 ไม่เลือกจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4.14

การขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาก	187	46.75
ปานกลาง	153	38.25
น้อย	14	3.50
ไม่มีปัญหา	34	8.50
ไม่เลือก	12	3.00
รวม	400	100.00

การขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก 187 จำนวนรายคิดเป็นร้อยละ 46.75 ปานกลางจำนวน 153 รายคิดเป็นร้อยละ 38.25 น้อยจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 3.50 ไม่มีปัญหาจำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 8.50 ไม่เลือกจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 3.00

2. ราคา

ตารางที่ 4.15

วิธีการกำหนดราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร	69	14.97
2. ตั้งตามผู้นำตลาด	19	4.12
3. ตั้งตามความต้องการตลาด	61	13.23
4. ตั้งตามต้นทุน	294	63.77
5. ตั้งตามคู่แข่งชั้น	6	1.30
6. อื่นๆ	5	1.08
7. ไม่เลือก	7	1.52
รวม	400	100.00

วิธีการกำหนดราคาสินค้าตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไรจำนวน 69 รายคิดเป็นร้อยละ 14.97 ตั้งตามผู้นำตลาดจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 4.12 ตั้งตามความต้องการตลาดจำนวน 61 รายคิดเป็นร้อยละ 13.23 ตั้งตามต้นทุนจำนวน 294 รายคิดเป็นร้อยละ 63.77 ตั้งตามคู่แข่งชั้น

จำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.30 อื่นๆ จำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.08 ไม่เลือกจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.52

ตารางที่ 4.16

การกำหนดระดับราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. สูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	25	6.25
2. เท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	191	47.75
3. ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	182	45.50
4. ไม่เลือก	2	0.50
รวม	400	100.00

การกำหนดระดับราคาสินค้าสูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกันจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 6.25 เท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกันจำนวน 191 รายคิดเป็นร้อยละ 47.75 ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกันจำนวน 182 รายคิดเป็นร้อยละ 45.50 ไม่เลือกจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.17

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ขายเงินสด	161	40.25
2. ขายเงินเชื่อ	6	1.50
3. ขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ	230	57.50
4. ไม่เลือก	3	0.75
รวม	400	100.00

วิธีการจำหน่ายสินค้า ขายเงินสดจำนวน 161 รายคิดเป็นร้อยละ 40.25 ขายเงินเชื่อจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50 ขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อจำนวน 230 รายคิดเป็นร้อยละ 57.50 ไม่เลือกจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 4.18

วิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 15 วัน	56	14.00
2. 16-30 วัน	148	37.00
3. 31-45 วัน	44	11.00
4. มากกว่า 45 วัน	33	8.25
5. ให้ทุกกรณี	2	0.50
6. ไม่เลือก	117	29.25
รวม	400	100.00

วิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า น้อยกว่า 15 วันจำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 14.00 ระหว่าง 16-30 วันจำนวน 148 รายคิดเป็นร้อยละ 37.00 ระหว่าง 31-45 วันจำนวน 44 รายคิดเป็นร้อยละ 11.00 มากกว่า 45 วันจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 8.25 ให้ทุกกรณีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 0.50 ไม่เลือกจำนวน 117 รายคิดเป็นร้อยละ 29.25

ตารางที่ 4.19

ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มาก	21	5.25
ปานกลาง	164	41.00
น้อย	154	38.50
ไม่มีปัญหา	33	8.25
ไม่เลือก	28	7.00
รวม	400	100.00

ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้ามากจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 5.25 ปานกลาง ร้อยละจำนวน 164 รายคิดเป็น 41.00 น้อยจำนวน 154 รายคิดเป็นร้อยละ 38.50 ไม่มีปัญหา จำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 8.25 ไม่เลือกจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4.20

ความเหมาะสมทางด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
มาก	49	12.25
ปานกลาง	329	82.25
น้อย	13	3.25
ไม่เลือก	9	2.25
รวม	400	100.00

ความเหมาะสมทางด้านราคามากจำนวน 49 รายคิดเป็นร้อยละ 12.25 ปานกลางจำนวน 329 รายคิดเป็นร้อยละ 82.25 น้อยจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 3.25 ไม่เลือกจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 2.25

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.21

วิธีการขายผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ขายปลีก	302	42.78
2. ขายส่ง	270	38.24
3. ฝากขาย	108	15.30
4. อื่น ๆ	26	3.68
รวม	706	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการขายผลิตภัณฑ์ ขายปลีกจำนวน 302 รายคิดเป็นร้อยละ 42.78 ขายส่งจำนวน 270 รายคิดเป็นร้อยละ 38.24 ฝากขายจำนวน 108 รายคิดเป็นร้อยละ 15.30 อื่น ๆ จำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 3.68

ตารางที่ 4.22

พื้นที่ในการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. ร้านค้าชุมชน	310	45.93
2. ตลาดภายในจังหวัด	211	31.26
3. ตลาดต่างจังหวัด	138	20.44
4. ตลาดต่างประเทศ	16	2.37
รวม	675	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

พื้นที่ในการจัดจำหน่าย ร้านค้าชุมชนจำนวน 310 รายคิดเป็นร้อยละ 45.93 ตลาดภายในจังหวัดจำนวน 211 รายคิดเป็นร้อยละ 31.26 ตลาดต่างจังหวัดจำนวน 138 รายคิดเป็นร้อยละ 20.44 ตลาดต่างประเทศจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 2.37

ตารางที่ 4.23

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	286	38.70
2. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าปลีก----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	245	33.15
3. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าส่ง ----- > ผู้ค้าปลีก ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	206	27.88
4. อื่นๆ	2	0.27
รวม	739	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีจำนวน 286 รายคิดเป็นร้อยละ 38.70 กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าปลีก----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค มีจำนวน 245 รายคิดเป็นร้อยละ 33.15 กลุ่ม (ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าส่ง ----- > ผู้ค้าปลีก ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีจำนวน 206 รายคิดเป็นร้อยละ 27.88 และอื่นๆ มีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 0.27

ตารางที่ 4.24

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน	297	39.65
2. ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้	168	22.43
3. ร่วมงานการแสดงผลสินค้าของชุมชน ที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น	264	35.25
4. อื่นๆ	20	2.67
รวม	749	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการจำหน่ายสินค้าที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชนจำนวน 297 รายคิดเป็นร้อยละ 39.65 ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้จำนวน 168 รายคิดเป็นร้อยละ 22.43 ร่วมงานการแสดงผลสินค้าของชุมชนที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้นจำนวน 267 รายคิดเป็นร้อยละ 35.25 อื่นๆจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 2.67

ตารางที่ 4.25

ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	44	11.00
2. ปานกลาง	337	84.25
3. น้อย	8	2.00
4. ไม่เลือก	11	2.75
รวม	400	100.00

ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากจำนวน 44 รายคิดเป็นร้อยละ 11.00 ปานกลางจำนวน 337 รายคิดเป็นร้อยละ 84.25 น้อยจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 2.00 ไม่เลือกจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 4.26

วิธีการหาลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	370	59.58
2. หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำ	222	35.75
3. อื่นๆ	29	4.67
รวม	621	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการหาลูกค้าหาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขายจำนวน 370 รายคิดเป็นร้อยละ 59.58 หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำจำนวน 222 รายคิดเป็นร้อยละ 35.75 และอื่นๆ จำนวน 29 รายคิดเป็นร้อยละ 4.67

ตารางที่ 4.27

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1. หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	139	30.35
2. หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำ	107	23.36
3. ติดต่อให้หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำ	65	14.19
4. อื่นๆ	147	32.10
รวม	458	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศหาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขายจำนวน 139 รายคิดเป็นร้อยละ 30.35 หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำจำนวน 107 รายคิดเป็นร้อยละ 23.36 ติดต่อให้หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำจำนวน 65 รายคิดเป็นร้อยละ 14.19 อื่นๆจำนวน147 รายคิดเป็นร้อยละ 32.10

ตารางที่ 4.28

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1. ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยและบริเวณใกล้เคียง	338	48.35
2. ลูกค้าหรือผู้บริโภคต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว	305	43.63
3. ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยต่างประเทศ	56	8.01
รวม	699	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยและบริเวณใกล้เคียงจำนวน 338 รายคิดเป็นร้อยละ 48.35 ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวจำนวน 305 รายคิดเป็นร้อยละ 43.63 ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยต่างประเทศจำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 8.01

ตารางที่ 4.29

ปัญหาด้านการขาดความรู้ความสามารถในการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	144	29.03
2. ปานกลาง	169	34.07
3. น้อย	169	34.07
4. ไม่มีปัญหา	8	1.61
5. ไม่เลือก	6	1.21
รวม	496	100.00

ปัญหาด้านการขาดความรู้ความสามารถในการตลาดมากจำนวน 144 รายคิดเป็นร้อยละ 29.03 ปานกลางจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 34.07 น้อยจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 34.07 ไม่มีปัญหาจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 1.61 ไม่เลือกจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.21

ตารางที่ 4.30

ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	169	42.25
2. ปานกลาง	147	36.75
3. น้อย	45	11.25
4. ไม่มีปัญหา	30	7.50
5. ไม่เลือก	9	2.25
รวม	400	100.00

ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่ายมากจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 42.25 ปานกลางจำนวน 147 รายคิดเป็นร้อยละ 36.75 น้อยจำนวน 45 รายคิดเป็นร้อยละ 11.25 ไม่มีปัญหาจำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 7.50 ไม่เลือกจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4.31

ปัญหาด้านการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	238	59.50
2. ปานกลาง	136	34.00
3. น้อย	15	3.75
4. ไม่มีปัญหา	6	1.50
5. ไม่เลือก	5	1.25
รวม	400	100.00

ปัญหาด้านการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดมากจำนวน 238 รายคิดเป็นร้อยละ 59.50 ปานกลางจำนวน 136 รายคิดเป็นร้อยละ 34.00 น้อยจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 3.75 ไม่มีปัญหาจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50 ไม่เลือกจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 4.32

ปัญหาด้านการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	191	47.75
2. ปานกลาง	136	34.00
3. น้อย	56	14.00
4. ไม่มีปัญหา	6	1.50
5. ไม่เลือก	11	2.75
รวม	400	100.00

ปัญหาด้านการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาดมากจำนวน 191 รายคิดเป็นร้อยละ 47.75 ปานกลางจำนวน 136 รายคิดเป็นร้อยละ 34.00 น้อยจำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 14.00 ไม่มีปัญหาจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50 ไม่เลือกจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 2.75

4. การส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.33

การส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มี	90	22.50
2. มี	310	77.50
รวม	400	100.00

การส่งเสริมการตลาด ไม่มีการส่งเสริมการตลาดจำนวน 90 รายคิดเป็นร้อยละ 22.50 มีการส่งเสริมการตลาดจำนวน 310 รายคิดเป็นร้อยละ 77.50

ตารางที่ 4.34

วิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1.โฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ โบปลิว ฯลฯ	78	9.41
2. ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน	291	35.10
3. ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ	37	4.46
4. การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน	131	15.80
5. การจัดทำ Website ของกลุ่มชุมชน	15	1.81
6. การร่วมงานแสดงสินค้า	269	32.45
7. อื่นๆ	8	0.97
รวม	829	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ โบปลิว ฯลฯจำนวน 78 รายคิดเป็นร้อยละ 9.41 ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชนจำนวน 291 รายคิดเป็นร้อยละ 35.10 ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ จำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 4.46 การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชนจำนวน 131 รายคิดเป็นร้อยละ 15.80 การจัดทำ Website ของกลุ่มชุมชนจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 1.81 การร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 269 รายคิดเป็นร้อยละ 32.45 อื่นๆจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 0.97

ตารางที่ 4.35

วิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. โทรทัศน์	10	2.75
2. หนังสือพิมพ์	1	0.27
3. วิทยุ	27	7.42
4. โบปลิว	188	51.65
5. เว็บไซต์	23	6.32
6. ภาคอื่นๆ	115	31.59
รวม	364	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (ไม่สามารถทราบได้ว่าไม่เลือกทุกรายการกี่คน)

วิธีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์โทรทัศน์จำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 2.75 หนังสือพิมพ์จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.27 วิทยุจำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 7.42 ไปปลิวจำนวน 188 รายคิดเป็นร้อยละ 51.65 เว็บไซต์จำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 6.32 ภาคอื่นๆ จำนวน 115 รายคิดเป็นร้อยละ 31.59

ตารางที่ 4.36

การรับประกันหรือรับคืนสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้	95	23.75
ได้บางอย่าง	189	47.25
ได้ทั้งหมด	89	22.25
ไม่เลือก	27	6.75
รวม	400	100.00

การรับประกันหรือส่งคืนสินค้าไม่ได้จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 ได้บางอย่างจำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 ได้ทั้งหมดจำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.25 ไม่เลือกจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.37

ความเหมาะสมของการส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
มาก	59	14.75
ปานกลาง	285	71.25
น้อย	26	6.50
ไม่เลือก	30	7.50
รวม	400	100

ความเหมาะสมทางด้านการส่งเสริมการขายมากจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.75 ปานกลางจำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.25 น้อยจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 ไม่เลือกจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50

การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง(ผู้ประกอบการ)กับการซื้อสินค้าOTOPในอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว จ.เชียงราย

(เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของนักท่องเที่ยวในคำถามการ
วิจัยข้อที่ 5)

1. อำเภอเวียงชัย

กลุ่มกระดาษสา

มีลักษณะการขายโดยมีการผลิตตามคำสั่งซื้อ นอกจากผลิตตามคำสั่งซื้อแล้วก็ไม่ได้
จำหน่ายในแหล่งอื่นเนื่องจากขาดศูนย์กลางในการจำหน่ายและยังขาดประสบการณ์ในการหา
ตลาดรวมถึงการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขาดความรู้ในการทำบรรจุภัณฑ์ ในการผลิตนั้นได้
ออกแบบลวดลายของกระดาษเองและใช้วัสดุธรรมชาติตกแต่งเป็นลวดลายบนกระดาษสา ปัญหา
ที่พบคือ การไม่ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนหมุนเวียน ไม่มีศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารระหว่าง
สินค้า OTOP ที่สามารถใช้ร่วมกันได้ เช่น กลุ่มผู้ผลิตเสื่อกกต้องการกระดาษสาเพื่อใช้ในการทำ
บรรจุภัณฑ์แต่ไม่ทราบข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตกระดาษสาเพราะอยู่คนละอำเภอ

กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมือง

มีการจำหน่ายเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้าเท่านั้น เนื่องจากขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ไม่
มีตลาดที่สามารถหารายได้ตลอดเวลา (ไม่มีหน้าร้านที่สามารถวางจำหน่ายทุกวันได้) ดังนั้นทำให้
ผู้ซื้อไม่ทราบถึงแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าพื้นเมือง เนื่องจากไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย ใน
ด้านการผลิตนั้นประสบปัญหาในด้านการขาดช่างฝีมือ ขาดประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้า
พื้นเมืองให้ทันสมัยและหลากหลาย และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรักษาสภาพ
เสื้อผ้าสำเร็จรูปให้คงสภาพใหม่อยู่เสมอ

กลุ่มทำหมวก

มีลูกค้ามาซื้อทุกฤดูกาลเนื่องจากมีร้านจำหน่ายและจำหน่ายตามงานเทศกาลและงาน
แสดงสินค้า แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับการจำหน่าย ปัญหาที่พบคือ ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐด้านเงินทุนและการตลาด

2. อำเภอพาน

กลุ่มปลานิล

มีการเปิดร้านติดกับถนนสายหลักและมีป้ายเชิญชวนให้ทานปลาอย่างชัดเจนทำให้มี
ลูกค้าเข้ามาทุกช่วงเวลา ซึ่งจะมีทั้งลูกค้าขาประจำและขาจร มีลักษณะการขายโดยใช้พนักงาน
ขายที่เป็นการสลับสับเปลี่ยนกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มทุกวัน จัดตารางการเฝ้าร้านโดยใช้สมาชิก

ในกลุ่มหมุนเวียนกัน(ให้ผลตอบแทนโดยจ่ายคืนเป็นเงินปันผลต่อหุ้น เนื่องด้วยใช้แหล่งเงินทุนจาก ทั้งกลุ่มสมาชิกและกู้ยืมจาก ธกส.) ปัญหาที่พบคือ ได้เงินทุนมาจาก ธกส. กับเงินค่าหุ้นของ สมาชิกเท่านั้น

กลุ่มแปรรูปอาหาร

ได้ทำการผลิตแหมมและถั่วทอดสมุนไพรตามคำสั่งซื้อและได้ฝากขายตามแหล่งจำหน่าย สินค้าต่างๆ เช่น ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ มีการผลิตแหมมทุกวัน ส่วนถั่วทอดสมุนไพร ทำการผลิตสัปดาห์ละครั้ง ปัญหาที่พบคือ เนื่องจากสินค้าที่ผลิตมีวิธีการขายโดยการฝากขาย ดังนั้นจึงรับเงินค่าสินค้าล่าช้า ส่งผลให้ขาดเงินหมุนเวียนในการดำเนินงาน

กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์/ของใช้/ผ้า/เครื่องติม

มีการจำหน่ายที่ศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้า OTOP ของอำเภอพาน ปัญหาที่พบคือ เนื่องจากแต่ละร้านไม่สามารถมาจำหน่ายสินค้าทุกวัน เช่น เป็นฤดูกาลทำนา ดังนั้นทำให้จำนวน ร้านค้าที่เปิดขายมีน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวมาแวะชม ไม่เกิดความประทับใจ หรืออีกกรณีหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นมีร้านจำหน่ายสินค้าจำนวนน้อยราย จึงไม่แวะชมสินค้า ทำให้ร้านที่มาจำหน่าย ได้จำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อย

3. อำเภอแม่สาย

กลุ่มเสื่อกก

มีการนำออกขายตามงานแสดงสินค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยได้เปิดร้านขายที่ ห้างขาย ทำให้ผู้ซื้อสามารถมาซื้อได้ตลอดเวลา ปัญหาที่พบคือ สินค้ามีคุณภาพแต่ผู้ผลิตขาด ความรู้ด้านการทำบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์แต่ไม่สวยงาม ขาด ประสบการณ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาด ในด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ยังขาดหลักเกณฑ์ในการควบคุม คุณภาพที่แน่นอนสมาชิกในกลุ่มไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด(แต่สินค้าค่อนข้างมีคุณภาพ) ขาดผู้มีฝีมือในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป (การนำเสื่อฝืนเล็กมาต่อกันเป็นฝืนใหญ่)

กลุ่มตัดเย็บสินค้าพื้นเมือง

มีการจำหน่ายตามศูนย์การจำหน่ายที่กลุ่ม OTOP จัดตั้งขึ้น (ใกล้ที่ว่าการอำเภอแม่สาย) และวางจำหน่ายที่ศูนย์การจำหน่ายสินค้า OTOP ในห้างเทสโก้โลตัส อำเภอแม่สาย โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ผ่านมายังอำเภอแม่สาย ปัญหาที่พบคือ ลูกค้าน้อย เนื่องจากลูกค้าได้มี เป้าหมายที่จะไปซื้อสินค้าที่ชายแดน(ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ) จึงทำให้ขายสินค้าได้น้อย สินค้ามีราคาแพง เนื่องจากไม่ได้จำหน่ายจากผู้ผลิตโดยตรง และมีต้นทุนเกี่ยวกับค่าจ้างคนเฝ้า

ร้าน กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวซึ่งจะได้จำหน่ายเฉพาะช่วงฤดูท่องเที่ยวเท่านั้น ลูกค้าที่เฝ้าร้านไม่ทราบข้อมูลจำเพาะของสินค้าไม่สามารถอธิบายได้เสมือนเป็นผู้ผลิตได้ ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าไม่คิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP จริง

การสัมภาษณ์ผู้ซื้อเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ OTOP ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จ. เชียงราย

(เพื่อต้องการทราบว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างไรในคำถามการวิจัยข้อที่ 5)

ผู้ซื้อชาวไทย

จากการสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 1-30 พฤศจิกายน 2548 มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 60 คน

ในด้านผลิตภัณฑ์ ได้สอบถามในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติ ความคงทน ความสวยงาม สรรพคุณและอื่นๆ พบว่า ผู้ซื้อคนไทยพอใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางขึ้นไป

ในด้านราคา ผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP มีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับปานกลาง มีน้อยรายที่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ OTOP มีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับน้อย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ OTOP บางชนิดมีราคาแพง ซึ่งเมื่อได้เก็บข้อมูลทางด้านผู้ขายทำให้ทราบว่า การที่ผลิตภัณฑ์ OTOP มีราคาแพงนั้นเนื่องมาจากการที่ต้องใช้แรงงานฝีมือซึ่งหาได้ยาก และต้องใช้ความละเอียดประณีต เช่น เสื่อกก ยิ่งต้องการลายสวยงาม ก็จะต้องใช้ความละเอียดและเชี่ยวชาญ ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ OTOP มีราคาแพง

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อคนไทยหาซื้อสินค้าได้ยาก เนื่องจาก จ. เชียงราย ยังขาดศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่พบจะมีเพียงแค่ศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของอ.พาน ซึ่งได้ทราบจากผู้ซื้อว่าศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของอ.พานนั้นมีผลิตภัณฑ์ OTOP จำหน่ายน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลักคือทำนา ดังนั้นในฤดูทำนา ผู้ประกอบการจะไม่มีเวลาจำหน่ายสินค้า ส่งผลทำให้ผู้มาเยี่ยมชมไม่ประทับใจ บางครั้งมีการจัดงานแสดงสินค้าของชุมชนของภาคราชการทำให้ผู้ซื้อสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ได้สะดวกขึ้นและมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย ในอ.เวียงชัย จะมีการจำหน่ายที่ร้านค้าของชุมชนซึ่งถ้าผู้ซื้อไม่สามารถหาร้านค้าของชุมชนให้พบได้ ก็จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในกรณีนี้มองในด้านของผู้ขายเอง ก็จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ได้น้อย ส่วนในอ.แม่สายมีร้านค้าของชุมชนบางร้านอยู่ติดถนนสายหลัก ก็สะดวกต่อการซื้อ แต่บางร้านก็ไม่ได้

อยู่ติดถนนใหญ่ทำให้หาค่อนข้างยาก นอกจากนั้นยังมีการวางจำหน่ายที่ห้างโลตัสทำให้ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้สะดวก

ดังนั้นจะเห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ถึงมาก มีน้อยรายเท่านั้นที่ไม่เหมาะสม เช่น อยู่ในซอยที่หายาก ไม่มีป้ายบอกทาง หรืออยู่ในหมู่บ้านที่หายาก

ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ซื้อคนไทยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP จากป้ายเชิญชวนร่วมงานที่ทางจังหวัดได้แขวนไว้เป็นจุดๆ ขยายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน การร่วมงานแสดงสินค้า

ผู้ซื้อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ OTOP ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โบปลิว เว็บไซต์และอื่นๆ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

การรับประกัน/ส่งคืนสินค้า ได้เฉพาะผลิตภัณฑ์ OTOP บางอย่าง

การส่งเสริมการขายมีความเหมาะสม มีผู้ซื้อบางรายเท่านั้นที่คิดว่าไม่เหมาะสม ซึ่งถ้ามองทางด้านผู้ขายแล้วจะเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP มีกำไรไม่มาก ดังนั้นจะไม่สามารถส่งเสริมการขายให้ได้ตรงตามผู้ซื้อต้องการได้

ผู้ซื้อชาวต่างชาติ

จากการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1-3 เมษายน 2549 และ 14-16 มิถุนายน 2549 มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 50 คน เป็นชายจำนวน 32 คน เป็นหญิงจำนวน 18 คน(สถานที่ได้แก่ วัดร่องขุ่น บริเวณเชิงเขาในท์บาร์ซาร์ ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงราย ฯลฯ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี โดยมีสัญชาติดังนี้ ออสเตรเลีย 2 คน แคนาดา 2 คน เดนมาร์ก 1 คน อังกฤษ 7 คน ฝรั่งเศส 2 คน เยอรมัน 3 คน ไอร์แลนด์ 2 คน เกาหลี 2 คน นอร์เวย์ 1 คน สเปน 2 คน สวีเดน 2 คน เดนมาร์ก 1 คน อเมริกา 12 คน มาเลเซีย 1 คน สวิสเซอร์แลนด์ 2 คน อิตาลี 1 คน ฟิลิปปินส์ 3 คน และจีน 1 คน

ส่วนใหญ่เคยมาประเทศไทย 1-2 ครั้ง มาบ่อยครั้ง 7 คนและมี 3 คนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

ในจำนวนผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีทั้งที่รู้จัก และไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ OTOP ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ในจำนวนผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดมีทั้งที่เคยและไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP โดยผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ซื้อจะเป็นเครื่องใช้เครื่องประดับตกแต่ง อาหาร ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก เครื่องดื่ม ผ้า และสมุนไพร มากน้อยตามลำดับ

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านคุณภาพ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านการออกแบบ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อโดยรวม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีถึงดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านราคา ส่วนใหญ่คิดว่าเป็นราคาที่ยุติธรรม และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

ความพอใจเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ OTOP กับราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

ในด้านสถานที่ซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านจำหน่ายของหมู่บ้าน/ตำบล เช่น ศูนย์กลางการจำหน่ายที่อ.พาน ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่วัดร่องขุ่น ร้านขายกล้วยตากแม่ลาวซึ่งมีร้านค้าติดกับถนนใหญ่และมีป้ายบอกไว้ชัดเจน และร่วมงานการแสดงสินค้าของชุมชนที่ภาคราชการศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้ มีบางส่วนที่ไม่ตอบคำถาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนมากคิดว่าสะดวก และมีบางส่วนที่ไม่ตอบคำถาม

ในด้านการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP

- มีการโฆษณาในทุกๆที่
- อ่านพบในหนังสือพิมพ์
- ไม่รู้ว่าผลิตภัณฑ์ใดเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP
- รู้จักผลิตภัณฑ์ OTOP จากการที่ได้มาอยู่ในประเทศไทย
- มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในทุกๆที่

- เห็นผลิตภัณฑ์ OTOPTแล้วอยากลองซื้อ
- มีการวางผลิตภัณฑ์ OTOPT จำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยว
- เห็นในโทรทัศน์

การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOPTเรียงตามลำดับ ดังนี้ (1) ขยายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน (2) การจัดทำ Website ของกลุ่มชุมชน (3) ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ (4) การร่วมงานแสดงสินค้า (5) โฆษณา เช่น ป้าย โฆษณา หนังสือพิมพ์ ใบปลิว (6) การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน

ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ OTOPT

- การโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOPTมีความชัดเจนและดี
- ไม่เคยเห็นการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOPT
- คิดว่าไม่จำเป็นต้องมีการโฆษณา เพราะชอบไปหาซื้อจากท้องถิ่น เช่น งานหัตถกรรม ถึงแม้ว่าบรรจุภัณฑ์จะไม่ค่อยดี แต่ก็พึงพอใจ
- เห็นโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOPT มากมาย แต่ถ้าจะให้ดี ควรจะมีการอธิบายให้ละเอียดขึ้นก็จะดีมาก
- คิดว่าการโฆษณายังไม่เพียงพอ
- คิดว่าควรมีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต
- ไม่มีความคิดใดๆ

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากเห็นว่าการเพิ่มปริมาณมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนการให้ของแถม การลดราคา การส่งเสริมการขายวิธีอื่นๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบในระดับที่เท่ากัน และนอกจากนี้ไม่ออกความเห็น

การรับประกัน/ส่งคืนสินค้าไม่ได้ได้บางอย่าง

ความเหมาะสมทางการส่งเสริมการขายปานกลางถึงมาก

แนวโน้มที่จะมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOPTอีก ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากมีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOPT ในระดับที่มาก นอกจากนี้ไม่ออกความเห็น

การแนะนำเพื่อนให้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOPT ส่วนใหญ่อยากแนะนำเพื่อนให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOPT มีแค่ 2 รายเท่านั้นที่ไม่แนะนำ นอกจากนี้ไม่ออกความเห็น โดยเหตุผลที่จะแนะนำให้เพื่อนซื้อมีดังนี้

- คุณภาพดี ราคาถูก

- มีการออกแบบที่ดีและหลากหลาย
 - สินค้าดี ราคาไม่แพง(ยุติธรรม)
- การอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ OTOP เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นๆในต่างประเทศ มีดังนี้
- ผลิตภัณฑ์ OTOP มีความหลากหลายและมีราคายุติธรรม
 - ผลิตภัณฑ์ OTOP หลากหลายและมีการออกแบบใหม่ๆ
 - ผลิตภัณฑ์ OTOP มีคุณภาพมากและราคายุติธรรม
 - ผลิตภัณฑ์ OTOP มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าควรแก่การซื้อ
 - ควรมีการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นภาษาอังกฤษให้มากกว่านี้
 - ควรจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในราคาที่ถูกลงกว่านี้ และออกแบบให้เป็นเอกลักษณ์
 - ถูกลงกว่าสินค้าของประเทศอื่น
 - ผลิตภัณฑ์ OTOP ของประเทศไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม

สิ่งที่ต้องการให้มีการปรับปรุงมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของสินค้า

เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP (สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์) คือ ใช้ส่วนตัวและใช้เป็นเครื่องประดับ ตกแต่ง

เหตุผลที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP เนื่องจากเหตุผลดังนี้

- ไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้
- จะซื้อก็ต่อเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เท่านั้น
- ไม่ทราบว่าสินค้าที่ซื้อเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP หรือไม่ เพราะไม่มีเครื่องหมายการค้า

ชัดเจน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคาดหวังในด้านคุณภาพ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับที่มากที่สุด และลักษณะผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในด้านราคาผู้ให้สัมภาษณ์คาดหวังที่จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในราคาที่ยุติธรรม แต่มีเพียงผู้ให้สัมภาษณ์รายเดียวเท่านั้นที่คาดหวังทางด้านราคาปานกลางถึงต่ำ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวเน้นที่ผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแล้ว ยินดีที่จะจ่ายให้เหมาะสมตามคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในด้านช่องทางการจำหน่ายนั้นมี 1 คนที่คาดหวังให้มีการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างกว้างขวาง มี 3 คนที่ต้องการให้มีศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP และมี 15 คน ที่ต้องการให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่สะดวกต่อผู้ซื้อ ส่วนทางด้านส่งเสริมการตลาดนั้นผู้ซื้อ 8 รายที่คาดหวังให้มีการส่งเสริมการตลาดและคิดว่าควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก

4.2 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามในด้านผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ยังประสบปัญหาในหลายๆด้าน ได้แก่

1. ขาดแหล่งเงินทุน แหล่งเงินทุนที่ใช้มาจากมาจากกองทุนหมู่บ้านมีจำนวน 135 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 นอกนั้นเป็นทุนจากแหล่งอื่นๆ เช่น ทุนส่วนตัว ธกส. งบประมาณจาก อบต. เทศบาล และจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีจำนวน 270 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ อิก้าเหน็ด(2545) ที่ได้ศึกษาเรื่องบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัญหาและอุปสรรคทางด้านระบบการผลิตด้านเงินทุนยังไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

2. ผลิตภัณฑ์ส่วนมากไม่มีตราหมีจำนวน 275 รายคิดเป็นร้อยละ 68.75

3. การขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มากจำนวน 57 รายคิดเป็นร้อยละ 14.25 ปานกลางจำนวน 159 รายคิดเป็นร้อยละ 39.75 น้อยจำนวน 140 รายคิดเป็นร้อยละ 35.00 ไม่มีปัญหาจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 9.25 ไม่เลือกจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.75 สอดคล้องกับการศึกษาของ นันทวัน เศวงวิศิษฐ์(2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัญหาและอุปสรรคของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามความเห็นของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้แก่ การขาดความรู้ในการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนในเรื่องเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานจากรัฐบาลยังมีน้อย ขาดการรวมกลุ่มกันในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ขาดวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเข้ากันมาก จึงทำให้ขายได้ราคาน้อยและเจ้าหน้าที่ในการติดตามและประเมินผลโครงการมีน้อย

4. การขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก 187 จำนวนรายคิดเป็นร้อยละ 46.75 ปานกลางจำนวน 153 รายคิดเป็นร้อยละ 38.25 น้อยจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 3.50 ไม่มีปัญหาจำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 8.50 ไม่เลือกจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 3.00

5. ปัญหาด้านขาดความรู้ความสามารถในการตลาดมากจำนวน 144 รายคิดเป็นร้อยละ 29.03 ปานกลางจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 34.07 น้อยจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 34.07 ไม่มีปัญหาจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 1.61 ไม่เลือกจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.21 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอนันต์ อิก้าเหน็ด(2545) ที่ได้ศึกษาเรื่องบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัญหา

และอุปสรรคทางด้านระบบการตลาด ด้านการวิจัยตลาดยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ด้านการต่อรองราคาต้องขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง ด้านเครือข่ายการตลาดยังไม่ค่อยกระจายตัว และการจัดจำหน่ายที่ทางอำเภอจัดขึ้นเดือนละ 2 วันซึ่งถือว่าน้อยมากและสอดคล้องกับการศึกษาของจิตติไธ แก้วบุญเรือง(2546) ได้ศึกษาเรื่องการค้าเนืองงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ที่พบว่า การดำเนินงานทางด้านการตลาดของชุมชนประสบปัญหาในระดับปานกลางเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด มาตรฐานคุณภาพสินค้า การขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปัญหาการขาดสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาการขาดความรู้ในการหาตลาด ปัญหาการพัฒนาในรูปแบบสินค้าและปัญหาการกำหนดราคา

6. ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่ายมากจำนวน 169 รายคิดเป็นร้อยละ 42.25 ปานกลางจำนวน 147 รายคิดเป็นร้อยละ 36.75 น้อยจำนวน 45 รายคิดเป็นร้อยละ 11.25 ไม่มีปัญหาจำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 7.50 ไม่เลือกจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 2.25

7. ปัญหาด้านการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดมากจำนวน 238 รายคิดเป็นร้อยละ 59.50 ปานกลางจำนวน 136 รายคิดเป็นร้อยละ 34.00 น้อยจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 3.75 ไม่มีปัญหาจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50 ไม่เลือกจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.25

8. ปัญหาด้านการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาดมากจำนวน 191 รายคิดเป็นร้อยละ 47.75 ปานกลางจำนวน 136 รายคิดเป็นร้อยละ 34.00 น้อยจำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 14.00 ไม่มีปัญหาจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.50 ไม่เลือกจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 2.75

จากข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัญหาที่สำคัญทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่ควรจะต้องหาแนวทางในการพัฒนา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอ.เวียงชัย กลุ่มกระดาษสา มีลักษณะการขายโดยมีการผลิตตามคำสั่งซื้อเท่านั้น นอกจากผลิตตามคำสั่งซื้อแล้วก็ได้จำหน่ายในแหล่งอื่นเนื่องจากขาดศูนย์กลางในการจำหน่ายและยังขาดประสบการณ์ในการหาตลาดรวมถึงการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขาดความรู้ในการทำบรรจุภัณฑ์ ในการผลิตนั้นได้ออกแบบลวดลายของกระดาษเองและใช้วัสดุธรรมชาติตกแต่งเป็นลวดลายบนกระดาษสา ปัญหาที่พบคือ การไม่ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนหมุนเวียน ไม่มีศูนย์กลางการติดต่อสื่อสารระหว่างสินค้า OTOP ที่สามารถเข้าร่วมกันได้ เช่น กลุ่มผู้ผลิตเสื้อกตุ๊กตากระดาษสาเพื่อใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์แต่ไม่ทราบข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตกระดาษสาเพราะอยู่คนละอำเภอ กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมืองมีการจำหน่ายเมื่อมีการ

จัดงานแสดงสินค้าเท่านั้น เนื่องจากขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ไม่มีตลาดที่สามารถหารายได้ตลอดเวลา (ไม่มีหน้าร้านที่สามารถวางจำหน่ายทุกวันได้) ดังนั้นทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบถึงแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าพื้นเมือง เนื่องจากไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย ในด้านการผลิตนั้นประสบปัญหาในด้านการขาดช่างฝีมือ ขาดประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้าพื้นเมืองให้ทันสมัยและหลากหลาย และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรักษาสภาพเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้คงสภาพใหม่อยู่เสมอ ส่วนกลุ่มทำหมวกมีลูกค้ามาซื้อทุกฤดูกาลเนื่องจากมีร้านจำหน่ายและจำหน่ายตามงานเทศกาลและงานแสดงสินค้า แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจำหน่าย ปัญหาที่พบคือ ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐด้านเงินทุนและการตลาด นอกจากนี้จากการที่ได้ซักถามปัญหาจากประธานกลุ่มพบว่า ทางกลุ่มต้องการนักศึกษามาช่วยทำงานเพราะชาวบ้านไม่มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำและจัดเก็บข้อมูล ต้องการให้มีการฝึกอบรมด้านบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากชาวบ้านไม่มีความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญในการที่ทำให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอ.พาน กลุ่มปลานิลปัญหาที่พบคือ เงินทุนมีน้อย เนื่องจากได้เงินทุนมาจาก ธกส. กับเงินค่าหุ้นของสมาชิกเท่านั้น กลุ่มแปรรูปอาหาร สินค้าที่ผลิตได้มีวิธีการขายโดยการฝากขาย ดังนั้นจึงรับเงินค่าสินค้าล่าช้า ส่งผลให้ขาดเงินหมุนเวียนในการดำเนินงาน กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ ของใช้ ผ้าและเครื่องดีมีมีการจำหน่ายที่ศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของอำเภอพาน ปัญหาที่พบคือเนื่องจากแต่ละร้านไม่สามารถมาจำหน่ายสินค้าทุกวัน เช่น เป็นฤดูกาลทำนา ดังนั้นทำให้จำนวนร้านค้าที่เปิดขายมีน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวมาแวะชม ไม่เกิดความประทับใจ หรืออีกกรณีหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นมีร้านจำหน่ายสินค้าจำนวนน้อยราย จึงไม่แวะชมสินค้า ทำให้ร้านที่มาจำหน่ายได้จำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอ.แม่สาย กลุ่มเสื้อกกได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับผู้ผลิตขาดความรู้ด้านการทำบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์แต่ไม่สวยงาม ขาดประสบการณ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาดและขาดผู้มีฝีมือในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป (การนำเสื้อผืนเล็กมาต่อกันเป็นผืนใหญ่) กลุ่มตัดเย็บสินค้าพื้นเมือง ประสบปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าที่มาซื้อมีน้อย เนื่องจากลูกค้าส่วนมากที่มาในอ.แม่สายมีจุดประสงค์หลักในการไปซื้อสินค้าที่ชายแดนอ.แม่สาย

ผู้ซื้อคนไทยมีความคิดเห็นว่าหาซื้อสินค้าได้ยาก เนื่องจาก จ.เชียงราย ยังขาดศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP และผู้ซื้อคนไทยส่วนมากคิดว่า การส่งเสริมการขายมีความเหมาะสม มีผู้ซื้อบางรายเท่านั้นที่คิดว่าไม่เหมาะสม ซึ่งถ้ามองทางด้านผู้ขายแล้วจะเห็นว่า

ผลิตภัณฑ์ OTOP มีกำไรไม่มาก ดังนั้นจะไม่สามารถส่งเสริมการขายให้ได้ตรงตามผู้ซื้อต้องการได้ ส่วนผู้ซื้อต่างชาติส่วนมากมีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ OTOP ของ จ. เชียงราย ในทุกๆ ด้าน

จากข้างต้น ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรซื้อของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ รวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ OTOP นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงปัญหาในส่วนอื่นๆของผู้ประกอบการ OTOP เพื่อที่จะได้หาแนวทางในการพัฒนาร่วมกันต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำมาสรุปเป็นผลการวิจัยโดยแยกตามคำถามการวิจัยแต่ละข้อ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีอะไรบ้าง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์(OTOP)ทั้งหมดในจังหวัดเชียงรายอยู่ในภาคผนวก ก

จากการศึกษา ได้เลือกตัวอย่างจาก 3 อำเภอ ซึ่งประกอบด้วยอำเภอแม่สาย พานและเวียงชัย ทั้งหมดจำนวน 119 กลุ่ม มีผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมดจำนวน 221 ผลิตภัณฑ์ โดยแยกออกเป็นผลิตภัณฑ์ของอำเภอแม่สายมาจาก 23 กลุ่ม จำนวน 72 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของอำเภอพานมาจาก 81 กลุ่ม จำนวน 111 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ของอำเภอเวียงชัยมาจาก 15 กลุ่ม จำนวน 38 ผลิตภัณฑ์ แต่ละผลิตภัณฑ์มีระดับดาวแตกต่างกันออกไป (และบางผลิตภัณฑ์ไม่มีดาว*)

รูปแบบการรวมธุรกิจส่วนมากเป็นกลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้านละ 0.50

สถานะของกลุ่มส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ผลิตของชุมชน

ระยะเวลาเปิดดำเนินการส่วนมากอยู่ระหว่าง น้อยกว่า 1 ปี ถึง 6 ปี

จำนวนสมาชิกส่วนมากอยู่ระหว่าง 1-20 คน

แหล่งเงินทุน ส่วนมากมาจากทุนส่วนตัว ธกส. งบประมาณจาก อบต. เทศบาล และจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ส่วนมาก ไม่มีตราชี้ข้อ

รูปแบบของสินค้าส่วนมากมีการพัฒนาอยู่เสมอ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ส่วนมากทำตามคำสั่งของลูกค้าจำนวน

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ส่วนมากเป็นรูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ

ในด้านคุณภาพสินค้าผู้ขายส่วนใหญ่คิดว่าผลิตภัณฑ์ของตนเองมีคุณภาพปานกลาง

ปัญหาการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ขายส่วนมากประสบปัญหานี้ในระดับปานกลาง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับ ผู้ขายส่วนมากประสบปัญหาในระดับน้อย

ปัญหาด้านการขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาก ผู้ขายส่วนมากประสบปัญหาในระดับมาก

2. รูปแบบการตั้งราคาผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

วิธีการกำหนดราคาสินค้าผู้ขายส่วนมากได้กำหนดราคาสินค้าตามต้นทุน

การกำหนดระดับราคาสินค้าผู้ขายส่วนมากกำหนดราคาสินค้าต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกันจำนวน

วิธีการจำหน่ายสินค้าส่วนมากเป็นการขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ

วิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า ส่วนมากอยู่ในระหว่าง 16-30 วัน

ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าของผู้ขายส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง

ความเหมาะสมทางด้านราคาผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นอย่างไรบ้าง

วิธีการขายผลิตภัณฑ์ มีการขายปลีกและขายส่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

พื้นที่ในการจัดจำหน่าย ส่วนมากเป็นการจำหน่ายในร้านค้าชุมชน

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนมากเป็นการจำหน่ายจากกลุ่ม(ผู้จำหน่าย)สู่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

วิธีการจำหน่ายสินค้าได้จำหน่ายที่ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชนและร่วมงานการแสดงสินค้าของชุมชนที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้นอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับปานกลาง

วิธีการหาลูกค้า ผู้ขายส่วนมากหาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศผู้ขายส่วนมากหาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขายและวิธีอื่นๆ

กลุ่มลูกค้าส่วนมากของกลุ่มเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง

ปัญหาด้านการขาดความรู้ความสามารถในการหาตลาด ผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง

ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่าย ผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับมาก

ปัญหาด้านการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด ผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับมาก

ปัญหาด้านการขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด ผู้ขายส่วนมากคิดว่าอยู่ในระดับมาก

4. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์(OTOP) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

การขายส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการตลาด

วิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนมากเป็นการขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชนและการร่วมงานแสดงสินค้า

วิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผู้ขายส่วนมากใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางใบปลิว รองลงมาได้แก่ทางภาคอื่นๆ เช่น การแขวนป้ายผ้าประชาสัมพันธ์ ในจุดที่สำคัญต่างๆ เช่น ในตัวเมือง ตามสะพานลอยแต่ละจุดบนถนนไปอำเภอแม่สาย เป็นต้น

การรับประกันและรับคืนสินค้าส่วนมากได้เฉพาะผลิตภัณฑ์ OTOP บางอย่าง

ความเหมาะสมของการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง

5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างไร

(1) ข้อมูลด้านการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการซื้อสินค้า OTOP

1. อำเภอเวียงชัย

กลุ่มกระดาษสา

มีลักษณะการขายโดยมีการผลิตตามคำสั่งซื้อ ลูกค้าจะมาซื้อที่กลุ่ม

กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมือง

มีการจำหน่ายเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้าเท่านั้น เนื่องจากขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ไม่มีตลาดที่สามารถหารายได้ตลอดเวลา (ไม่มีหน้าร้านที่สามารถวางจำหน่ายทุกวันได้) ดังนั้นทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบถึงแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าพื้นเมือง เนื่องจากไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย

กลุ่มทำหมวก

มีลูกค้ามาซื้อทุกฤดูกาลเนื่องจากมีร้านจำหน่ายและจำหน่ายตามงานเทศกาลและงานแสดงสินค้า แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจำหน่าย

2. อำเภอพาน

กลุ่มปลาไหล

มีการเปิดร้านติดกับถนนสายหลักและมีป้ายเชิญชวนให้ทานปลาอย่างชัดเจนทำให้มีลูกค้าเข้ามาทุกช่วงเวลา ซึ่งจะมีทั้งลูกค้าขาประจำและขาจร

กลุ่มแปรรูปอาหาร

ได้ทำการผลิตแหมมและถั่วทอดสมุนไพรตามคำสั่งซื้อและได้ฝากขายตามแหล่งจำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่

กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์/ของใช้/ผ้า/เครื่องติม

มีการจำหน่ายที่ศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้า OTOP ของอำเภอพาน ปัญหาที่พบคือ เนื่องจากแต่ละร้านไม่สามารถมาจำหน่ายสินค้าทุกวัน เช่น เป็นฤดูกาลทำนา ดังนั้นทำให้จำนวนร้านค้าที่เปิดขายมีน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวมาแวะชม ไม่เกิดความประทับใจ หรืออีกกรณีหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นมีร้านจำหน่ายสินค้าจำนวนน้อยราย จึงไม่แวะชมสินค้า ทำให้ร้านที่มาจำหน่ายได้จำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อย

3. อำเภอแม่สาย

กลุ่มเสื่อกก

มีการนำออกขายตามงานแสดงสินค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยได้เปิดร้านขายที่หาง่าย ทำให้ผู้ซื้อสามารถมาซื้อได้ตลอดเวลา ปัญหาที่พบคือ สินค้ามีคุณภาพแต่ผู้ผลิตขาดความรู้ด้านการทำบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์แต่ไม่สวยงาม ขาดประสบการณ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาด ในด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ยังขาดหลักเกณฑ์ในการควบคุมคุณภาพที่แน่นอนสมาชิกในกลุ่มไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด(แต่สินค้าค่อนข้างมีคุณภาพ) ขาดผู้มีฝีมือในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป (การนำเสื่อฝืนเล็กมาต่อกันเป็นฝืนใหญ่)

กลุ่มตัดเย็บสินค้าพื้นเมือง

มีการจำหน่ายตามศูนย์การจำหน่ายที่กลุ่ม OTOP จัดตั้งขึ้น(ใกล้ที่ว่าการอำเภอแม่สาย) และวางจำหน่ายที่ศูนย์การจำหน่ายสินค้า OTOP ในห้างเทสโก้โลตัส อำเภอแม่สาย โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ผ่านมายังอำเภอแม่สาย ปัญหาที่พบคือ ลูกคามีน้อย เนื่องจากลูกค้าได้มีเป้าหมายที่จะไปซื้อสินค้าที่ชายแดน(ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ) จึงทำให้ขายสินค้าได้น้อย สินค้ามีราคาแพง เนื่องจากไม่ได้จำหน่ายจากผู้ผลิตโดยตรง และมีต้นทุนเกี่ยวกับค่าจ้างคนเฝ้าร้าน กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวซึ่งจะได้จำหน่ายเฉพาะช่วงฤดูท่องเที่ยวเท่านั้น ลูกค้าที่เฝ้าร้านไม่ทราบข้อมูลจำเพาะของสินค้าไม่สามารถอธิบายได้เสมือนเป็นผู้ผลิตได้ ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าไม่คิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP จริง

(2) ข้อมูลการดำเนินงานด้านการตลาดของชุมชนหรือผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย(ในส่วนของกำรสัมภาษณ์ผู้ซื้อ)

ผู้ซื้อชาวไทย

ในด้านผลิตภัณฑ์ ได้สอบถามในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้แก่ รสชาติ ความคงทน ความสวยงาม สรรพคุณและอื่นๆ พบว่า ผู้ซื้อคนไทยพอใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางขึ้นไป

ในด้านราคา ผู้ซื้อคนไทยส่วนใหญ่เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP มีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับปานกลาง มีน้อยรายที่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ OTOP มีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับน้อย เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ OTOP บางชนิดมีราคาแพง ซึ่งเมื่อได้เก็บข้อมูลทางด้านผู้ขาย ทำให้ทราบว่า การที่ผลิตภัณฑ์ OTOP มีราคาแพงนั้นเนื่องมาจากการที่ต้องใช้แรงงานฝีมือซึ่งหาได้ยาก และต้องใช้ความละเอียดประณีต เช่น เสื่อกก ยิ่งต้องการลายสวยงาม ก็จะต้องใช้ความละเอียดและเชี่ยวชาญ ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ OTOP มีราคาแพง

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อคนไทยหาซื้อสินค้าได้ยาก เนื่องจาก จ. เชียงราย ยังขาดศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่พบจะมีเพียงแค่ศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของอ.พาน ซึ่งได้ทราบจากผู้ซื้อว่าศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของอ.พานนั้นมีผลิตภัณฑ์ OTOP จำหน่ายน้อย เนื่องจากการมีอาชีพหลักคือทำนา ดังนั้นในฤดูทำนา ผู้ประกอบการจะไม่มีเวลาจำหน่ายสินค้า ส่งผลทำให้ผู้มาเยี่ยมเยือนไม่ประทับใจ บางครั้งมีการจัดงานแสดงสินค้าของชุมชนของภาคราชการทำให้ผู้ซื้อสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ได้สะดวกขึ้นและมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย ในอ.เวียงชัย จะมีการจำหน่ายที่ร้านค้าของชุมชนซึ่งถ้าผู้ซื้อไม่สามารถหาร้านค้าของชุมชนให้พบได้ ก็จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในกรณีนี้มองในด้านของผู้ขายเอง ก็จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ได้น้อย ส่วนในอ.แม่สายมีร้านค้าของชุมชนบางร้านอยู่ติดถนนสายหลัก ก็สะดวกต่อการซื้อ แต่บางร้านก็ไม่ได้อยู่ติดถนนใหญ่ทำให้หาค่อนข้างยาก นอกจากนี้ยังมีการวางจำหน่ายที่ห้างโลตัสทำให้ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้สะดวก

ดังนั้นจะเห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก มีน้อยรายเท่านั้นที่ไม่เหมาะสม เช่น อยู่ในซอยที่หายาก ไม่มีป้ายบอกทาง หรืออยู่ในหมู่บ้านที่หายาก

ในการส่งเสริมการตลาดผู้ซื้อคนไทยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP จากป้ายเชิญชวนร่วมงานที่ทางจังหวัดได้แขวนไว้เป็นจุดๆ ขยาย

โดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่อีเมลมวลชน การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน การร่วมงานแสดงสินค้า

ผู้ซื้อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ OTOP ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โบปปลิว เว็บไซต์และอื่นๆ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

การรับประกัน/ส่งคืนสินค้า ได้เฉพาะผลิตภัณฑ์ OTOP บางอย่าง

การส่งเสริมการขายมีความเหมาะสม มีผู้ซื้อบางรายเท่านั้นที่คิดว่าไม่เหมาะสม ซึ่งถ้ามองทางด้านผู้ขายแล้วจะเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP มีกำไรไม่มาก ดังนั้นจะไม่สามารถส่งเสริมการขายให้ได้ตรงตามผู้ซื้อต้องการได้

ผู้ซื้อชาวต่างชาติ

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อโดยรวม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีถึงดีมาก และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เคยซื้อในด้านราคา ส่วนใหญ่คิดว่าเป็นราคาที่ยุติธรรม และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

ความพอใจเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ OTOP กับราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี และมีบางส่วนไม่ออกความเห็น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนใหญ่คิดว่าสะดวก และมีบางส่วนที่ไม่ตอบคำถาม

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าการเพิ่มปริมาณมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนการให้ของแถม การลดราคา การส่งเสริมการขายวิธีอื่นๆ ผู้ซื้อชาวต่างชาติเลือกตอบในระดับที่เท่ากัน และนอกจากนี้ไม่ออกความเห็น

ความเหมาะสมทางการส่งเสริมการขายปานกลางถึงมาก

แนวโน้มที่จะมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP อีก ผู้ซื้อชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับที่มาก นอกจากนี้ไม่ออกความเห็น

ผู้ซื้อชาวต่างชาติมีความคาดหวังในด้านคุณภาพ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับที่มากที่สุด และลักษณะผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในด้านราคาผู้ซื้อชาวต่างชาติคาดหวังที่จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ในราคาที่ยุติธรรม ในด้านช่องทางการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อชาวต่างชาติต้องการให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่สะดวกต่อผู้ซื้อ ส่วนทางด้านส่งเสริมการตลาดนั้นผู้ซื้อชาวต่างชาติคิดว่าควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก

5.2 แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ในการหาแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายนั้น ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

1. ด้านสินค้า

- ควรมีการออกแบบสินค้าให้เหมาะสม มีดีไซน์ ทันสมัย โดดเด่น ใช้งานได้ เช่น ผ้าชาวเขา ก็นำมาตกแต่งบนเสื้อผ้าพื้นเมืองที่สามารถใส่ได้ทุกงาน เสื้ออก มีการออกแบบให้สวยงามดูดีมีราคาและใช้ตกแต่งบ้านได้ ฯลฯ

- ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม หอบหิ้วได้ โหลดได้ ท้องเครื่องบินได้แข็งแรง ฯลฯ

- ควรมีตราสัญลักษณ์กลุ่มที่สวยงาม เช่น ตรา OTOP ที่บ่งบอกว่าเป็น OTOP ที่ได้มาตรฐานของเชียงราย เพื่อรับประกันการซื้อ

- ควรจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ผ่านตามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)

- ในด้านผลิตภัณฑ์ควรเน้นภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เพื่อเป็นจุดเด่นของสินค้าและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยใช้ความแตกต่างเป็นจุดขาย

- การบริการนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ควรอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ เพื่อสร้างความประทับใจ โดยใช้หลักการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

- ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นควรจะเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยว โดยการทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้นจะเห็นว่าจะต้องกำหนดแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ โดยการนี้จะต้องเชื่อมโยงกับหลายๆส่วน เช่น บริษัทนำเที่ยว ควรจะกำหนดแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้อยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การพานักท่องเที่ยวไปชิมชาที่แหล่งผลิตชา

- ควรนำร่องหรือศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งรูปลักษณะและราคาที่เหมาะสม

2. ด้านราคา

- ควรเพิ่มมูลค่าให้สินค้า เช่น เสื้ออก อาจเย็บขอบเสื้อด้วยผ้า และเพิ่มราคาขายให้สูงขึ้น หรือเสื้อผ้าพื้นเมือง อาจให้นักออกแบบมาเป็นผู้ออกแบบ และติดป้ายราคา เพื่อให้ขายได้ราคาสูงขึ้น

- ควรมีช่วงลดราคา หรือส่งเสริมการขาย หรือหากไปซื้อถึงสถานที่ผลิต อาจได้ราคาถูกพิเศษกว่าซื้อหน้าร้าน เพื่อกระตุ้นให้มีการกระจายการเดินทางไปถึงพื้นที่ผลิตสินค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่าย OTOP ของเชียงรายในตัวเมืองเชียงราย เพื่อเป็นศูนย์รวมสินค้าทุกอย่างจากทุกอำเภอ นอกจากนั้น ในแต่ละอำเภอ อาจมีร้านเล็กๆ ของอำเภอเองด้วย

- ควรร่วมมือกับหน่วยงานทั้งรัฐและเอกชนในพื้นที่ ในการใช้สินค้า OTOP เชียงราย เป็นของฝาก ของแจก ของที่ระลึกของแต่ละหน่วยงาน

- อาจตั้งร้านจำหน่าย OTOP เชียงราย ที่สนามบิน และสถานีขนส่ง

- ร่วมมือกับโรงแรม ที่พักต่างๆ ในการใช้สินค้า OTOP เป็นผลิตภัณฑ์ในโรงแรม เช่น ใช้สับปะรดเป็นผลไม้ในโรงแรม ใช้ผ้าชาวเขาในการประดับตกแต่งห้องนอนในโรงแรม

- ควรจัดให้มีศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีการบริหารในเชิงธุรกิจ โดยเอาวัฒนธรรมมาประยุกต์ให้เหมาะสม

- ควรจัดหาสถานที่ซึ่งมีศักยภาพ โดยเฉพาะในแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า โดยให้ภาคเอกชนหรือผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP มาเป็นผู้บริหารจัดการ

- พยายามหาช่องทางการตลาดที่จะสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ ในทุกระดับ

- นำสินค้า OTOP เชียงราย ไปออกร้านในงานมหกรรม OTOP ที่กรุงเทพฯ โดยรวมกันเข้าพื้นที่อยู่ติดกัน เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์เชียงราย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรจัดงานมหกรรม OTOP เชียงราย ปีละ 1-2 ครั้ง ที่เชียงราย

- การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ควรมีช่องทางประชาสัมพันธ์หลายๆ ช่องทางและเป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรงหรือโดยเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มศึกษาดูงาน กลุ่มเยาวชน

- ควรจัดทำคู่มือแนะนำเที่ยวและแนะนำสินค้าในลักษณะของตำนานหรือเรื่องราวความเป็นมาของสินค้า เพื่อเป็นแรงจูงใจในการซื้อสินค้า

- ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

- ควรจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น ความต้องการผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ฯลฯ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการ

- การส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรดำเนินการควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของสถานที่ท่องเที่ยว
- ควรจัดให้มีการเผยแพร่/ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในต่างจังหวัด/ภูมิภาค/ต่างประเทศ ในลักษณะ Road Show พร้อมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัด

5. ด้านผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ภาครัฐควรดำเนินการจัดเทศกาลการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสหมุนเวียนของเงินที่จับจ่ายในการซื้อสินค้าภายในจังหวัด
- ภาครัฐควรเป็นหน่วยหลักในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ OTOP กับการท่องเที่ยว
- การตลาดที่ไม่ยั่งยืน ผู้ขายอาจเป็นนักการตลาดได้ยาก ดังนั้นจึงต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการตลาดมาเป็นตัวกลางระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ
- ผู้ประกอบการต้องได้รับการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ทั้งแนวคิด ปรัชญาและแนวทางการดำเนินงานภาครัฐ
- ควรจัดให้มีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบการตลาด การแข่งขันในทางธุรกิจ การส่งเสริมจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึงทุกกลุ่มผู้บริโภค
- ผู้ประกอบการควรทราบข้อดี-ข้อบกพร่องในผลิตภัณฑ์ของตนเอง และสามารถคิดวิธีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้
- ควรมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ผลิต/ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัดหรือต่างภูมิภาค เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวด้านต่างๆ ที่จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง
- ควรมีการรวมตัวกันของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ในประเภทสินค้าประเภทเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกันในลักษณะของเครือข่าย ทั้งในระดับอำเภอและจังหวัด
- ผู้ประกอบการควรกล้าที่จะลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของตน
- ผู้ประกอบการควรพยายามแสวงหาแหล่งทุน หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานนอกชุมชน สถาบันการเงินหรือสถาบันการศึกษา เป็นต้น
- ผู้ประกอบการควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(IT) มาช่วยการบริหารจัดการทางการตลาด (E-Commerce)

- ในเรื่องปัญหาด้านขาดแคลนเงินทุน ผู้ประกอบการจะต้องมีวิธีการบริหารการเงินที่ดี
- เนื่องด้วยสถานภาพของผู้ประกอบการ ที่อาจจะขาดความรู้ด้านการจัดการ การที่จะพัฒนาให้ครบ 4P นั้นคงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวและเพิ่มการเรียนรู้ เช่น เข้าร่วมโครงการของหน่วยปมเพาะวิสาหกิจ เพราะผู้ประกอบการต้องเผชิญกับอุปสรรคมากมาย เช่น การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ ผู้ซื้อไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ทุกวัน ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการเข้มแข็งแล้ว จะสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ประสบความสำเร็จได้
- ควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรการจำหน่ายสินค้าทั้งระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัด คณะกรรมการบริหารราชการจังหวัดแบบบูรณาการ
จังหวัดเชียงราย. (2548). **ยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลเชียงราย**. เชียงราย : สำนักงาน
จังหวัดเชียงราย.
- จิตต์ไธส แก้วบุญเรือง. (2546). **การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่
ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตรลดา ไชยเลิศ. (2543). **วิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ส่งเสริมการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทวัน เสงวีดิษฐ์. (2545). **ความคาดหวังของประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีต่อ
โครงการ หนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ : บริษัท ไฟว์
แอนด์ ไฟว์ พรินติ้ง จำกัด.
- ภัทรอนงค์ ณ เชียงใหม่. **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย**. 2549. สัมภาษณ์. 1
สิงหาคม.
- มาศฤดี ชูจิตารมย์. (2547). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการว่าจ้างบริษัทตัวแทนธุรกิจในการใช้
บริการการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- วิชาญ อุปรา. (2547). **สถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจสินค้าที่ระลึกในจังหวัด
เชียงราย**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์
จำกัด.
- เศรษฐกิจปริทรรศน์**. ปีที่ 2, ฉบับที่ 36/2546 วันที่ 27 สิงหาคม – กันยายน 2546.
- สมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์. **นายกสมาคมท่องเที่ยวเชียงราย**. 2545. สัมภาษณ์. 18 สิงหาคม.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย. (2546). **รายงานความก้าวหน้า 2 ปี หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงราย**. เชียงราย : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
เชียงราย.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย. 2549. สัมภาษณ์. 4 สิงหาคม.

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย. 2549. สัมภาษณ์. 5 สิงหาคม.

เสริฐ ไชยยานันตา. ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ จังหวัดเชียงราย. 2549.

สัมภาษณ์. 7 สิงหาคม.

อนันต์ อิก้าเหน็ด. (2545). **บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อุทัย หอมนาน. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย. 2549. สัมภาษณ์. 3 สิงหาคม.

Available : http://www.cdd.go.th/th/cdd_netfrm.php. 2006, January 16.

Available : <http://www.exim.go.th/>. 2006, February 22.

Available : <http://www.mfa.go.th/web/1.php>. 2005, December 19.

Available : <http://www.tisi.go.th/otop/otop1.html>. 2006, May 8.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายการผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผ่านการคัดสรรเพื่อจัดระดับดาวในปี 2547

บัญชีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2547

จังหวัดเชียงราย

ประเภท ผ้าและเครื่องแต่งกาย

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้ คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	ผ้าไหม	570600594701	53	2	สันมะค่า	ป่าแดด	นางสาวราญ ทุมนานอก	/		2
002	เสื้อผ้า	570600204701	162	3	สันมะค่า	ป่าแดด	นางปภาวี ทาคำวงศ์		/	2
003	ผ้าถุง	570600044701	38	11	ป่าแดด	ป่าแดด	นางอำพรพรณ แสงเพชร	/		2
004	ผ้าไหม	570600074701	20	6	สันมะค่า	ป่าแดด	นางสมศวรร โสมรอด	/		2
005	ผ้ามัดหมี่ กระตุก	571700184701	497	11	ทุ่งก้อ	เวียงเชียงรุ้ง	นางละมัย สิงห์ชู	/		2
006	ถุงย่าม	571700174701	140	2	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ้ง	นางบัวไข ชัยยศ	/		2
007	กระเป๋าประกอบ หนัง	571700164701	63	3	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ้ง	นางสุธิลา มถินันท์	/		2
008	ผ้าฝ้ายทอมือ	571700154701	9	3	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ้ง	นางพิกุล ป้าวังค์	/		2
009	ผ้าไหมมัดหมี่	571700144701	16	6	ดงมหาวัน	เวียงเชียงรุ้ง	นางบุญมา สุกบุญมา	/		2
010	เสื้อคอกลม	571700124701	91	1	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ้ง	นางคำแดง ไชยพูน	/		2
011	ผ้าไหมลายขี ดช้าง	571700104701	219	5	ทุ่งก้อ	เวียงเชียงรุ้ง	นางสมัย มูลสกันต์	/		2
012	หมวก	571700134701	109	9	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ้ง	นางบัณฑิต เชื้อนคำ	/		2
013	ผ้าทอ	571000144701	139	7	ทุ่งยาว	แม่สรวย	กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งยาว	/		2
014	เสื้อพื้นเมือง สำเร็จรูป	571000154701	155	5	ห้วยหมอบ เต่า	แม่สรวย	กลุ่มพัฒนาอาชีพเจดีย์ หลวง			2
015	ผ้าทอพื้นเมือง ย้อมสีธรรมชาติ	571000184701	60	3	แม่พริก	แม่สรวย	กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองย้อม สีธรรมชาติ			2
016	ผ้าทอพื้นเมือง ยกลาบาย	571000194701	225	6	ป่าแดด	แม่สรวย	ชมรมผู้พิการป่าแดด			2
017	ผ้าทอพื้นเมืองสี ธรรมชาติ	571000204701	26	4	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มทอผ้าด้วยมือ			2
018	ผ้าทอไหม ประดิษฐ์	571000214701	159	7	แม่พริก	แม่สรวย	กลุ่มสตรีสหกรณ์			2

019	ผ้าไหมมัดหมี่	570400244701	44	7	สันทราย งาม	เทิง	นายทองใส สิงอุโป	/		2
020	ผ้าทอมือบ้าน หนองแรด	570400274701	23	1	หนองแรด	เทิง	นางนิภาพร ไชยชมพล	/		2
021	ผ้าไหมมัดหมี่	570400284701	57	12	เวียง	เทิง	นางทองม้วน ไชยหา	/		2
022	ผ้าจก	571600274701	50	7	บัวสลี	แม่ลาว	นายพรพุดิ ศุภรักษ์	/		2
023	ผ้าทอไหม ประดิษฐ์	571600304701	39	7	บัวสลี	แม่ลาว	นางสีทอง เมืองคำ	/		2
024	ชุดกันหนาว	571600044701	64	3	ดงมะตะ	แม่ลาว	น.ส.ศรีไฉว ปัญญา	/		2
025	ผ้าเช็ดหน้าบาติก	570700414701	171/1	3	แม่จัน	แม่จัน	กลุ่มผ้าบาติก	/		2
026	ผ้าปักเย็บด้วย มือ	570700444701	14/1	10	แม่คำ	แม่จัน	กลุ่มผ้าฝ้ายต้นทอง	/		2
027	เสื้อถักด้วยมือ	570700424701	147	7	ป่าดิ่ง	แม่จัน	กลุ่มผ้าถักด้วยมือ	/		2
028	กระเป๋าผ้าฝ้าย	570700304701	44/1	9	แม่จัน	แม่จัน	กลุ่มผลิตกระเป๋าผ้าฝ้าย	/		2
029	ปลอกหมอนอิง แต่งลายปัก	570700114701	62	4	ป่าดิ่ง	แม่จัน	นางเพ็ญศรี สุฉายา	/		2
030	ผ้าทอ	570700454701	78	12	จันจว้าใต้	แม่จัน	กลุ่มสตรีสหกรณ์สันทาง หลวง	/		2
031	เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป	571100524701	9/1	5	เวียง	เวียงป่าเป้า	น.ส.ก้องคำ ทองคำ	/		2
032	ผ้าทอพื้นเมือง		1	1	เทอดไทย	แม่ฟ้าหลวง	กลุ่มพัฒนาสตรีบ้าน เทอดไทย	/		2
033	ผ้าขาวม้าไทเงิน	571500234701	53/6	1	แม่สลอง ใน	แม่ฟ้าหลวง	กลุ่มทอผ้าบ้านหินแตก	/		2
034	ผ้าทอพื้นเมือง	571400304701	182	13	ต้า	ขุนตาล	นางเพ็ญ คำแผ่นชัย	/		2
035	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	571400294701	85	12	ยางฮอม	ขุนตาล	น.ส.แรงบุญ ชาวเงินฟ้า	/		2
036	ผ้าคลุมไหล่	570300054701	118/4	14	ศรีดอนชัย	เชียงของ	นางอำพร อะทะวงษา	/		2
037	ผ้าทอพื้นเมือง ลายประยุกต์	570300324701	264	6	ศรีง	เชียงของ	กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านดอง	/		2
038	ผ้าทอลายขด	570300334701	101/2	3	ศรีง	เชียงของ	กลุ่มทอผ้าสตรีบ้านศรีง	/		2
039	ผ้าทอพื้นเมือง	570300344701	35/2	10	ศรีง	เชียงของ	กลุ่มทอผ้าสตรี	/		2
040	ผ้าถุงปักลาย พันธ์	570300354701	46/1	9	ศรีง	เชียงของ	กลุ่มทอผ้าบ้านดองแก้ว	/		2
041	ผ้าถุงลายหัวนา น้ำไหล	570300364701	307	2	สถาน	เชียงของ	กลุ่มสตรีทอผ้าทุ่งจิว ม.2	/		2
042	ผ้าทอพื้นเมือง ลายประยุกต์	570300384701	121	11	ศรีง	เชียงของ	กลุ่มสตรีทอผ้า	/		2

043	ผ้าถุงลายหัวนาค	570300394701	14/2	8	ศรีดอนชัย	เชียงใหม่	กลุ่มทอผ้าบ้านดงหลวง	/		2
044	ผ้าถุงลาย พื้นเมือง	570300404701	7/3	17	ห้วยซ้อ	เชียงใหม่	ผ้าทอบ้านเกียง	/		2
045	ผ้าถุงลาย พญานาค	570300414701	136	6	ห้วยซ้อ	เชียงใหม่	กลุ่มสตรีทอผ้า	/		2
046	ผ้าทอ	570300424701	154	11	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มสตรีทอผ้าทุ่งจิว เหนือ	/		2
047	กระเป๋าสำเร็จรูป	570300474701	61/2	12	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มเย็บกระเป๋า สำเร็จรูป	/		2
048	ผ้าถุงลาย พญานาค	570300484701	38/1	2	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มสตรีทุ่งจิว หมู่ 2	/		2
049	ผ้าถุงลายน้ำไหล	570300494701	17	15	ศรีดอนชัย	เชียงใหม่	กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่ 15	/		2
050	ผ้าถุงลายน้ำไหล ดาว	570300504701	91/1	7	ศรี	เชียงใหม่	กลุ่มทอผ้าบ้านม่วงชุม	/		2
051	ผ้าทอมือลาย ผสม	570300574701	14/4	1	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มทอผ้าสตรี	/		2
052	ผ้าคลุมไหล่	570800294701	42	4	เวียง	เชียงใหม่	กลุ่มทอผ้าบ้านวังลาว	/		2
053	ผ้าไหม	570800264701	147	4	โยนก	เชียงใหม่	นางวันศรี โกมา	/		2
054	กระเป๋าผ้าปัก	570800244701	60	4	บ้านแซว	เชียงใหม่	นางแสงเดือน แซ่ผ่าน	/		2
055	ผ้าถุงยกดอก, ผ้าพื้น	570500844701	152	4	ทานตะวัน	พาน	กลุ่มทอผ้าบ้านท่าหล่ม	/		2
056	ผ้าทอมือ	570500834701		15	แม่ฮ้อ	พาน	กลุ่มพัฒนาฝีมือสตรี	/		2
057	กระเป๋าสตรี	570500824701	236	4	ม่วงคำ	พาน	กลุ่มตัดเย็บกระเป๋ากลับบ้าน สันมะเฒ่า	/		2
058	ผ้าทอพื้นเมือง	570500804701	4	1	แม่ฮ้อ	พาน	กลุ่มพัฒนาสตรีดอกฮ้อ	/		2
059	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	570200494701	87	3	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าและ ของใช้	/		2
060	ผ้าฝ้ายทอมือ ลายช้าง	570200504701	5	1	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง	/		2
061	เสื้อผ้าพื้นเมือง สำเร็จรูป	570200024701	137	7	เวียงชัย	เวียงชัย	นางสมใจ ชาวคำ	/		2
062	ผ้าฝ้ายทอมือ	570200514701	2	1	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มทอผ้าบ้านท่าบันได	/		2
063	ผ้าคลุมไหล่ (ใหม่)	570200484701	192	2	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มทอผ้าบ้านเวียงเดิม	/		2
064	ผ้าทอพื้นเมือง	571200154701	363	2	เม็งราย	พญาเม็งราย	นางลาววัลย์ โกหัด	/		2
065	ผลิตภัณฑ์บาติก	571200214701	148	1	เม็งราย	พญาเม็งราย	นายสิทธิชัย นพวงศ์	/		2

066	ผ้าทอพื้นเมือง	571200204701	29	6	ไม้ยา	พญาเม็งราย	นางเอี่ยมศรี ปริกเพชร	/		2
067	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	571200184701	29	11	แม่ต้า	พญาเม็งราย	นางธนาวดี จันทร์แก้ว	/		2
068	ผ้าทอทอเสื้อ	571200174701	38	6	ตาดควัน	พญาเม็งราย	นางจันทร์เที่ยง สิทธิราช	/		2
069	ผ้าทอทอเสื้อ	571300154701	15/1	1	ท่าข้าม	เวียงแก่น	กลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านท่าข้าม	/		2
070	ผ้าทอมือทอเสื้อ	571300064701	7	4	หลายงาว	เวียงแก่น	กลุ่มทอผ้าบ้านท่าข้าม	/		2
071	ผ้าทอพื้นเมือง	571300084701	18/1	3	ม่วงยาย	เวียงแก่น	กลุ่มทอผ้าบ้านม่วงชุม	/		2
072	ผ้าไหม	570400264701	50	1	สันทรายงาม	เทิง	นายสำราญ การถาง	/		2
073	เสื้อหม้อฮ่อม	570400314701	51	7	เชียงเคี่ยน	เทิง	นางปราณี ศรีรัตน	/		2
074	กระเป๋าคาดไหล่ โทรศัพท์	570900174701	3	3	เกาะช้าง	แม่สาย	นางจรีรัตน์ หงษ์คำ	/		2
075	ผ้าปักด้วยเม็ดเงิน	570900164701	276	13	แม่สาย	แม่สาย	นางเหมสุดา ศรีสกุล	/		2
076	ผ้าสาว		205/2	7	เกาะช้าง	แม่สาย	นางฟองแก้ว ชุ่มมงคล	/		2
077	กระเป๋าคาดไหล่	571800134701	51	7	หนองป่าก่อ	ดอยหลวง	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเส้นด้าย	/		2
078	ผ้าถุง	571800144701	114	10	ปงน้อย	ดอยหลวง	กลุ่มทอผ้าบ้านปงน้อย	/		2
079	กระเป๋าคาดไหล่ ผ้าถุง เสื้อ	571800154701	36	1	หนองป่าก่อ	ดอยหลวง	กลุ่มทอผ้าปวาก่อญอ บ้านห้วยลึก	/		2
080	สร้อยคอสร้อยแขน กำไล แหวน	571800164701	100	9	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มเครื่องเงินครบวงจร บ้านขุนแม่บง	/		2
081	กระเป๋าคาดไหล่ พื้นเมือง	571800174701	51	7	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มตัดเย็บกระเป๋าคาดไหล่ แม่บง	/		2
082	ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าขาวม้า ผ้าพันคอ	571800184701	44	2	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านแม่เลียบ	/		2
083	ผ้าห่มพื้นเมือง	571800194701	24	6	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มทอผ้าปวาก่อญอ บ้านหนองดำน	/		2
084	เสื้อผ้า	570101134701	314	5	นางแล	เมือง เวียงราย	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า	/		2
085	กลุ่มทอผ้า พื้นเมือง	570100344701	21	21	ดอยลาน	เมือง เวียงราย	กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง	/		2
086	ผ้าทอพื้นเมือง	570100764701	9	9	สันทราย	เมือง เวียงราย	กลุ่มทอผ้าบ้านสันทราย น้อย	/		2
087	ผ้าทอไหม ประดิษฐ์	570100494701	15	15	ห้วยลึก	เมือง เวียงราย	กลุ่มทอผ้าบ้านสันสลี	/		2

088	สร้อยคอ	570100254701	15	15	รอบเวียง	เมือง เวียงจันทน์	กลุ่มผ้าปักแปรรูปและ เครื่องประดับ	/		2
089	ผ้าไหมมัดหมี่	570100504701	12	12	ดอยลาน	เมือง เวียงจันทน์	กลุ่มทอผ้าดอยสมบุญ	/		2
090	เสื้อผ้าพื้นเมือง	570100014701	384/30	6	ริมกก	เมือง เวียงจันทน์	ร้านบ้านพื่อนเมือง	/		2
091	ผ้าฝ้ายปักมือ/ผ้า ไหมปักมือ	570100774701	152	23	รอบเวียง	เมือง เวียงจันทน์	ห้องเสื้อแสนหญิงได	/		2
092	ผ้าพันท์	570100364701	204	8	รอบเวียง	เมือง เวียงจันทน์	ปิ่นทอง	/		2
093	เครื่องประดับัญ มณี	570100094701	767/3- 4		เวียง	เมือง เวียงจันทน์	ห้างหุ้นส่วนจำกัดฉัตร เวช	/		2
094	ผ้าถุง ผ้าตัดเสื้อ	571400284701	9	4	ต้า	ขุนตาล	นางมนตรี เกษเกษตร	/		2
095	ผ้าทอพื้นเมือง	571400254701	63	5	ยางฮ่อม	ขุนตาล	นางคำ ู้ครอง	/		2
096	ผ้าทอพื้นเมือง	571400044701	94	20	ยางฮ่อม	ขุนตาล	นางบัวหวิน ปินดาวนา	/		2
097	เสื้อผู้ชาย		119	6	เกาะช้าง	แม่สาย	นางศิริพร ธีรภาฤกษ์	/		2
098	ผ้าทอพื้นเมือง		10	2	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า	นางสนั่น ชัยมูล	/		2
099	เสื้อถักโครเชต์		95	10	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า	นายนิคม คำทา	/		2
100	ชุดผ้าพื้นเมือง		13	13	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า	/		2
101	เสื้อถักโครเชต์		2/3	6	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า	นางอัญญา ใจมอย	/		2
102	เสื้อถักด้วยโคร เชต์	570500794701	192	15	สันมะเค็ด	พาน	นางสมศรี เต็มคำ	/		2
103	ผ้าลายจกและ ผ้ายกดอก	570800254701	144	5	โยกน	เวียงแสน	นางสมหวัง แพงน้อย	/		2
104	ตัดเย็บเสื้อผ้า		302	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล	กลุ่มส่งเสริมอาชีพสตรี ตัดเย็บเสื้อผ้า			
105	ผ้าพันทอด้วยมือ		61	4	ป่าตาล	ขุนตาล	กลุ่มทอผ้า			
106	ผ้าทอมือลายขอ			6	สถาน	เวียงของ	พัฒนาอาชีพรายได้			
107	ผ้าทอมือ		37	4	ดอนศิลา	เวียงชัย	ผ้าทอมือ			
108	งานหัตถกรรม ร้อยสร้อยัญ มณี		767/3- 4		เวียง	เมือง	หจก.ฉัตรเวช			

109	Sabudchai Silver		49/8	4	ท่าสาย	เมือง	นายธนู พรหมอยู่			
110	เสื้อผ้าพื้นเมือง		281/7	15	รอบเวียง	เมือง	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสันโค้ง			
111	ชุดไทยล้านนาประยุกต์		8	6	แม่สาย	แม่สาย	นางอรพินท์ ชัยกิตติพร			
112	ผ้าฝ้ายลายปัก		430/1	6	แม่สาย	แม่สาย	ศุภรัตน์ ชัยกิตติพร			
113	ผ้ายลลาว		205/2	7	เกาะช้าง	แม่สาย	บ.เทคซีไทล์ นอร์เทินจำกัด			
114	เสื้อหม้อฮ่อม		59	4	เชียงเคี่ยน	เทิง	ตัดเย็บเสื้อผ้า			
115	ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมโต๊ะ		53/6	1	แม่สลอง ใน	แม่ฟ้าหลวง	ทอผ้าบ้านหินแตก			
116	ผ้าทอพื้นเมือง		1	1	เทอดไทย	แม่ฟ้าหลวง	กลุ่มแม่บ้านเทอดไทย			
117	เสื้อพ้อขุน		132	16	ป่าจั่ว	เวียงป่าเป้า	กลุ่มสตรีตัดเย็บเสื้อผ้า			

ประเภท เครื่องดื่ม

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้ คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	สุรากลั่น	570600484701	34	18	ป่าแงะ	ป่าแดด	นายปลั่ง แก้วประมุข		/	1
002	กาแฟควัด ดั่ง	570700104701	75	10	ป่าซาง	แม่จัน	นายพัฒนา วิเศษธนกิจ		/	1
003	สุรากลั่น	570300104701	80/1	1	ศรีดอนชัย	เชียงของ	หจก.เวียงเดิมสุรากลั่น		/	1
004	สุราราว พื้นบ้าน	570300084701	15/1	11	ศรีดอนชัย	เชียงของ	หจก.ใหม่ 5เจดีย์		/	1
005	สุรากลั่นไทย	570300074701	110	4	เวียง	เชียงของ	หจก.ชายเหนือการสุรา		/	1
006	สุราพื้นบ้าน	570300094701	108	4	เวียง	เชียงของ	หจก.กิ่งหลวงสุราไทย		/	1
007	เหล้าขาว 35 ดีกรี	570800104701	57/1	6	เวียง	เชียงแสน	นายวสันต์ เทียมตา		/	1
008	สุราหนอง หลวง	570200524701	13	6	เวียงชัย	เวียงชัย	หจก.ปงหลวง		/	1

009	สุรากลั่น ชุมชน	571100104701	258	2	บ้านโป่ง	เวียงป่า เป้า	นายบุญรวม มูลดี	/		1
010	สาโทเวียง กาหลง	571100644701	170	11	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางวีรา ทาระชา	/		1
011	ใบชาเหยี่ยว หลงเมิง	571100704701	219	6	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นายสุนทร จงดำรง เกียรติ	/		1
012	ชาน้ำตกเลาลี	571100154701	85	8	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นายสิงห์ทอง จันดีมา	/		1
013	สุรากลั่น ชุมชน	570200124701	47	18	เวียงชัย	เวียงชัย	หจก.สมยศการสุรา	/		1
014	สันสลิดสุรา กลั่น	570200054701	3	3	เวียงเหนือ	เวียงชัย	หจก.สันสลิดสุรากลั่น	/		1
015	บัวแก้วการ สุรา	570200074701	83	3	ดอนศิลา	เวียงชัย	หจก.ต้นยางการสุรา	/		1
016	ศิลาข้างสุรา กลั่น	570200094701	82	16	ดอนศิลา	เวียงชัย	หจก.ศิลาข้าง สุรากลั่น	/		1
017	สุรากลั่น	570200164701	119	11	เวียงชัย	เวียงชัย	หจก.กาน้อยการสุรา	/		1
018	สุราขาว ชุมชน	570200044701	69	5	เมืองชุม	เวียงชัย	หจก.โชคเจริญเพื่อ การเกษตร	/		1
019	ไวน์ผลไม้	570600384701	86/1	5	ป่าแงะ	ป่าแดด	นางสมจิตร แสนใจ	/		1
020	ชาใบหม่อน	570600134701	118	5	สันมะค่า	ป่าแดด	นางสง่า ประภาเวส	/		1
021	สุรากลั่นตรา แม่ลอย	570400024701	13	10	แม่ลอย	เทิง	นายสุวิทย์ แก้วอินทร์	/		1
022	น้ำผึ้ง	570400334701	13	10	แม่ลอย	เทิง	นายสุวิทย์ แก้วอินทร์	/		1
023	เครื่องดื่ม สมุนไพรเพื่อ สุขภาพ	571600064701	137	2	จอม หมอกแก้ว	แม่ลาว	กลุ่มเครื่องดื่มสมุนไพร และน้ำผลไม้	/		1
024	ไวน์ กระเจี๊ยบ, ไวน์ผลไม้ ตามฤดูกาล	571400314701	81	8	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มแม่บ้านพระนคร	/		1
025	น้ำผลไม้สด เสาวรศ	571400324701	192	7	ยางฮ่อม	ขุนตาล	น้ำเสาวรศ	/		1
026	ไวน์มะขาม	571000224701	78	10	แม่สรวย	แม่สรวย	ห้วยม่วงไวน์	/		1
027	สมุนไพร กระชายดำผง สำเร็จรูป	571000234701	66	13	ท่าก้อ	แม่สรวย	ศูนย์ผลิตภัณฑ์ภูมิ ปัญญาพื้นบ้าน	/		1

028	ชิงผงสำเร็จรูป	571000244701	248	4	เจดีย์หลวง	แม่สรวย	กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านหนองหล่ม	/	1
029	ไวน์ผลไม้	570300594701	30	16	ศรีดอนชัย	เชียงใหม่	กลุ่มผลิตไวน์	/	1
030	สุรากลั่น	570500874701	1	15	ม่วงคำ	พาน	วังชมภูการสุรา	/	1
031	ไวน์รวงทอง	571700204701	23	13	ทุ่งก่อ	กิ่งฯ เชียงรุ่ง	นางศิริจันทร์ พันธุ์ประยูร	/	2
032	ไวน์มะเกี๋ยง	571700194701	42/1	1	ป่าซาง	กิ่งฯ เชียงรุ่ง	นางอิงอร คันทาเศรษฐ์	/	2
033	กาแฟสด	571000254701	136	10	แม่พริก	แม่สรวย	บุญมีดอยหลวง	/	2
034	สุรากลั่นชุมชนเอราวัณ	571600034701	1	10	ป่าก่อดำ	แม่ลาว	นายมอย มะโนคำ	/	2
035	น้ำดื่มพลับพลา	571600304701	59	5	โป่งแพร่	แม่ลาว	นายสว่าง ไชยวงศ์	/	2
036	ชาไทยสูตรโบราณ	571100564701	166	8	เวียงกาหลง	เวียงป่าเป้า	นายธิตี หาญเจริญกิจ	/	2
037	ใบชาเขียวคุณก๊ี้	571100134701	310	1	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า	น.ส.สุพร จงดำรงเกียรติ	/	2
038	ชาเขียวดอยตุง	571500024701	40	1	แม่ฟ้าหลวง	แม่ฟ้าหลวง	กลุ่มชาดอยตุง	/	2
039	ชาอู่หลงก้านอ่อน	571500174701	257	2	แม่ฟ้าหลวง	แม่ฟ้าหลวง	ร้านอาฝาง	/	2
040	ชาอู่หลงสีฤดู	571500054701	7/7	1	แม่สลอนนอก	แม่ฟ้าหลวง	ร้านใบชาเทนหลง	/	2
041	ไวน์กระชายดำผสมกระเจี๊ยบ	570300584701	31	7	ห้วยซ้อ	เชียงใหม่	กลุ่มเกษตรกรเพิ่มพูนทรัพย์	/	2
042	ไวน์ผลไม้และสมุนไพร	571400334701	439	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล	บ.ขุนตาลเบสโปรดัก จำกัด	/	2
043	เหล้าขาว 35 ดีกรี		155	2	เม็งราย	พญาเม็งราย	หจก.พญาการสุรา		2
044	สุรากลั่นผลไม้รวมตราชั้นชาย	570200534701	30	18	เวียงชัย	เวียงชัย	สหกรณ์การเกษตรแปรรูปผลิตภัณฑ์	/	2
045	ไวน์ผลไม้ดำตั้ง	571300184701	304/1	14	ปอ	เวียงแก่น	นายมนตรี ศิริพงศ์กุล	/	2

046	ไวน์แดง	570900234701	236/1	11	โป่งผา	แม่สาย	น้ำจำไวน์	/		2
047	ไวน์ลำไย	570900204701	210	4	เวียงพาง คำ	แม่สาย	กลุ่มผลิตไวน์และสุรา พื้นบ้าน	/		2
048	เหล้าเมือง เหนือลาย ไทย	570100704701	10	16	ป่าอ้อดอน ชัย	เมือง	นางบัวเหลียว ชัยมณี	/		2
049	น้ำหมักลูกยอ (เข้มข้น)	570100074701	546	17	บ้านคู	เมือง	แม่บ้านเกษตรกรบัวแคว พัฒนา	/		2
050	กาแฟควบด ยอดดอย	570100584701	665/9	5	รอบเวียง	เมือง	ศรีสะอาดแพมมิลีและ กาแฟไทย		/	2
051	กาแฟสด	570100794701		7	ห้วยชมภู	เมือง	สหกรณ์การเกษตรศุก นิมิตรห้างชมภู จก.	/		2
052	น้ำกระเจี๊ยบ	570100844701	91	1	ดอยฮาง	เมือง	อุตสาหกรรมในครัวเรือน	/		2
053	ชาหม่อน	570400324701	60	15	เวียง	เทิง	นางอมรรัตน์ สุขยิ่ง	/		2
054	สุรากลั่น ชุมชน	571100214701	36	6	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นางสุพิน ทิพย์คำ		/	2
055	ไวน์ผลไม้	570600294701	97	4	ป่าแดด	ป่าแดด	นางมีนา กุลลังกา	/		2
056	แม่สายไวน์	570900214701	98/2	12	โป่งผา	แม่สาย	กลุ่มสตรีสภกรณ์สตอเบอ รีน้ำจำ	/		2
057	สุรากลั่น ชุมชน "ดอย หลวง"	571800224701	58/1	3	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มสุรากลั่นชุมชน	/		2
058	สุรขาวกลั่น	571300024701	79	19	ปอ	เวียงแก่น	หจก.สุรากลั่นชุมชน		/	2
059	สุรขาว	570500064701	360	8	สันติสุข	พาน	หจก.เหมืองง่าสุรากลั่น		/	2
060	สุรากลั่น ชุมชน	570500884701	375	1	เจริญเมือง	พาน	นายก้องคำ ยาโน	/		2
061	สุรขาว	570500034701	110	24	เมืองพาน	พาน	หจก.ไผ่สีเขียว		/	2
062	ไวน์ผลไม้และ สมุนไพร	570700514701	214	4	ศรีคำ	แม่จัน	กลุ่มผู้ผลิตไวน์ผลไม้	/		2
063	ไวน์กระชาย ดำ		141	12	สันมะเค็ด	พาน	หจก.सानฝันไวน์เนอริ		/	
064	ชาเขียวใบ หม่อน		118	5	สันมะค่า	ป่าแดด	นางผัน วิเศษ	/		
065	ไวน์ลำไย		86/1	5	ป่าแงะ	ป่าแดด	นางสมจิตร แสนใจ	/		

066	ชานางนวน ฮิลล์		205	2	ศรีเมือง ชุม	แม่สาย	หจก.ตั้งชิงชัย		/	
067	ไวน์ผลไม้		77/1	1	เวียงพาง คำ	แม่สาย	หจก.ปิยะพรไวน์เนอริ		/	
068	สุรากลั่นดาว เหนือ		512	1	โป่งงาม	แม่สาย	หจก.ขุนผาฤทธิ์		/	

ประเภท อาหาร

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้ คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	ข้าวหอมมะลิ	570600324701	5	1	ป่าแดด	ป่าแดด	นายชำนาญ ชำนาญ ยา		/	1
002	น้ำปู	570600514701	95	6	ป่าแดด	ป่าแดด	นางศรีธร สิมะวงศ์	/		1
003	น้ำพริกลาบ	570600434701	173	6	ป่าแดด	ป่าแดด	นางสังวาล สีสัน	/		1
004	กาดะแม	570600504701	117	7	สันมะค่า	ป่าแดด	นางศิริพร แง่สุข	/		1
005	น้ำพริกเผา	570400414701	48	20	เวียง	เทิง	นางวันเพ็ญ เมฆ ปรีดาวงศ์	/		1
006	แคบหมูโร้มัน	571100714701	279	1	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางนงลักษณ์ กาวี ยศ	/		1
007	คุกกี้เนยสด	570200564701	148	5	ผางาม	เวียงชัย	กลุ่มแม่บ้านผางามเบ เกอรี	/		1
008	แคบหมู	571100604701	256	1	สันสลี	เวียงป่า เป้า	นางศรีลระออ หงษ์คำ	/		1
009	แคบหมู	571100624701	38	16	ป่าจิว	เวียงป่า เป้า	นางจันทร์เพ็ญ คำโล	/		1
010	ไข่เค็ม สมุนไพร	571100654701	89	8	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางอมรรัตน์ ทอง ผลา	/		1
011	น้ำพริกเผา เห็ดหอม	571100574701	54	12	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางสุภาพ โพธิ	/		1
012	ซีอิ๊วขาวเห็ด	571100614701	111	10	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางศิริวรรณ ฟองตา	/		1
013	แหนม	571100664701	27	4	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นางยุพิน แรงสิงห์	/		1
014	น้ำพริกลาบ ตราแม่ขันแก้ว	570200174701	69	5	เมืองชุม	เวียงชัย	นางรัตนพร กาเผือก		/	1
015	น้ำผึ้งเกษตร ดอกลำไย	570200184701	198	10	เมืองชุม	เวียงชัย	กลุ่มพัฒนา เกษตรกรรมฯ		/	1
016	ปลาเผา	570600124701	94	17	ป่าแะ	ป่าแดด	นางละเอียด กองทา	/		1
017	ข้าวแต๋น	570600464701	261	6	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นายสี ชันหยุด	/		1
018	ขนม	570600614701	34	11	ป่าแะ	ป่าแดด	นางบัวผ่าน ยามี	/		1

019	ขนมทอด	570600164701	32	7	ป่าแดด	ป่าแดด	นางสุพัฒน์ ยามี	/		1
020	กะปิ	570600144701	100	1	ป่าแดด	ป่าแดด	นางจิตติวรรดา แสงสุวรรณ	/		1
021	ลำไยอบแห้ง	570600534701	10	1	ป่าแยะ	ป่าแดด	นายทวี ใจปิ่น	/		1
022	ข้าวซ้อมมือ	571600374701	95	7	ป่าก่อดำ	แม่ลาว	กลุ่มข้าวซ้อมมือ	/		1
023	ข้าวแต๋นน้ำ แดงโม	571400424701	396/1	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล	กลุ่มแปรรูปผลผลิต- ทำขนม	/		1
024	แหนม	571400454701	49	9	ป่าตาล	ขุนตาล	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		1
025	ลำไยอบแห้ง ปลอดสารพิษ	571400354701	72	1	ต้า	ขุนตาล	สหกรณ์ปลูกลำไยขุน ตาล จำกัด	/		1
026	ข้าวเกรียบ ฟักทอง	571400434701	160	7	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มข้าวเกรียบ ฟักทองสมุนไพร	/		1
027	ข้าวกลิ้งซ้อม มือ	571000344701	60	7	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มข้าวกลิ้งซ้อม มือ	/		1
028	ปลาร้า	570100364701	7	1	สันทราย งาม	เทิง	นางบัวล้อม ปิ่นสุข	/		1
029	ทอดฟักโบราณ	570100384701	90	4	ศรีดอน ไชย	เทิง	นางสาวิริน ปิ่นใจ	/		1
030	น้ำพริกลาบ	570100424701	69/1	1	เชียงเคี่ยน	เทิง	นายสุกิจ เหล็กกล้า	/		1
031	ผักกาดดอง	570100444701	167/1	15	เวียง	เทิง	นางพรทิพย์ บุญ เหล่า	/		1
032	แคบหมูไร้มัน	570100454701	39	18	จ้าว	เทิง	นางชล ศรีใจวัง	/		1
033	ปลาร้า	571800284701	52/1	6	ปงน้อย	ดอยหลวง	กลุ่มปลาร้า	/		1
034	ข้าวแต๋น ข้าว เกรียบ กล้วย ฉาบ	571800274701	172	8	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร	/		1
035	ข้าวเกรียบ ฟักทอง	571800254701	5	8	หนองป่า ก่อ	ดอยหลวง	กลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์ทาง การเกษตร	/		1
036	กล้วยฉาบ	571800244701	152	10	หนองป่า ก่อ	ดอยหลวง	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		1
037	หน่อไม้อัดบีบ	571800234701	67	8	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มหน่อไม้อัดบีบ	/		1
038	ขนมทองม้วน	570800394701	450	3	ป่าสัก	เชียงแสน	ทำขนมทองม้วน, ขนมจีน	/		1
039	กล้วยฉาบ	570300624701	45/3	10	ศรีดอน ไชย	เชียงของ	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ท่าเจริญ	/		1

040	น้ำปลาตราปลาสร้อย	570300634701	33/1	15	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มน้ำปลาตราปลาสร้อย	/		1
041	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้	570300644701	481	10	เวียง	เชียงใหม่	กลุ่มสตรีแปรรูปผลไม้และสิ่งประดิษฐ์	/		1
042	ข้าวแต๋นสามรส	570300664701	25	8	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มข้าวแต๋นสามรส	/		1
043	ส้มโอ	571300174701			ท่าข้าม	เวียงแก่น	กลุ่มเกษตรกรตำบลท่าข้าม	/		1
044	แคบหมู	571300034701	91	3	หล่ายวาง	เวียงแก่น	กลุ่มแคบหมูบัวคำ	/		1
045	ข้าวกล้อง	571300024701	36	3	ปอ	เวียงแก่น	กลุ่มข้าวกล้องบ้านดอน	/		1
046	กล้วยฉาบ	571300134701	110/1	3	ท่าข้าม	เวียงแก่น	กลุ่มข้าวกล้องบ้านโล๊ะ	/		1
047	ถั่วอบเนย	571200294701	66	7	แม่ต้า	พญาเม็งราย	กลุ่มทำขนมถั่วอบเนย	/		1
048	ครองแครงกล้วยฉาบ	571200274701	130	9	แม่ต้า	พญาเม็งราย	กลุ่มทำขนม	/		1
049	หน่อไม้อัดبيب	570500934701	107	11	ป่าหุ่ง	พาน	กลุ่มแปรรูปวัตถุดิบพื้นบ้าน	/		1
050	ขนมถาดเงินนายเสวย	570500084704	575	12	ทรายขาว	พาน	นางรัฐวิภา ฟอกแก้ว	/		1
051	วุ้นน้ำมะพร้าว	570500104701	2037	1	เมืองพาน	พาน	นางลัดดา เพิ่มสุขลาภ	/		1
052	แคบหมู	570500134701	191	5	ทรายขาว	พาน	นางแสงจันทร์ คำตา	/		1
053	ถั่วเน่าแผ่น	570700524701	96	2	จันจว้า	แม่จัน	กลุ่มผู้ผลิตถั่วเน่าแผ่นทรงเครื่อง	/		1
054	กอละแม	570700654701	63	7	ท่าข้ามเปลือก	แม่จัน	กลุ่มทำกอละแม	/		1
055	ขนมจีน	570101594701	193	20	ป่าอ้อดอนชัย	เมืองเชียงราย	กลุ่มทำขนมจีน	/		1
056	เห็ดหอมสด	570101434701	19	5	แม่ข้าวต้ม	เมืองเชียงราย	เห็ดหอมหนองบัวแดง	/		1
057	นางบัวเขียวตุ๋นแก้ว	570101454701	5	2	นางแล	เมืองเชียงราย	กลุ่มแปรรูปถั่วสมุนไพรและขนมไทย	/		1
058	พริกกลาบ	570101584701	ศาลาฯ	1	ดอยฮาง	เมืองเชียงราย	กลุ่มน้ำพริกกลาบดอยฮาง	/		1

059	ขนมดอกจอก น้ำสมุนไพร	5701016664701	39	8	แม่กรณ์	เมือง เชียงราย	กลุ่มเกษตรกรบ้าน ใหม่	/		1
060	ทองม้วน	570101424701	49	3	คอยฮาง	เมือง เชียงราย	กลุ่มทำขนม	/		1
061	ข้าวหอมมะลิ	570600564701	126	4	ป่าแดด	ป่าแดด	สหกรณ์ป่าแดด		/	2
062	เกสรผึ้ง	570600154701	117/1	5	ป่าแยะ	ป่าแดด	นางเกษร ศรีลาวงค์		/	2
063	ขนมทองพับ	570600114701	94	17	ป่าแยะ	ป่าแดด	นางยอดสุดา คำแสง	/		2
064	กล้วยอบเวียง เชียงรุ่ง	571700214701	165	2	ทุ่งก้อ	เวียงเชียง รุ่ง	นางทิวาพร แสน เมืองมา	/		2
065	กระเทียมเจียว	571000374701	226	5	แม่สรวย	แม่สรวย	กลุ่มเกษตรกรรมแม่ สรวย	/		2
066	น้ำพริกตาแดง	571000354701	237/1	5	แม่สรวย	แม่สรวย	กลุ่มทำน้ำพริกตาแดง	/		2
067	น้ำปลาแท้ หนองซง	570400374701	80	2	หนองแรด	เทิง	นายประพัฒน์ ม้า แก้ว	/		2
068	ข้าวแต๋นน้ำ แดงโม	571600404701	111	2	จอมหมอก แก้ว	แม่ลาว	นางเครือวรรณ ชูน อ้าย	/		2
069	กล้วยอบเนย	570700584701	33	10	ป่าตึง	แม่จัน	กลุ่มแปรรูปผลิตผล การเกษตร	/		2
070	ข้าวตัง	570700544701	145/2	3	ป่าซาง	แม่จัน	กลุ่มข้าวตัง	/		2
071	แหนมเห็ด นางฟ้า	570700634701	34/1	1	ป่าตึง	แม่จัน	กลุ่มทำแหนมเห็ด	/		2
072	แหนมหมู	570700644701	112	4	จันจว้าใต้	แม่จัน	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		2
073	บ๊วยดองเค็ม	570700594701	119	19	ป่าตึง	แม่จัน	กลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์ทาง การเกษตร	/		2
074	ขนมปั้นสิบได้ ปลา	570700174701	107	1	แม่จัน	แม่จัน	นางสถาพร เพชรแก้ว	/		2
075	ปลาตุกฟู	570700154701	10	9	จันจว้า	แม่จัน	วรรณภา ปลาตุกฟู		/	2
076	น้ำพริกเผา	570700534701	137	1	ป่าตึง	แม่จัน	กลุ่มน้ำพริก	/		2
077	ข้าวแต๋นน้ำ แดงโม	571100594701	152	1	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางรุ่งทิพย์ มะลิ	/		2
078	คุกกี้สมุนไพร	571100694701	298	2	เวียง	เวียงป่า เป้า	น.ส.สายสุนีย์ จัปใจ นาย	/		2
079	แหนม	571100684701	196	10	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นางจันทร์เพ็ญ เพ็ญ ฟู	/		2
080	แคบหมูไร้มัน	570300694701	36/1	2	เวียง	เวียงของ	กลุ่มแคบหมูไร้มัน	/		2

081	กระเทียมดอง ตราเสือ	570500094701	76	17	สันกลาง	พาน	นภดลการเกษตร		/	2
082	มะขามแก้ว	570500014701	471	25	เมืองพาน	พาน	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร แปรรูปสมุนไพร	/		2
083	ข้าวหอมมะลิ	570501024701	337	6	ธารทอง	พาน	เศรษฐกิจชุมชนเฉลิม พระเกียรติ	/		2
084	น้ำพริกนรก	570500964701	216	2	เจริญเมือง	พาน	กลุ่มเสริมสร้างธุรกิจ ประชาคมปากอ	/		2
085	ข้าวแต่น ทรงเครื่อง	571200314701	56	6	ไม้ยา	พญาเม็ง ราย	กลุ่มปุ๋ยชีวภาพ	/		2
086	กล้วย ทรงเครื่อง	570200614701	152	3	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร	/		2
087	ข้าวแต่น	570200594701	106	1	เวียงชัย	เวียงชัย	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านกลางเวียง	/		2
088	ข้าวกลิ้ง	570800424701	48	3	บ้านแซว	เชียงแสน	นางไพรวลัย พล สวัสดิ์	/		2
089	พริกlaub	570803864701	173	1	เวียง	เชียงแสน	นางทองบุญ พรหม ปัญญา	/		2
090	ข้าวกลิ้งผง	570800364701	60/1	3	โยนก	เชียงแสน	นางมุกดา เกษรพรม	/		2
091	ข้าวถุงทอง	570800324701	169	13	ป่าสัก	เชียงแสน	สหกรณ์การเกษตร เชียงแสน	/		2
092	ส้มปลอด สารพิษ	570800114701	324	6	ป่าสัก	เชียงแสน	สวนส้มแสงระวีนาย แสงชัย ปันมันคง	/		2
093	น้ำพริกข่า	570900244701	48	5	เกาะช้าง	แม่สาย	นางลัดดา ไสอ้าย	/		2
094	น้ำพริกแมงดา	570900254701	409	9	เวียงพาง คำ	แม่สาย	นางจารี ไสกา	/		2
095	ข้าวหอมมะลิ	570100904701	163	6	นางแล	เมือง เชียงราย	นางวิลาวลัย ประเสริฐ	/		2
096	มันสไลด์รสป่า ปริก้า	570100594701	274	5	รอบเวียง	เมือง เชียงราย	นางนงเยาว์ ชมพู รัตน์	/		2
097	รดด่วน เชียงราย	570100664701	155	2	ริมกก	เมือง เชียงราย	นางสุนันทา แสนยศ	/		2
098	ข้าวเกรียบ ลับประรดนาง แล	570100264701	439	10	นางแล	เมือง เชียงราย	นางอนงค์ ตนบุญ	/		2
099	นมสดผลไม้	570100204701	382/43	13	รอบเวียง	เมือง เชียงราย	นายอนันต์ชัย พิมมัน ตะศิริ	/	/	2
100	ฤทธิ์ชัยน้ำผึ้ง	571400374701	251	3	ต้า	ขุนตาล	นางน้อม ปาล้าลี	/		2

101	แคบหมูไร้มัน	571400394701	14	12	ต้า	ขุนตาล	นางปราณี ถิณรัตน์	/		2
102	ซีอิ๊วเห็ดหอม	571100644701	86	2	ป่าจิ้ง	เวียงป่า เป้า	นายสมบุรณ์ มหาคำ	/		2
103	ข้าวเจ้าชั้นดี	571100574701	11	6	ป่าจิ้ง	เวียงป่า เป้า	นายคำ ธัญญ	/		2
104	กล้วยอบเนย	571100694701	82	9	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นางอำนาจ อ้ายดวง	/		2
105	โรตีสีกรอบ	571100174701	98	5	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางอนงค์นาฏ ชุ่น เจริญ	/		2
106	มะยมแก้ว ทับทิม	570200234701	134	6	เวียงเหนือ	เวียงชัย	นางทับทิม พิทักษ์กำ พล	/		2
107	แหนม, ข้าว แต่น	570600424701	59	16	ป่าแะ	ป่าแดด	นางบานเย็น วงศ์ด้อย	/		2
108	เมล็ด ทานตะวัน	570900264701				แม่สาย	บริษัทบุญทิพย์ฟู๊ดส์ โปรดักส์	/		2
109	ข้าวซ้อมมือ	571600394701	22	6	ป่าก่อดำ	แม่ลาว	ข้าวซ้อมมือ	/		2
110	กล้วยกวน	571600384701	216	9	ป่าก่อดำ	แม่ลาว	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		2
111	แหนม	571000364701	136	7	ศรีถ้อย	แม่สรวย	กลุ่มทำแหนม	/		2
112	ขนมกะหรี่ปั้ว และแหนม	571000324701	55/1	6	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		2
113	เห็ดนางฟ้าภู ฐาน	571000304701	248	7	เจดีย์หลวง	แม่สรวย	กลุ่มเพาะเห็ดบ้านสัน ก้างปลา	/		2
114	ขนมทองม้วน	571000294701	108	12	แม่สรวย	แม่สรวย	ขนมทองม้วน	/		2
115	ข้าวซ้อมมือ	571000284701	55	19	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มข้าวซ้อมมือ	/		2
116	น้ำพริกตาแดง	571000384701	4	7	แม่พริก	แม่สรวย	กลุ่มน้ำพริกตาแดง	/		2
117	ข้าวกล้อง อินทรีย์	570100344701	141/1	8	แม่ลอย	เทิง	นายบุญช่วย แดงฟู	/		2
118	น้ำพริกตาแดง	570100434701	215	11	จิ้ง	เทิง	นางบุญดดา อินต๊ะวิ กุล	/		2
119	กล้วยอบเนย, ขนุนอบเนย	570800414701	265	2	เวียง	เชียงแสน	กลุ่มแปรรูปเพื่อเพิ่ม มูลค่าเพิ่มผลผลิต	/		2
120	ข้าวกล้อง	570800454701	42	1	ป่าสัก	เชียงแสน	กลุ่มผลิตข้าวกล้อง	/		2
121	น้ำพริกลาบ, น้ำพริกแจ่ว บ่อง	570800344701	598	3	เวียง	เชียงแสน	กลุ่มแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร	/		2

122	ข้าวกล้องและ ทอดขง	570800354701	279	12	ศรีดอนมูล	เชียงใหม่	กลุ่มออมทรัพย์ ธนาคารข้าว	/		2
123	กลุ่มปลาร้า แปรรูป	570800444701	101	3	ป่าสัก	เชียงใหม่	นายวสันต์ เทียมตา	/		2
124	ข้าวเกรียบ ฟักทอง	570300684701	248	6	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ทุ่งอ่าง	/		2
125	กล้วยอบเนย	570300114701	121	5	ศรี	เชียงใหม่	นางชนิตรา นาสบาย	/		2
126	ไข่ไอโอดีน	570300674701	37	8	สถาน	เชียงใหม่	กลุ่มไข่ไอโอดีน	/		2
127	ขนม ครองแครง กรอบ	571200304701	114	4	ไม้ยา	พญาเม็ง ราย	กลุ่มแปรรูปอาหาร และขนมฯ	/		2
128	น้ำพริกเผา	571200254701	50	6	ไม้ยา	พญาเม็ง ราย	กลุ่มแปรรูปอาหาร	/		2
129	กลุ่มผลิต ขนมจีน	570501004701	231	13	แม่	พาน	กลุ่มพัฒนาสตรี สหกรณ์ ต.แม่ฮ้อ	/		2
130	ข้าวซ้อมมือ	570500914701	133	16	ทรายขาว	พาน	กลุ่มสตรีข้าวซ้อมมือ และแปรรูปข้าว	/		2
131	ข้าวเกรียบ, ทองม้วน	570500924701	7	1	สันติสุข	พาน	กลุ่มแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร	/		2
132	แคบหมูไร้มัน	570500894701	193	9	ป่าหุง	พาน	กลุ่มแคบหมู	/		2
133	ข้าวกล้องคัด พิเศษ	570500974704	19	2	สันมะเค็ด	พาน	สตรีสหกรณ์ตำบลสัน มะเค็ดฯ	/		2
134	กล้วยอบเนย	570500164701	373	1	เมืองพาน	พาน	นางถิรดา ยาโน	/		2
135	ถั่วเน่าแผ่น อบแห้ง ผง	570700604701	240	3	ศรีคำ	แม่จัน	อุตสาหกรรม ครอบครัว	/		2
136	ขนมจีน	570700614701	84	8	ท่า ข้าวเปลือก	แม่จัน	กลุ่มขนมจีนไทลื้อ	/		2
137	แคบหมู	570700554701	166	14	แม่จัน	แม่จัน	กลุ่มแคบหมู	/		2
138	กระเทียมโทน ดอง	570700164701	9	1	แม่ไร่	แม่จัน	แปรรูปผลิตภัณฑ์ อาหาร	/		2
139	ข้าวแต๋น	570700624701	2	2	ท่า ข้าวเปลือก	แม่จัน	กลุ่มผลิตข้าวแต๋น	/		2
140	น้ำพริก	570101464701	95	21	ป่าฮ้อดอน ชัย	เมือง เชียงราย	กลุ่มน้ำพริกประดูล้อ	/		2
141	ไข่เค็ม	570101714701	406	17	แม่ข้าวต้ม	เมือง เชียงราย	นางวิลาวรรณ เมือง มูล	/		2

142	บัวแดง	570101484701	8	7	ห้วยชมภู	เมือง เขียงราย	กลุ่มบัวแดง	/		2
143	มะเข้ว้นตาก แห้ง	570101634701	91	1	ดอยฮาง	เมือง เขียงราย	เกษตรกรผู้ปลูกมะ เข้ว้น	/		2
144	ข้าวควบ-ข้าว แคบ	570101674701	17	9	บ้านดู่	เมือง เขียงราย	กลุ่มข้าวควบ-ข้าว แคบ	/		2
145	น้ำจิ้มสุกี้หมู กะทะ	570101444701	252	5	แม่ข้าวต้ม	เมือง เขียงราย	น้ำจิ้มสุกี้, หมูกะทะ หนองบัวแดง	/		2
146	กระเทียมเจียว	570101564701	61	7	ป่าอ้อดอน ชัย	เมือง เขียงราย	กระเทียมเจียวบ้าน หนองแสลี่ป	/		2
147	น้ำปูสมุนไพรว	570100284701	67	7	แม่ยาว	เมือง เขียงราย	กลุ่มส่งเสริมอาชีพทำ จิ้นส้มเมือง	/		2
148	น้ำพริก		47	16	ป่าแงะ	ป่าแดด	นางหลวน กองแก้ว	/		
149	น้ำผึ้ง		117/1	5	ป่าแงะ	ป่าแดด	นางเกษร ศรีลาวงค์		/	
150	ลำไยอบแห้ง		117/1	5	ป่าแงะ	ป่าแดด	นางเกษร ศรีลาวงค์		/	
151	ซีอิ๊วถั่วเหลือง		114	19	ป่าตึง	แม่จัน	กลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์การเกษตร	/		
152	แคบหมูไร้มัน		259/1	6	เวียง	เวียงป่า เป้า	น.ส.รุ่งอรุณ ทิพย์ชัย	/		
153	ข้าวกล็อง		8	2	แม่ต๋ำ	พญาเม็ง ราย	กลุ่มอนุรักษ์ วัฒนธรรมบ้านห้วย ก้าง	/		
154	ไข่เค็ม		66	10	ปงน้อย	ดอยหลวง	กลุ่มถนอมอาหารไข่ เค็ม	/		
155	สับปะรด		244	9	ป่าอ้อดอน ชัย	เมือง	สวนรุ่งรัตนา	/		
156	ข้าวเกรียบ ฟักทอง		57	19	แม่ข้าวต้ม	เมือง	กลุ่มข้าวเกรียบ	/		

ประเภท ของใช้และของประดับตกแต่ง

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	ซีเมนต์บล็อก	070600574701	6	14	ป่าแงะ	ป่าแดด	นายเมือง คงมัน	/		1
002	ถ่านจากไม้ไมยราบ ยักษ์	571400015701	95	4	ป่าตาล	ขุนตาล	กลุ่มเตาถ่านไม้ ไมยราบยักษ์	/		1
003	ประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง	571400017701	81	7	ยางฮ่อม	ขุนตาล	กลุ่มประดิษฐ์ ดอกไม้แห้ง	/		1
004	หัตถกรรมพื้นบ้าน กลุ่มไม้กวาด	571400214701	14/1	1	ป่าตาล	ขุนตาล	กลุ่มหัตถกรรม พื้นบ้าน	/		1
005	ไม้กวาดสีทอง	571400204701	209	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล	กลุ่มไม้กวาดสีทอง	/		1
006	ส้าหวดข้าว	570300224701	163/1	5	บุญเรือง	เชียงของ	กลุ่มจักสาน	/		1
007	เปือขมุ	571300144701	51	6	หลายงาว	เวียงแก่น	กลุ่มจักสานบ้าน ห้วยเหียน	/		1
008	หมวก	571300084701	13	2	ปอ	เวียงแก่น	กลุ่มจักสานบ้าน ปางหัด	/		1
009	จักสานไม้ไผ่	571200084701	205	10	เม็งราย	พญาเม็ง ราย	กลุ่มจักสาน	/		1
010	กลุ่มจักสานหมวก	571200064701	188	1	เม็งราย	พญาเม็ง ราย	กลุ่มผู้จักสาน หมวก	/		1
011	เสื่อกก	571200054701	230	10	เม็งราย	พญาเม็ง ราย	กลุ่มทอเสื่อ	/		1
012	ผ้าหม่นวม	571200114701	117	2	ตาดควัน	พญาเม็ง ราย	กลุ่มเย็บผ้า	/		1
013	เครื่องจักสาน	571200124701	147	2	เม็งราย	พญาเม็ง ราย	กลุ่มจักสาน	/		1
014	ดอกไม้จันทน์	571200034701	122	1	แม่เปา	พญาเม็ง ราย	กลุ่มทำดอกไม้ จันทน์	/		1
015	ดอกไม้ประดิษฐ์บ้าน ป่าไผ่	570100804701	16	4	ป่าอ้อดอน ชัย	เมือง เชียงราย	กลุ่มสหกรณ์บ้าน ป่าไผ่และดอกไม้	/		1
016	เพอร์ริจอร์ไม้สัก	570100784701	295	4	ดอยลาน	เมือง เชียงราย	ธวัชชัย เหมือง หม้อ	/		1
017	ดอกไม้ประดิษฐ์จาก ผ้าใยบัว	570100924701	20	5	รอบเวียง	เมือง เชียงราย	ประดิษฐ์ดอกไม้ จากผ้าใยบัว	/		1

018	ดอกไม้ธันบัวตอง	570100974701	1062/1		เวียง	เมือง เชียงราย	กลุ่มสนใจชุมชน เจ็ดยอด	/		1
019	เครื่องจักสาน	570600154701	232	7	ป่าแดด	ป่าแดด	นางสม โลมากุล	/		2
020	ไม้กวาดดอกหญ้า	570600264701	42	4	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นายศรีรัตน์ สาย มงคล	/		2
021	น้ำยาล้างจาน	570600844701	73	4	สันมะค่า	ป่าแดด	นางสงกรานต์ บุญเจริญ	/		2
022	รองเท้าหนัง	570600244701	73	12	ป่าแดด	ป่าแดด	นางกอบกุล ทา แกง	/		2
023	ผ้าห่ม	570600234701	93/1	13	ป่าแะ	ป่าแดด	นางทิพวรรณ ปง กันมูล	/		2
024	พรมเช็ดเท้า	570600334701	11	1	ป่าแดด	ป่าแดด	นางลารัลย์ หล่อดี	/		2
025	สอริโมน	570600324701	4	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นายเรืองเดช ยี่ นาง	/		2
+026	เครื่องจักสาน	570600444701	45	5	ป่าแดด	ป่าแดด	นางศรี นุ่มมีชัย	/		2
027	ไม้กวาด	570600554701	303	1	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นายปืด ชาวพอง	/		2
028	ผ้าห่ม	5706004404701	3	17	ป่าแะ	ป่าแดด	นางบัวผัน สุทธนะ	/		2
029	ปุยสีขาว	570600844701	130	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางอ้วน แก้ว กล้า	/		2
030	ยอ	570600404701	11	8	ป่าแดด	ป่าแดด	นางละมัย ยามี	/		2
031	หมอนส้มโอก	570600374701	1	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางค่าน้อย ทานันท์	/		2
032	ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่	570600014701	127	4	สันมะค่า	ป่าแดด	นายพงษ์ศักดิ์ ยู กิจภูติ	/		2
033	เสื้อกก	570600384701	118	8	ป่าแดด	ป่าแดด	นางละเอียด ยามี	/		2
034	ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา	570600254701	389/1	12	โรงช้าง	ป่าแดด	นางนวล ลาวตุม	/		2
035	ผ้าห่ม	570600314701	222	12	ป่าแะ	ป่าแดด	นางหนูเพ็ญ สม นาม	/		2
036	ดอกไม้ประดิษฐ์	570600174701	126	7	ป่าแดด	ป่าแดด	นางพร จันทร์ทอง เมือง	/		2
037	หมวกไม้ไผ่	570600414701	49	12	ป่าแดด	ป่าแดด	นางเพ็ญ ทาแกง	/		2
038	บ้านจำลอง	570600524701	95	7	โรงช้าง	ป่าแดด	นายสนอง มาฟู	/		2
039	ผ้าห่ม	570600184701	27	8	ป่าแดด	ป่าแดด	นางเสาว์แก้ว ยามี	/		2
040	ดอกไม้สด	570600294701	98	5	ป่าแดด	ป่าแดด	นางศรีวรรณ วงศ์ ตัน	/		2

041	สิ่งประดิษฐ์จากผ้า	571000094701		3	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากผ้า			2
042	ตุ่ง	571000114701		10	เจดีย์หลวง	แม่สรวย	กลุ่มทอตุ่งบ้านสัน ธาตุ			2
043	เครื่องปั้นดินเผา	571000144701		3	ป่าแดด	แม่สรวย	นายธีระพงษ์ คุณา นวล			2
044	ไม้แกะสลัก	570400014701	60/2	10	เวียง	เทิง	นายบุญสูง ไชย เมือง	/		2
045	ที่นอนนุ่น	570400084701	6	9	จ้าว	เทิง	นางยอดหญ้า สุข เหมอะ	/		2
046	ตะกร้าหวาย	570400094701	65	3	หางาว	เทิง	นายเทียน หน่อมี	/		2
047	ไม้กวาดดอกหญ้า	570400114701	35	18	ด้าแต่่า	เทิง	นายสามารถ โน พวน	/		2
048	ไม้กวาดดอกหญ้า	570400154701	13	9	เชียงเคี่ยน	เทิง	นางราตรี เชื้อ เมืองพาน	/		2
049	ตะกร้าหวาย	570400184701	159	5	หนองแรด	เทิง	นางเดี่ยว อุดเขียว	/		2
050	ตะกร้าหวาย	570400214701	35	3	หนองแรด	เทิง	นายจันทร์ ตีบเต็ม	/		2
051	ปุยอินทรีย์อัดเม็ด	571600104701	58	9	จอมหมอก แก้ว	แม่ลาว	นายอินทร์ ฟอง สมุทร	/		2
052	ถ่านอัดแท่ง	571600194701	6	7	โป่งแพร์	แม่ลาว	นายบุญญานนท์ สวัสดิ์สกุลไทย	/		2
053	ตระกร้าไม้ไผ่	571600094701	239	7	ดงมะดะ	แม่ลาว	นายสาม แสนขัน	/		2
054	ดอกไม้ประดิษฐ์จาก ผ้าใยบัว	571600224701	26	4	บัวสลี	แม่ลาว	น.ส.รุ่งอรุณ สลี สองสม	/		2
055	โคมไฟฉลุ	571100474701	10/2	2	บ้านโป่ง	เวียงป่า เป้า	นางจันทร์ภา กา วิโรจน์	/		2
056	ดอกไม้กระดาษสา	571100274701	108	1	ป่าจิว	เวียงป่า เป้า	นางจันทร์แก้ว แก้วแก้ว	/		2
057	โถงเทียนลายใบบัว	571100424701	67	13	ป่าจิว	เวียงป่า เป้า	น.ส.ดวงภา เบ็ญ สว่าง	/		2
058	ชุดกาน้ำชาเวียง กาหลง	571100294701	97	3	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นายทัน อิจิตตั้ง	/		2
059	โคมไฟตะเกียงน้ำมัน พืช	571100384701	168	2	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นางวิภาไล วิริยา	/		2
060	โคมไฟ	571100404701	83/1	10	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นายไพฑูย์ จันทร์ เครือ	/		2

061	ตุ๊กตาดินเผา	571100454701	11	4	แม่เจตีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายอภิวัฒน์ ฝันวี ระ	/		2
062	จักสานตะเกียงไม้ไผ่	570700314701	151	3	จันจว้าใต้	แม่จัน	นายถา น้อยหอม	/		2
063	หมวกแฟชั่น	570700074701	123/1	5	จอม สวรรค์	แม่จัน	แปรรูปผลิตภัณฑ์ จากผ้า	/		2
064	ไม้กวาดดอกหญ้า	570700344701	103	4	ป่าตึง	แม่จัน	ไม้กวาดดอกหญ้า	/		2
065	โคมไฟ	570700064701	96	10	ศรีค้ำ	แม่จัน	นางบุญกาญจน์ ไชยมิกลิน	/		2
066	โตกจากหวาย	570700344701	3	5	ท่า ข้าวเปลือก	แม่จัน	กลุ่มผลิตภัณฑ์ จากหวาย	/		2
067	กระเป่าเสื่อกก	570700294701	29	9	สันทราย	แม่จัน	กลุ่มผลิตภัณฑ์ จากกก	/		2
068	โคมไฟไม้ไผ่ตั้งพื้น	570700324701	54	15	ป่าซาง	แม่จัน	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้ ไผ่	/		2
069	ชุดรับแขกไม้ไผ่	570700394701	31	2	จันจว้า	แม่จัน	กลุ่มหัตถกรรมไม้ ไผ่	/		2
070	จักสานโคมไฟโบราณ	570700264701	131	5	จันจว้า	แม่จัน	กลุ่มจักสาน	/		2
071	ไม้กวาดดอกหญ้า	570700374701	89	8	ป่าซาง	แม่จัน	กลุ่มทำไม้กวาด ดอกหญ้า	/		2
072	เส้นไหมธรรมชาติ	570300264701	211	5	ศรี่ง	เชียงของ	กลุ่มพื้นฟูอาชีพ ปลูกหม่อนเลี้ยง ไหม	/		2
073	กระถางไม้ไผ่		50	3	ป่าตาล	ขุนตาล	นายสมเกียรติ คำ บุญส่ง	/		2
074	แผ่นโนบอบ		175	6	ต้า	ขุนตาล	น.ส.วชิรินทร์ รัก พ่อ	/		2
075	โคมไฟ	570200314701	17	6	ดอนศิลา	เวียงชัย	กลุ่มกะลามะพร้าว	/		2
076	กระดาษสา	570200444701	182	3	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนด้านเส้นสลิติ	/		2
077	ตระกร้าหวาย	570800214701	49	11	ศรีดอนมูล	เวียงแสน	นางธิวรรณ ทา แกง	/		2
078	ตระกร้าไม้ไผ่	570800184701	43	1	โยนก	เวียงแสน	นางอัมพร วงค์ เมืองมา	/		2
079	หมวกจักสาน	570800244701	236	2	ป่าสัก	เวียงแสน	นางมา กันแก้ว	/		2
080	ไม้กวาด	570800644701	391	3	ป่าสัก	เวียงแสน	นายไพโรจน์	/		2
081	แพ้มเอกสาร	571300054701	108	4	หล่ายงาว	เวียงแก่น	กลุ่มตัดเย็บบ้าน ทำข้าม	/		2

082	ปากกา	571300054701	92	9	ปอ	เวียงแก่น	กลุ่มเครื่องเงินบ้าน ห้วยห่าน	/		2
083	โคมไฟหวาย	570400044701	68	3	ปล้อง	เทิง	นายเถาว์ หมื่น อินทร์	/		2
084	โคมไฟกะลามะพร้าว	570400234701	15	10	เวียง	เทิง	นางบัวเรียว ศรี นวล	/		2
085	ตะกร้าเชือกไนลอน		155	12	เวียง	เทิง	นางกองกิจ พิมพา	/		2
086	เสื่อกก		71	12	เวียง	เทิง	นางวรรณุช กรุง แสนเมือง	/		2
087	ดอกไม้ประดิษฐ์จาก ดิน	571800084701	70	8	หนองป่า ก่อ	ดอยหลวง	กลุ่มประจักษ์รัก	/		2
088	ดอกไม้ประดิษฐ์จาก ผ้า	571800114701	66	5	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มดอกไม้ ประดิษฐ์แม่บงใต้	/		2
089	พรมเช็ดเท้า	571800054701	53	8	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มพรมเช็ดเท้า	/		2
090	ไม้กวาด	571800074701	10	4	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มไม้กวาด	/		2
091	ดอกไม้ประดิษฐ์จาก ผ้า	571800144701	90	8	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มดอกไม้ ประดิษฐ์บ้านโชค ชัย	/		2
092	ผ้าห่มใยสังเคราะห์	571800204701	8	3	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มตัดเย็บผ้าห่ม ใยสังเคราะห์	/		2
093	เสื่อกกพัฒนา	570900154701	181	7	ห้วยไคร้	แม่สาย	นายไพโรจน์ ทันใจ	/		2
094	ตะกร้าหวาย	570900094701	102	5	ศรีเมืองชุม	แม่สาย	นายตีบ คำมะ ยอม	/		2
095	ตะกร้าจากสมุด โทรศัพท์	570900134701	49	9	โปงผา	แม่สาย	นางสังวาล เรือน แก้ว	/		2
096	ถ่านสังเคราะห์อัด แท่ง	570900124701	215	6	เวียงพาง คำ	แม่สาย	นายเสมอ เซาว์วัน กลาง	/		2
097	โซฟาชุดนางนอน		144/1	1	แม่สาย	แม่สาย	นางกาญจนา ภิญโญพาณิชย์ การ	/	/	2
098	ปุ๋ยหมัก	570500714701	50	15	ม่วงคำ	พาน	กลุ่มปุ๋ยหมัก ชีวภาพ อบต.ม่วง คำ	/		2
099	กระตักข้าว	570500704701	120	5	ป่าหุ้ง	พาน	กลุ่มจักสานไม้ไผ่	/		2
100	เสื่อกก	570500694701	163	3	ป่าหุ้ง	พาน	กลุ่มผู้ปลูกและทอ เสื่อกก	/		2

101	หมวกใบตาล	570500684701	212	5	ม่วงคำ	พาน	กลุ่มจักสานหมวกใบตาล	/		2
102	ตะเกียงกะลามะพร้าว	570500654701	77	1	แม่อ้อ	พาน	ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวผู้สูงอายุ	/		2
103	ดอกไม้ประดิษฐ์	570500644701	1071	8	เมืองพาน	พาน	กลุ่มทำดอกไม้ผ้าใยบัว	/		2
104	กรงนก,เซ่ง,โคมไฟ	570500594701	180	4	สันติสุข	พาน	สตรีสหกรณ์บ้านสันกอกเหียง	/		2
105	กล่องใส่ข้าว,กระเป่า	570500574701	241	2	ป่าหุ่ง	พาน	กลุ่มจักสาน	/		2
106	ตะกร้าหอม	570500514701	203	8	สันติสุข	พาน	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเปลือกข้าวโพด	/		2
107	มីด	570500384701	220	6	ทานตะวัน	พาน	กลุ่มตีเหล็กทำมิดบ้านป่าสักใต้	/		2
108	ผ้าห่มนวม	570500374701	565	11	ทรายขาว	พาน	กลุ่มผ้าห่มนวม	/		2
109	ไม้กวาดทางมะพร้าว	570500404701	131	5	เวียงห้าว	พาน	นายสรุภกร เดชพรชัย	/		2
110	ไม้กวาดดอกหญ้า	570500354701	58	15	ป่าหุ่ง	พาน	นางจรัสแสงจันทร์คำ	/		2
111	พรมปูนอน	570500314701	91	17	สันกลาง	พาน	นายมงคล กันธิยะ	/		2
112	ผ้าห่มสำลี	570500324701	422	9	สันติสุข	พาน	นางพนาวรรณแก้วให้	/		2
113	ดอกไม้ประดิษฐ์กระดาษสา	570500144701	121	7	แม่เย็น	พาน	น.ส.นงลักษณ์ บรรรัตน์	/	/	2
114	ไม้กวาดดอกหญ้า	570100034701	6	9	แม่กรณ์	เมืองเชียงราย	กลุ่มทำดอกไม้กวาดดอกหญ้า	/		2
115	โคมไฟกะลามะพร้าว	570100994701	55	2	นางแล	เมืองเชียงราย	กลุ่มหัตถกรรมกะลามะพร้าว เศษไม้	/		2
116	ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว	570100954701	470/31	3	ริมกก	เมืองเชียงราย	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว	/		2
117	ตัดเย็บเครื่องนอนจากนุ่น	570100954701	194	6	แม่กรณ์	เมืองเชียงราย	กลุ่มตัดเย็บเครื่องนอน	/		2
118	พลาสติกสาน	570100814701	451/105		เวียง	เมืองเชียงราย	กลุ่มพลาสติกสาน	/		2
119	ที่ใส่กระดาษทิชชู	570100354701	270	10	นางแล	เมืองเชียงราย	กลุ่มกระดาษใบสับปะรด	/		2

120	เฟอร์นิเจอร์จากไม้ไผ่	570100274701	614	10	ท่าสุด	เมือง เชียงราย	บัลลังก์เฟอร์นิเจอร์ ไม้ไผ่	/	/	2
121	ไม้กวาดดอกหญ้า	571200144701	48	9	แม่ต้า	พญาเม็ง ราย	กลุ่มหัตถกรรมไม้ กวาด	/	/	2
122	ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ	571200074701	95	10	แม่ต้า	พญาเม็ง ราย	กลุ่มเกษตรยั่งยืน	/	/	2
123	หมวกสานไม้ไผ่	571200094701	28	8	ตาควัน	พญาเม็ง ราย	กลุ่มเย็บหมวก	/	/	2
124	ตะกร้าหวาย	571400194701	33	10	ป่าตาล	ขุนตาล	นายจันทร์ รักพอ	/	/	2
125	ไม้กวาด	571100304701	229	2	สันสลี	เวียงป่า เป้า	นางสม ไชยวุฒิ	/	/	2
126	ดอกไม้จากเปลือก ข้าวโพด	571100244701	62	10	สันสลี	เวียงป่า เป้า	นางวงเดือน ปากหวาน	/	/	2
127	ไม้กวาดดอกหญ้า	571100234701	50	10	สันสลี	เวียงป่า เป้า	นางบัวผัด บัวเย็น	/	/	2
128	ผ้าปัก	571100224701	48	10	สันสลี	เวียงป่า เป้า	นางก่องคำ ปินตา ดวง	/	/	2
129	หมอนอิง	571100464701	448	6	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางวิไลวรรณ ไกร ยุสม	/	/	2
130	ผ้าห่มนวมยัดฝ้าย	571100414701	192	7	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางจำปี พรหมขัติ แก้ว	/	/	2
131	กระเป๋าถือ	571100194701	112	3	บ้านโป่ง	เวียงป่า เป้า	น.ส.สุทธิรัตน์ สุริยะชัยยา	/	/	2
132	มูลี่จากไม้ไผ่	571100324701	95	10	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางนิตยา คำทา	/	/	2
133	ถุงกระดาษสา	571100374701	88/2	6	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	น.ส.อรุณญาณี พรมเทศ	/	/	2
134	ชุดรับแขก	571100334701	30/1	10	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นายบุญเย็น วิชา เถิน	/	/	2
135	กระเป๋ากระดาษ มะพร้าว	571100214701	177	3	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายศรัทธ ทวีบุญ	/	/	2
136	ตุ๊กตาไม้ชาวเขา	571100204701	134	3	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายชนะ ณ นคร	/	/	2
137	ก้านหน้ำไม้ไผ่	571100284701	150	4	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายสมพล พัฒน ปริญญา	/	/	2
138	ซองทิชชูผ้าไหมต่อ ลาย	571100044701	366	6	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางชนิด เทียง ธรรม	/	/	2

139	กระเป๋าคาดไหล่	571100134701	224/1	12	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางแววมณี ทรัพย์มูล	/	2
140	มุ้งเวียงกาหลง	571100054701	188	3	เวียง กาหลง	เวียงป่า เป้า	นางทองแสง สิทธิ ยศ	/	2
141	กรอบรูปไม้โบราณ	571100034701	139/1	9	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายชวลิต ธงชัย	/	2
142	โคมไฟไม้ไผ่	571100064701	160	14	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายสมชาย โพธิ์ ศรีทอง	/	2
143	ชุดเครื่องเงินเวียง กาหลง	571100024701	124	14	แม่เจดีย์ ใหม่	เวียงป่า เป้า	นายทวีสิน ฉัตร มณีวัฒน์	/	2
144	หมวกสานจากไม้ไผ่	570200424701	84	2	เมืองชุม	เวียงชัย	กลุ่มแปรรูปผ้าและ ของใช้จากผ้า		2
145	ไม้กวาดดอกหญ้า	570200364701	174	8	เวียงชัย	เวียงชัย	กลุ่มผลิตไม้กวาด และเครื่องจักร		2
146	ดอกไม้จากฟาง	570200374701	22	1	เวียงชัย	เวียงชัย	กลุ่มผลิตดอกไม้ ผู้สูงอายุฯ		2
147	ไม้กวาดดอกหญ้า	570200354701	180	2	เวียงชัย	เวียงชัย	กลุ่มจักสาน		2
148	ลูกดิ่ง รวบบันได	570200404701	103	3	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มกลึงไม้บ้าน สันสลิด		2
149	ผ้าห่ม	570200414701	186	6	เมืองชุม	เวียงชัย	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า/ ผ้าห่ม		2
150	โคมไฟประดับ	570200454701	202	6	เมืองชุม	เวียงชัย	กลุ่มจักสานไม้ไผ่		2
151	กระเป๋าคาดไหล่ กล้วย	570200334701	1	7	ดอนศิลา	เวียงชัย	กลุ่มจักสาน		2
152	กระเป๋าสานจากเชือก กล้วย	570200384701	2	12	เวียงชัย	เวียงชัย	กลุ่มจักสานเชือก กล้วย		2
153	ผ้าห่มนวม	570200434701	128	11	เวียงเหนือ	เวียงชัย	กลุ่มผู้สูงอายุโดย ชุมชนวัดพนา		2
154	ไม้กวาดดอกหญ้า	070600284701	60	8	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นางระนอง บุญ เป็ง	/	2
155	เสื้อผ้า	070600474701	32	4	สันมะค่า	ป่าแดด	นางลัดดา ท้าว ทรายมูล	/	2
156	หมวกสาน	070600204701	290	3	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นางแก้ว ป่าดุ่ม	/	2
157	ตะกร้าพลาสติก	570400124701	257/1	5	ปล้อง	เทิง	นางคำ วงศ์เวียง	/	2
158	กระเป๋าด้านกก	570400134701	70	10	จ้าว	เทิง	นางปราณี สีหา นาท	/	2
159	ตะกร้าพลาสติก	570400144701	79	2	ปล้อง	เทิง	นายคำ แวนแก้ว	/	2

160	กระเป๋าคาดเอว	570400164701	48/1	10	เวียง	เทิง	นางทรงศรี แคน นอก	/		2
161	กระเป๋าคาดเอว	570400194701	117	21	เวียง	เทิง	นางเกตุแก้ว เครือ เถาว์	/		2
162	ลูกบิดสารพัด ประโยชน์	571600264701	271	3	ดงมะตะ	แม่ลาว	กลุ่มลูกบิดสารพัด ประโยชน์	/		2
163	เนคไทถัก	571600164701	10	9	ปาก๋อตำ	แม่ลาว	กลุ่มงานฝีมือ	/		2
164	ดอกกุหลาบ	571600124701	36	5	จอมหมอก แก้ว	แม่ลาว	ปลูกดอกกุหลาบ	/		2
165	หม้อดิน	571600204701	120	11	บัวสลี	แม่ลาว	กลุ่ม เครื่องปั้นดินเผา	/		2
166	หมอนถักโครเชต์	571600154701	90	8	ดงมะตะ	แม่ลาว	กลุ่มถักไหมพรม	/		2
167	ไม้กวาดดอกหญ้า	571600254701	75	8	ดงมะตะ	แม่ลาว	กลุ่มทำไม้กวาด ดอกหญ้า	/		2
168	ดอกไม้จากผ้าใยบัว	571600014701	27	1	บัวสลี	แม่ลาว	นางอรพินท์ คำ แก่น	/		2
169	ดอกกุหลาบ	571600034701	11	6	จอมหมอก แก้ว	แม่ลาว	ปลูกดอกไม้	/		2
170	ไม้กวาดดอกหญ้า	571400014701	35	10	ป่าตาล	ขุนตาล	นายอน ปอตา	/		2
171	มูลนิธิไม้กระเป๋าคาด	571000134701	14	19	ป่าแดด	แม่สรวย	กลุ่มคนเฒ่าคนแก่	/		2
172	กระบายแกะสลัก	571000124701	42	9	แม่พริก	แม่สรวย	กลุ่มแกะสลักกระ บาย	/		2
173	พรม	571000104701	3	3	แม่สรวย	แม่สรวย	กลุ่มพรมเช็ดเท้า ชุมชนหลายสรวย	/		2
174	ชุดเหยือกใส่เบียร์	571000084701	10	10	แม่พริก	แม่สรวย	ผลิตภัณฑ์จากไม้ ไผ่	/		2
175	ดอกไม้แห้ง ดอกไม้ สด	571800064701	20	11	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มประดิษฐ์ ดอกไม้แห้ง, สด	/		2
176	ตระกร้าหวาย	570300244701	100/2	8	ศรี	เชียงของ	กลุ่มจักสานหวาย	/		2
177	หมวก	570300194701	381	1	เวียง	เชียงของ	กลุ่มตัดเย็บ	/		2
178	โคมไฟติดผนังประดับ มุก	570300024701	30/1	10	สถาน	เชียงของ	นายตัน จุฬะ	/		2
179	ครกไม้จำฉา	570300034701	108/1	12	สถาน	เชียงของ	นายวิเชียร การนา	/		2
180	ของใช้จักสานด้วย ไม้ไผ่	570500554701	116	10	สันมะเค็ด	พาน	กลุ่มจักสานของใช้ ด้วยไม้ไผ่	/		2
181	เสื่อกก	570500414701	19	19	เจริญเมือง	พาน	กลุ่มเสื่อกก	/		2

182	กระเป่า	570500564701	302	4	ป่าหุง	พาน	กลุ่มสหกรณ์บ้าน ทุ่งป่าแดด	/		2
183	ผ้าเช็ดเท้าและแปรง นอน	570500604701	247	1	ทานตะวัน	พาน	กลุ่มตัดเย็บพรม เช็ดเท้า	/		2
184	พรมเช็ดเท้า	570500744701	156	7	ดอยงาม	พาน	สตรีสหกรณ์บ้าน สันช้างตาย	/		2
185	หมวก	570500704701	180	1	แม่ฮ้อ	พาน	กลุ่มจักสานไม้ไผ่	/		2
186	ไม้กวาดดอกหญ้า	570500724701	20	2	ป่าหุง	พาน	กลุ่มไม้กวาดดอก หญ้า	/		2
187	เคียว	570500674701	491	17	ม่วงคำ	พาน	กลุ่มตีเหล็ก	/		2
188	ดอกไม้ประดิษฐ์	570500544701	145	19	สันมะเค็ด	พาน	กลุ่มสตรีสหกรณ์	/		2
189	ทำไม้กวาด	570500614701	167	1	ป่าหุง	พาน	15 ประชากร่วมใจ (ทำไม้กวาด)	/		2
190	เสื่อกก	570700274701	4	4	แม่ไร่	แม่จัน	กลุ่มเสื่อกก	/		2
191	แปรรูปผลิตภัณฑ์จาก ไม้	570100854701	43	4	ดอยลาน	เมือง เชียงราย	แปรรูปผลิตภัณฑ์ จากไม้	/		2
192	สู่มู่ไก่ โครงเหล็ก	570100934701	221	5	รอบเวียง	เมือง เชียงราย	กลุ่มพัฒนาสตรี สหกรณ์ 97	/		2
193	กาแล เเชิงชาย แกะสลัก	570100844701	208	16	ดอยลาน	เมือง เชียงราย	นายสง จันตะนา เขต	/		2
194	บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก กระดาษ	570100124701	15/36	4	รอบเวียง	เมือง เชียงราย	บริษัทสินเกษตร โภชนภัณฑ์ จก.	/		2
195	เฟอร์นิเจอร์จากไม้ ฉำฉา	570100244701	239	16	บ้านดู่	เมือง เชียงราย	ห้างหุ้นส่วนสามัญ สามัญสันตันก้อ	/		2
196	ผลิตภัณฑ์กล่อง กระดาษสา	570100904701	118	1	บ้านดู่	เมือง เชียงราย	กลุ่มกระดาษสา	/		2
197	ตัดเย็บหมวกผ้า	570100834701	133/1	9	แม่ยาว	เมือง เชียงราย	กลุ่มตัดเย็บผ้า	/		2
198	ตระกร้ากระดาษสมุด โทรศัพท์	570101024701	208	23	แม่ข้าวต้ม	เมือง เชียงราย	กลุ่มจักสาน	/		2
199	ตระกร้าใส่กระดาษ ต้นไม้	570100794701	15	4	ป่าฮ้อดอน ชัย	เมือง เชียงราย	กลุ่มโยคะสร้าง เศรษฐกิจจักสาน	/		2
200	ภาพเขียนสีน้ำมันบน ผ้าใบ	570100254701	611/1		เวียง	เมือง เชียงราย	นายสมบุญชัย คูไรรัตน์	/		2
201	เย็บผ้าเช็ดเท้า	570800274701	25	8	โยนก	เชียงใหม่	นางสุจิตตรา อิน เทียว	/		2

202	ชุดน้ำชาลายคราม เวียงกาหลง	571100364701	317	10	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นายเทียนชัย จันทร์เครือ	/		2
203	ชุดโคมไฟข้างกาหลง	571100354701	238	10	แม่เจดีย์	เวียงป่า เป้า	นายวิชาญ ศรีชาติ	/		2
204	ตะกร้าทางมะพร้าว	570500284701	115	4	แม่ฮ้อ	พาน	นางสายคำ เครือ วาระ	/		2
205	กระเป๋ากัก	570500764701	29	9	แม่ฮ้อ	พาน	นางลำดวน เข็ เมืองพาน	/		2
206	หมวก	571700134701	109	9	ป่าซาง	เวียงเชียง รุ่ง	นายบัณฑิต เขื่อน คำ	/		2
207	ผ้าห่มต่อลาย	571600144701	73	3	ดงมะดะ	แม่ลาว	นางอุษา ถนอม	/		2
208	ตุ๊กตาปูนยิปซัม	570100944701	21	12	นางแล	เมือง เชียงราย	นางสะอาด พุ่ม ทอง	/		2
209	เสื่อผ้า		123	7	สันมะค่า	ป่าแดด	นางสมสวย เหมืองฮุ่น	/		
210	ไม้กวาด		303	1	ศรีโพธิ์เงิน	ป่าแดด	นายปืด ชาวฟอง	/		
211	ปุยหมักชีวภาพ		169	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางเรืองเดช ยี่ นาง	/		
212	หมอนส้มอก		1	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางค่าน้อย ทานันท์	/		
213	ผ้าห่ม		222	12	ป่าแะ	ป่าแดด	นางหนูเพ็ญ สม นาม	/		
214	ดอกไม้ประดิษฐ์		126	7	ป่าแดด	ป่าแดด	นางพร จันทร์ทอง เมือง	/		
215	ตะกร้าหวาย		65	12	หนองแรด	เทิง	นายตัน ป่าระมี	/		
216	ตะกร้าหวาย		159	5	หนองแรด	เทิง	นางเดี่ยว อุดเขียว	/		
217	ไม้กวาดแสงจันทร์		263	15	ยางฮอม	ขุนตาล	นางแสงหล้า จันท พันธ์	/		
218	ไม้กวาดดอกหญ้า		180	3	ต้า	ขุนตาล	นางเทวีรัตน์ ศักดิ์ สม	/		
219	ตะกร้าเชือกไฉลอน		155	12	เวียง	เทิง	นางกองกิจ พิมพา	/		
220	เสื่อกก		71	12	เวียง	เทิง	นางวรรณุช กรุง แสนเมือง	/		
221	ผ้าห่มใยสังเคราะห์		8	3	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มตัดเย็บผ้าห่ม ใยสังเคราะห์	/		

222	โซฟาชุดนางนอน		144/1	1	แม่สาย	แม่สาย	นางกาญจนา ภิญโญพานิชย์ การ	/	/	
223	กระตักข้าว		120	5	ป่าหุง	พาน	กลุ่มจักสานไม้ไผ่	/		
224	ผ้าห่มลำลี		422	9	สันติสุข	พาน	นางพนาวรรณ แก้วให้	/		
225	ผ้าห่มนวมยัดฝ้าย		192	7	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางจำปี พรหมขัติ แก้ว	/		
226	หมอนเหลี่ยม		1	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางอ้วน แก้ว กล้า	/		
227	ดอกไม้ประดิษฐ์		25/1	5	ป่าแะ	ป่าแดด	นางกัลยา อารีหนู	/		
228	เสื้อผ้า		32	4	สันมะค่า	ป่าแดด	นางลัดดา ท้าว ทรายมูล	/		
229	ประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง		81	7	ยางหอม	ขุนตาล	กลุ่มประดิษฐ์ ดอกไม้แห้ง	/		
230	ไม้กวาด		15	6	ท่าสาย	เมือง เชียงราย	กลุ่มจักสาน สม จิตร สมบัติ	/		
231	ขันโตก		284	3	แม่ข้าวต้ม	เมือง เชียงราย	กลุ่มแกะสลัก			
232	ศาลพระภูมิ		43	4	ดอนลาน	เมือง เชียงราย	นายสมจิตร จันดี นาเขต	/		
233	เย็บผ้าเซ็ดเท้า		25	8	โยนก	เชียงแสน	นางสุจิตตรา อิน เขียว	/		
234	กระเป่าถือ		141	10	แม่สรวย	แม่สรวย	นางนงนุช ธรรมวรรณ	/		
235	ตะกร้าทางมะพร้าว		115	4	แม่ฮ้อ	พาน	นางสายคำ เครือ วาระ	/		
236	กระเป่าถัก		29	9	แม่ฮ้อ	พาน	นางลำดวน เข็ เมืองพาน	/		
237	ผ้าห่มนวม		92	9	แม่กรณ์	เมือง เชียงราย	นางนพรัตน์ คำ แก่น	/		
238	หมวก		109	9	ป่าซาง	เวียงเชียง รุ่ง	นายบัณฑิต เข็ คำ	/		
239	กระเป่าลำเจ้ารูปลูก		108	4	บุญเรือง	เชียงของ	น.ส.ภรภัทร พรหมงาม		/	
240	ผ้าปูโต๊ะ		107	7	โป่งงาม	แม่สาย	น.ส.สุวรรณ ยินดี งาม	/		

ประเภท ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้ คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	ทอเมล็ดข้าว	571100624701	765/2	6	เวียง	เวียงป่า เป้า	นางลัดดา ประเสริฐ เป้า		/	1
002	ดอกไม้ประดิษฐ์	571400114701	60/1	3	ป่าตาล	ขุนตาล	กลุ่มประดิษฐ์ดอกไม้ จากไยนอง	/		1
003	ดอกไม้ประดิษฐ์	571400144701	99	4	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์	/		1
004	ดอกไม้แห้ง	571400124701	316	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล	กลุ่มดอกไม้แห้ง	/		1
005	ล้อล้านนา	571600344701	164	8	จอม หมอกแก้ว	แม่ลาว	นายชัยยง พิศาล ศฤงคาร	/		2
006	นาฬิกาแกะสลัก	570700244701	14	10	จันจว้า	แม่จัน	นายบุญฤทธิ์ กันทะ ตา	/		2
007	แกะสลักวิถีชีวิต ชาวนา	570700214701	62/1	1	จันจว้าใต้	แม่จัน	นางคมขำ กันธะยศ	/		2
008	ตุ๊ก	570500294701	287	5	ป่าหุ่ง	พาน	นางบัวลม ใจลังกา	/		2
009	ตุ๊ก/มงคลแห่ง ชีวิต	570500274701	119	10	ห้วยม	พาน	นางทิตยา ใจเที่ยง	/		2
010	ดอกมะลิ	570500254701	1039	12	เมืองพาน	พาน	น.ส.ประมวลศรี ศรี วิชัย	/		2
011	กระดาศสา	570500234701	157	1	แม่เย็น	พาน	นายอินสม เหมย ต่อม	/		2
012	ตุ๊กไชย	570800154701	465	9	ศรีดอนมูล	เชียงแสน	นางบัวคลี ฟูวัน	/		2
013	เห็ดประดิษฐ์	570800144701	44	1	โยนก	เชียงแสน	นางอรุณรัตน์ ฐานดี	/		2
014	มาลัยดินหอม	571200014701	109	9	เม็งราย	พญาเม็ง ราย	นางบรรยาย เขต รักษา	/		2
015	แกะสลักรูปสัตว์ ต่าง ๆ	571800044701	90/1	1	ปงน้อย	ดอยหลวง	นายอ้าย ปัญโญแสง	/		2
016	แกะสลักรูปสัตว์ ต่าง ๆ	571800034701	117	1	ปงน้อย	ดอยหลวง	นายจำเริญ ไร่ลือคำ	/		2
017	ตุ๊กโย	571800024701	54	5	โชคชัย	ดอยหลวง	นางบัวคำ ยืนบุญ	/		2
018	งานกลึงไม้ทุก ชนิด	570100304701	214	1	บ้านดู่	เมือง	นางคำน้อย ถาแปง	/		2

019	โบราณเงิน ใบ ลานทิพย์	570101004701	59	1	บ้านดู่	เมือง	นายบุญรัตน์ ใจคำ แปง	/	2
020	ตุ้งล้านนา	570400074701	6	4	หวาง	เทิง	นางเสถียร ตริภาค	/	2
021	เรือพระที่นั่ง สุพรรณหงส์	570101164701	38/4	3	ริมกก	เมือง	นายยุทธนา วงศ์ใหญ่	/	2
022	งานปั้นจากฝุ่น ไม้	570900064701	79	2	เกาะช้าง	แม่สาย	นายสุกัญศิลป์ ธรรม ขันแก้ว	/	2
023	ไม้กวานอิมसान ห้วง		1	6	แม่สาย	แม่สาย	นายสมพงษ์ จันทร อินทร์	/	2
024	ไม้กวานอิมลาย ถักเปีย		155	6	โป่งผา	แม่สาย	นายพงษ์ศักดิ์ หงษ์ คำ	/	2
025	กระเป๋าทริสไตร์	570800164701	159	9	ศรีดอนมูล	เชียงแสน	กัลยาณมิตร	/	2
026	นกกั้งหัน แกะสลักไม้	570800024701	235	9	ศรีดอนมูล	เชียงแสน	นายบุญรัตน์ ดงपालี	/	2
027	ดอกไม้จันทน์ จากยางพารา	570400064701	32	3	ดักเต่า	เทิง	ดอกไม้จันทน์จาก ยางพารา	/	2
028	หยกรูปช้าง	5709000 4701	10/1	2	แม่สาย	แม่สาย	นายเป็ก เผ่าด้วง	/	2
029	แกะสลัก	570700224701	199	5	แม่จัน	แม่จัน	แกะสลักปูนปั้น	/	2
030	พยายลิมงาย	571000064701	92	5	ป่าแดด	แม่สรวย	นายบุญตัน ฟองฟู	/	2
031	ไม้แกะสลักรูป สัตว์	570200264701	140	7	ผางาม	เวียงชัย	กลุ่มสตรีสหกรณ์ แกะสลักไม้	/	2
032	ดอกไม้ประดิษฐ์ จากผ้าใยบัว	570300014701	246	7	เวียง	เชียงของ	นายธนพงษ์ คำ จันทร	/	2
033	ดอกไม้ประดิษฐ์ จากผ้าใยบัว	570300174701	55/1	2	ริมโขง	เชียงของ	นางทองใบ วิฑูรย์	/	2
034	ต้นไม้กวานอิม सानลายถักเปีย จัดกระจ่าง		115	6	โป่งผา	แม่สาย	นายพงษ์ศักดิ์ พงษ์ คำ	/	
035	ไม้กวานอิม		1	6	แม่สาย	แม่สาย	นายสมพงษ์ จันทร อินทร์	/	
036	ไม้กวานอิมเจดีย์ เก้าชั้นสีทอง		22	6	โป่งผา	แม่สาย	นางรสสุคนธ์ ดีแก้ว	/	
037	หยกรูปช้าง		10/1	2	แม่สาย	แม่สาย	นายเป็ก เผ่าด้วง	/	
038	เรือไม้มงคล		203/2- 4	4	เวียงพาง คำ	แม่สาย	ร้านขวัญฤทัยจิวเวลรี่	/	
039	แกะสลักหยก (พระแก้วมรกต)		17- 17/1	10	แม่สาย	แม่สาย	บริษัทหยกทองทวี จำกัด	/	

040	เรือสุพรรณหงส์ หยก		382	7	แม่สาย	แม่สาย	บริษัทมณฑลเลย จำกัด		/	
041	หยกแกะสลัก		19/24	1	เวียงพาง คำ	แม่สาย	นางสุพรรณ อภินิษฐ์ กุล		/	
042	สมุดโน้ตผ้าไหม		53/1-3	10	แม่สาย	แม่สาย	ร้านพระซลไหมไทย		/	
043	หมอนชาดบ กลิ่น		13/1	6	ศรีเมือง ชุม	แม่สาย	กลุ่มสตรีบ้านทุ่ง เกลี้ยง	/		
044	เรือพระที่นั่ง สุพรรณหงส์		381/4	3	ริมกก	เมือง	คุ้มเมืองมางบ้านน้ำ ลัด		/	
045	เครื่องปั้นดินเผา		26	2	บ้านดู่	เมือง	นายชัยวิฑิต สิทธิวงค์		/	
046	โบราณเงิน ใบ ลานทิพย์		59	1	บ้านดู่	เมือง	นายบุญรัตน์ ใจคำ แปง		/	
047	ตุ้งจ้าย		89/4	1	เวียง	เมือง	ร้านธนพัฒนธุรกิจ		/	
048	ดอกไม้จันทร์		35	7	โชคชัย	ดอยหลวง	กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์	/		
049	ตุ้ง ดอยตุ้ง		40	11	แม่ฟ้า หลวง	แม่ฟ้า หลวง	นายธีระพงษ์ ดวง นภาศิริ		/	

ประเภท สมนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

ที่	ชื่อสินค้า (ผลิตภัณฑ์)	รหัสผลิตภัณฑ์	ที่อยู่ เลขที่	หมู่ ที่	ตำบล	อำเภอ	ชื่อผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ	ประเภท ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ		ผลการ ให้ คะแนน (ดาว)
								ชุมชน	SMEs	
001	การบูรหอม	570500194701	157	17	เมืองพาน	พาน	กลุ่มสมุนไพรร	/		1
002	สบู่สมุนไพรร	570100404701	64/4		รอบเวียง	เมือง เชียงราย	กัญญารัตน์ตั้งก่อสกุล		/	1
003	ครีมมะขาม	570600584701	84	4	ป่าแฉะ	ป่าแดด	น.ส.เพ็ญโสภา ปุณ โณทา	/		1
004	น้ำยาล้างจาน	570900014701				แม่สาย	กลุ่มน้ำยาล้างจาน บ้านถ้ำ			1
005	น้ำยาล้างจานผสม มะนาว	571400074701	60	19	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มน้ำยาล้างจาน ผสมมะนาว	/		1
006	น้ำยา เอนกประสงค์	571400084701	99	4	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มผลิตภัณฑ์ สมุนไพรรน้ำยา เอนกประสงค์	/		1
007	ยาสมุนไพรร	570300124701	204/1	17	ห้วยซ้อ	เวียงของ	กลุ่มสมุนไพรร	/		1
008	แชมพูดอกอัญชัญ	570300134701	33	3	เวียง	เวียงของ	กลุ่มแชมพูสมุนไพรร	/		1
009	สบู่สมุนไพรรน้ำผึ้ง	571700024701	179	7	ทุ่งก่อ	เวียงเชียงรุ่ง	นางสุภาพ ยะวงค์	/		2
010	ลูกประคบ	571700014701	154	8	ป่าซาง	เวียงเชียงรุ่ง	นายแสวง ไปริยะ	/		2
011	ลูกประคบสมุนไพรร	571000054701	152	7	ทุ่งฟ้าผ่า	แม่สรวย	ผู้สูงอายุเกษตรกรทำ นาทุ่งฟ้าห้าม	/		2
012	ชาธนาฮิลล์	570700014701	110/2	12	ป่าตึง	แม่จัน	หจก.ฟางจ้อเต็ง		/	2
013	แชมพูสมุนไพรร มะกูด	571100394701	9	5	เวียง	เวียงป่าเป้า	นางอรทัย วรรณรักษ์	/		2
014	ลูกประคบสมุนไพรร	571100254701		15	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า	นางจันทร์แก้ว คำ วิชัย	/		2
015	ลูกประคบสมุนไพรร	571100264701	498/1	1	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า	นางนัดดา เดชคุณ มาก	/		2
016	สบู่สมุนไพรรนมสด	571400104701	175	6	ต้า	ขุนตาล	กลุ่มสบู่นมสด สมุนไพรร	/		2
017	แชมพูสระผม	570500224701	382	22	เมืองพาน	พาน	กลุ่มแม่บ้านดอนตัน	/		2

							สามัคคี			
018	การบูรหอม ตรา สาม ม.	570500204701	1464	12	เมืองพาน	พาน	กลุ่ม สาม ม.	/		2
019	ลูกประคบสมุนไพร	570200244701	224	6	ดอนศิลา	เวียงชัย	วิสาหกิจชุมชนด้าน คอยงาม	/		2
020	แชมพูสมุนไพร	570100084701	84	21	รอบเวียง	เมือง เวียงราย	ชุมชน เทอดพระเกียรติ	/		2
021	ยาดมพิมเสนน้ำ	570101014701	143/1	1	รอบเวียง	เมือง เวียงราย	กิจการไทยเอิร์บโฮม	/		2
022	ลูกประคบสมุนไพร	570101024701	234	3	รอบเวียง	เมือง เวียงราย	กลุ่มพลังมวลชนบ้าน ป่าบง	/		2
023	สบู่ Satel	571600214701	131	12	บัวสลี	แม่ลาว	สบู่สมุนไพร	/		2
024	ยาแก้ลมผิดเดือน	570300154701	16/1	4	บุญเรือง	เวียงของ	กลุ่มสมุนไพรภูมิ ปัญญาพื้นบ้าน	/		2
025	ลูกประคบ 3 แบบ		-	15	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า	กลุ่มนวดแผนไทย สมุนไพร	/		
026	ลูกประคบสมุนไพร		498/1	1	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า	สหกรณ์สมุนไพร อภิวัดมนยาไทย จำกัด	/		
027	แชมพู ครีมนวดผม		9	5	เวียง	เวียงป่าเป้า	ยอดขวัญสมุนไพร	/		

ผลการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับประเทศ ปี พ.ศ.2547

จังหวัดเชียงราย

ประเภทผู้ผลิตชุมชน

ลำดับ	ประเภท	ชื่อผลิตภัณฑ์	ชื่อผู้ผลิต	สถานที่ผลิต			
				เลขที่	หมู่	ตำบล	อำเภอ
	ระดับ 3 ดาว						
1	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	หมอนเมือง	นางวันนิดา มัคเคิล	493/1	12	แม่คำ	แม่จัน
2	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	หมวกไม้ไผ่	กลุ่มจักสานบ้านทุ่งกวาว	117	1	โชคชัย	กิ่งอำเภอดอยหลวง
3	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	หมวกควาบอย	กลุ่มหมวกควาบอยและ กระเป๋านั่ง	2	2	เวียงเหนือ	เวียงชัย
4	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	สร้อยคอ	กลุ่มเครื่องเงินบ้านไทย สามัคคี	109	6	ม่วงยาย	เวียงแก่น
5	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	เฟอร์เจอร์ไม้ไผ่	กลุ่มผลิตเฟอร์เจอร์ไม้ไผ่	30	11	แม่จัน	แม่จัน
6	ของใช้และของ	ผ้ามา่นประตู -	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก	137	7	เวียงชัย	เวียงชัย

	ระดับตกแต่ง	หน้าต่าง	ผ้า				
7	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	ผ้าปักด้วยมือ	กลุ่มสตรีเย็บปักประดิษฐ์	60	15	ป่าซาง	แม่จัน
8	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	เทียนหอม	กลุ่มเทียนหอม	7	5	ดงมหาวัน	กิ่งอ.เวียงเชียงรุ้ง
9	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	ที่รองแก้วน้ำ, กระเป๋าสี โทรศัพท์, หมอน ใบชาดับกลิ่น,	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากงาน ฝีมือกลุ่มสตรีบ้านทุ่งเกลือ	13/1	6	ศรีเมืองชุม	แม่สาย
10	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	ตะกร้า ทางมะพร้าว	กลุ่มจักสานทางมะพร้าว	171	5	สันติสุข	พาน
11	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	ดอกไม้แห้ง	กลุ่มประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง	62	2	ป่าแดด	ป่าแดด
12	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	จักสานสมุด โทรศัพท์	กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านสมุด โทรศัพท์	156	5	ท่าสาย	เมืองเชียงราย
13	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	โคมไฟเบ็กฟ้า เวียงกาหลง	กลุ่มเครื่องเคลือบดินเผา เวียงกาหลง (เตาลุงศรี)	46	3	เวียงกาหลง	เวียงป่าเป้า
14	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	โคมไฟเซรามิก	กลุ่มเวียงกาหลงเซรามิก	1	15	เวียงกาหลง	เวียงป่าเป้า
15	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	โคมไฟกระดาษ สา	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากกระดาษ สา	53	12	จันจว้าใต้	แม่จัน
16	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	กระติบข้าว	จักสาน	166	8	สันมะค่า	ป่าแดด
17	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	กรอบรูปเยื่อสา	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน ซัวแคว	384	1	บ้านดู่	เมืองเชียงราย
18	ของใช้และของ ระดับตกแต่ง	กล่องกระดาษ สา	กลุ่มผลิตและแปรรูป กระดาษสาบ้านราษฎร์เจริญ	37	4	เวียงเหนือ	เวียงชัย
19	เครื่องดื่ม	ชาเขียวอัสสัม	กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายชา พญาไพรลู่	36	11	เทิดไทย	แม่ฟ้าหลวง
20	เครื่องดื่ม	ชาเขียวอัสสัม	สหกรณ์โรงงานชาแม่หม้อห มิงเหวน	125	7	เทิดไทย	แม่ฟ้าหลวง
21	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	เสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้า มัดย้อม	กลุ่มผ้ามัดย้อมและตัด เสื้อผ้าสำเร็จรูป	132	4	ป่าอ้อดอนชัย	เมืองเชียงราย
22	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	เสื้อผ้าพื้นเมือง	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสันโค้ง	281/7	15	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
23	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	เสื้อผ้าพื้นเมือง	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสันโค้ง	281/7	15	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
24	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	เสื้อผ้า	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า	123	7	สันมะค่า	ป่าแดด
25	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าไหมมัดหมี่	นางรต เดชทัน	84	11	ดงมหาวัน	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง

26	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าไหม	กลุ่มทอผ้าไหม	89	1	สันทรายงาม	เทิง
27	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าฝ้ายทอมือ	กลุ่มทอผ้ามัดย้อมหมิ่น(ชุมชน ในเขตเทศบาล "ชุมชนฝั่ง หมิ่น")	30	6	ริมกก	เมืองเชียงราย
28	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าปูโต๊ะ	ทอผ้าพื้นเมืองย้อมสี ธรรมชาติ	60	2	ศรีถ้อย	แม่สรวย
29	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าปักชาวเขา	กลุ่มผ้าปัก-ผ้าทอมือ	272	15	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
30	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอมือ	กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี	124	5	บ้านโป่ง	เวียงป่าเป้า
31	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอพื้นเมือง ลายเชียงแสน	ทอผ้าพื้นเมืองลายเชียง แสน (ตั้งอยู่วัดพระธาตุผา เงา)	-	5	เวียง	เชียงแสน
32	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอพื้นเมือง	กลุ่มสตรีทอผ้า	59	8	บุญเรือง	เชียงของ
33	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอไทลื้อ ลายนก	กลุ่มทอผ้าไทลื้อสีธรรมชาติ	16/1	7	ศรีดอนชัย	เชียงของ
34	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอไทลื้อ	กลุ่มผ้าทอไทลื้อ	28/4	7	ศรีดอนชัย	เชียงของ
35	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอพื้นเมือง	กลุ่มทอผ้าหมู่ที่ 9	58	9	สถาน	เชียงของ
36	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอ	ผ้าทอพื้นเมืองบ้านยายใต้	16/1	5	ม่วงยาย	เวียงแก่น
37	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าคลุมไหล่ลาย ลูกหวาย	กลุ่มทอผ้าไหม	193	2	ดงมหาวัน	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง
38	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าคลุมไหล่ลาย รังผึ้ง	กลุ่มผ้าไหมบ้านเนินไทร งาม	26	13	ป่าซาง	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง
39	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าคลุมหัว เจ้าสาวสมับ โบราณ	ผลิตภัณฑ์ผ้าปักชาวเขา	15	10	ยางฮอม	ขุนตาล
40	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าก๊อต	ทอผ้าไหม	144	10	ทุ่งก่อ	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง
41	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ชุดนักเรียน	กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า	92	9	แม่กรณ์	เมืองเชียงราย
42	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	สิ่งประดิษฐ์จาก ไม้	คนเฒ่าคนแก่	268	3	ป่าแดด	แม่สรวย
43	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	สล้อ ซอ ซิ่ง	กลุ่มสล้อ ซอ ซิ่ง บ้านร่องคู๋	301	16	ดอยลาน	เมืองเชียงราย
44	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	โมบายทางไก่อ่ ประเภทสัตว์ ต่าง ๆ	กลุ่มแกะสลักเศษไม้จาก บ้านดงมะตั้น	63	7	ผางาม	เวียงชัย
45	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	พระสิงห์	องค์กรสินค้าชุมชน	775	1	เวียงพางคำ	แม่สาย

46	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	พระพุทธรูป มังกร รูปเหมือน เทียน ฯลฯ	กลุ่มแกะสลักหยกแม่สาย	55	6	แม่สาย	แม่สาย
47	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ผ้าบาติก	กลุ่มผ้าบาติก	133	3	ป่าซาง	แม่จัน
48	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ตุ๊กเงิน-ตุ๊กทอง	กลุ่มนวัตกรรมสินค้าที่ระลึก บ้านศรีดอนมูล	352	9	ศรีดอนมูล	เชียงใหม่
49	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	แกะสลัก พระพุทธรูป กำไล แจกัน ฯลฯ	กลุ่มแกะสลักหินสวยงาม	70	8	เวียงพางคำ	แม่สาย
50	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	แกะสลักเป็นรูป สัตว์แล้วแต่ง เป็นลายโมบาย	แกะสลักหัตถกรรม	68	9	ทุ่งก่อ	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง
51	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ชิง	กลุ่มคอยลานล้านนา	7	18	คอยลาน	เมืองเชียงราย
52	สมุนไพรที่ไม่ใช่ อาหาร	ชาหอมดอกกลิ่น	กลุ่มผลิตชาหอมดอกกลิ่น	32	6	จอมสวรรค์	แม่จัน
53	อาหาร	แหนม	กลุ่มสตรีสหกรณ์ตำบล ป่าหุง	5	9	ป่าหุง	พาน
54	อาหาร	หมุยฮอ กุนเชียง	กลุ่มแปรรูปอาหารจาก เนื้อสัตว์	111	2	แม่ข้าวต้ม	เมืองเชียงราย
55	อาหาร	สับปะรดพันธุ์ นางแล / พันธุ์ภูแล	สวน ต. ทรายมูล	184	13	นางแล	เมืองเชียงราย
56	อาหาร	วุ้นสับปะรด	วุ้นสับปะรด	40	13	นางแล	เมืองเชียงราย
57	อาหาร	แปรรูปจากเห็ด	กลุ่มแปรรูปเห็ด	13	3	แม่กรณ์	เมืองเชียงราย
58	อาหาร	ทำหมุยฮอ	กลุ่มออมทรัพย์ อุตสาหกรรมครัวเรือน	81	11	ป่าสัก	เชียงใหม่
59	อาหาร	ถั่วทอดสมุนไพร	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ถั่ว สมุนไพร	14	3	สันทราย	เมืองเชียงราย
60	อาหาร	แคบหมูไร้มัน	กลุ่มแม่บ้านทำแคบหมูไร้ มัน	26	1	โรงช้าง	ป่าแดด
61	อาหาร	ข้าวแต่น้ำ สมุนไพร	กลุ่มแปรรูปอาหาร	227	16	แม่ข้าวต้ม	เมืองเชียงราย
62	อาหาร	กล้วยตากแม่ ลาว	กลุ่มกล้วยตาก	102	2	จอมหมอกแก้ว	แม่ลาว

63	อาหาร	กล้วยกวนเขียน แสน	กลุ่มอาชีพสหกรณ์	273	7	ป่าสัก	เขียนแสน
ระดับ 4 ดาว							
64	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ไม้กวาดดอกหญ้า	กลุ่มทำไม้กวาดบ้านต้าหัวฝ้าย	180	3	ต้า	ขุนตาล
65	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ไม้กวาดดอกหญ้า	กลุ่มทำไม้กวาดบ้านร่องธาร	151	11	ทรายขาว	พาน
66	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ผ้าทอมือ	กลุ่มทอผ้าบ้านสันหลวงใต้	150	3	จอม สวรรค์	แม่จัน
67	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ตะกร้าดอกไม้ดูด กลิ้ง	กลุ่มดอกไม้ดูดกลิ้ง-ฟอกอากาศ	140	1	สันทราย	เมืองเขียนราย
68	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ตะกร้าเชือกไน ลอน	กลุ่มจักสานเชือกไนลอน	94	12	เวียง	เทิง
69	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	เครื่องเคลือบดิน เผา เวียง กาหลง	ส่งเสริมหัตถศิลป์เวียงกาหลง	639	1	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า
70	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	กระเป๋าด้าย	กลุ่มแปรรูปผ้าทอมือบ้านกิวพร้าว	30	4	จันจว้าใต้	แม่จัน
71	เครื่องดื่ม	สมุนไพรสามรส, ชาใบหม่อน	กลุ่มแปรรูปสมุนไพรสามรส	270	7	ป่าสัก	เขียนแสน
72	เครื่องดื่ม	ไวน์	หจก.เวียงเขียนราย	197	7	ศรีถ้อย	แม่สรวย
73	เครื่องดื่ม	ชาวาวิ โรงงานชา	โรงงานชาศิริพันธ์	81	1	วาวิ	แม่สรวย
74	เครื่องดื่ม	ชาเขียวหลวง เบอร์ 12 สวนชาดอยตุง	กลุ่มสวนชาดอยตุง	109	1	แม่ฟ้า หลวง	แม่ฟ้าหลวง
75	เครื่องดื่ม	ชาเขียว อัลสัมพญาไพร เล่ามา	กลุ่มสหกรณ์พญาไพรเล่ามา	65	5	เทิดไทย	แม่ฟ้าหลวง
76	เครื่องดื่ม	ชาเขียวอัลสัม	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกชาบ้านพญา ไพร	72	6	เทิดไทย	แม่ฟ้าหลวง
77	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	เสื้อผ้าแต่งลายปัก ชาวเขา ผ้า อาข่า	ศูนย์คทาทอликพระวิสุทธิวงศ์	107	7	โป่งงาม	แม่สาย
78	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	รองเท้าผ้าปัก	กลุ่มพัฒนาสตรีเย็บผ้า ปักผ้า พื้นเมือง	224	5	ทรายขาว	พาน
79	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	ผ้าไหมมัดหมี่	กลุ่มสตรีทอผ้าไหม	11	8	สันมะค่า	ป่าแดด

80	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอพื้นเมือง	กลุ่มสตรีทอผ้า	00	1	สถาน	เชียงใหม่
81	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าทอ ลวดลายพื้นเมือง	กลุ่มทอผ้าบ้านศรีวิไล	15	7	ห้วยซ้อ	เชียงใหม่
82	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าถุงทอมือลายไท-ยวน	นายโพธิ์ตะวัน ปินทีโย	211	4	สันทราย	เมืองเชียงใหม่
83	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าถุง ลายผสมน้ำไหล	กลุ่มทอผ้า	65	12	สถาน	เชียงใหม่
84	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าชิ้นลายขอเครือ	กลุ่มทอผ้าไทลื้อหาดบ้าย	84/1	1	ริมโขง	เชียงใหม่
85	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าจก ลายนาค (ผ้าทอไทลื้อ)	กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย	00	14	ศรีดอนชัย	เชียงใหม่
86	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติ	ทอผ้าและตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านร่องปลาข้าว	428/2	22	รอบเวียง	เมืองเชียงใหม่
87	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	ผ้าคลุมไหล่	นายศิริระ ทองสาย	300	4	สันทราย	เมืองเชียงใหม่
88	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ภาพประดับมุก	เมืองศิลปเวียงเชียงใหม่	145	1	ทุ่งก่อ	กิ่ง อ.เวียงเชียงใหม่
89	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	พระพุทธรูป , วรรณคดีไทย , รูปสัตว์ต่าง ๆ	สิ่งหนึ่งแกะสลักหยก	388/41	2	แม่สาย	แม่สาย
90	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	แกะสลักไม้	กลุ่มแกะสลักพื้นบ้านในครัวเรือน	111	6	ท่าสุด	เมืองเชียงใหม่
91	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	ลูกประคบสมุนไพร	กลุ่มคอยน้ำซับ	22	2	แม่ฟ้าหลวง	แม่ฟ้าหลวง
92	อาหาร	หมูเส้น	เศรษฐกิจชุมชนครอบครัว	36/1	10	ยางฮ่อม	ขุนตาล
93	อาหาร	สาหร่ายน้ำจืดทรงเครื่อง(ไก)	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหาดไคร้	209	7	เวียง	เชียงใหม่
94	อาหาร	ลำไยอบแห้ง	กลุ่มแปรรูปผลผลิตเกษตรตำบลสันติสุข(กลุ่มแม่บ้าน)	153	5	สันติสุข	พาน
95	อาหาร	มะขาม 5 รส	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแม่สรวยก้าวหน้า	121	3	แม่สรวย	แม่สรวย
96	อาหาร	ผลไม้กรอบตราทิพย์	กลุ่มแปรรูปผลไม้กรอบ	38	2	รอบเวียง	เมืองเชียงใหม่
97	อาหาร	แคหมูไร้มัน	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรป่าบงหลวง	144	3	จันจว้าใต้	แม่จัน
98	อาหาร	ข้าวแต๋นน้ำแตงโม/สมุนไพร	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองหม้อ	162	9	ป่าอ้อดอนชัย	เมืองเชียงใหม่

99	อาหาร	ข้าวกล้อง, น้ำข้าว กล้อง, ข้าว เกรียบจากหัวข้าว กล้อง	กลุ่มทำข้าวกล้องแปรรูป	60/1	3	โยนก	เชียงใหม่
100	อาหาร	กาดะแมจิวาพันธ์	กลุ่มกาดะแม	62	2	บ้านโป่ง	เวียงป่าเป้า
ระดับ 5 ดาว							
101	ของใช้และของ ประดับตกแต่ง	ผ้าปักด้วยมือ	นางสาวนิธิ สุธรรมรักษ์	109	2	แม่ไร่	แม่จัน
102	สมุนไพรที่ไม่ใช่ อาหาร	ไม้กวาดแสงจันทร์	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอโดเวร่า	263	15	ยางฮ่อม	ขุนตาล

ผลการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับประเทศ ปี พ.ศ.2547

ประเภท SMEs

ลำดับ	ประเภท	ชื่อผลิตภัณฑ์	ชื่อผู้ผลิต	สถานที่ผลิต			
				เลขที่	หมู่	ตำบล	อำเภอ
ระดับ 3 ดาว							
1	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	กำไล แหวน กำไลคอ จี เงิน ลายฝ้ายเขิน	ร้านสละบัดชัยเครื่องเงิน	49/8	4	ท่าสาย	เมืองเชียงราย
2	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	เครื่องจักสาน	นางวราวุธ วัชรคุณากร	41	15	แม่ข้าวต้ม	เมืองเชียงราย
3	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	เครื่องประดับเงินประกอบ กะลามะพร้าว	นายประทีป เชื้อสอาด	200/2	10	เวียง	เชียงของ
4	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย	ศูนย์ปั้นแต่ง	612	-	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
5	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	เทียนหอม	เทียนสา	529	2	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
6	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา	บริษัท ชาวี คราฟท์ จำกัด	272	2	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
7	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	ผ้าฝ้ายแกมไหม	นางสาวยุพิน แก้วคำ ฟู	233/1	12	แม่คำ	แม่จัน
8	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง	เฟอร์นิเจอร์หวาย	เม็งรายโปรดักส์	835/19	-	เวียง	เมืองเชียงราย
9	เครื่องดื่ม	ชาเขียวพร้อมดื่ม นางนอน ฮิลล์ รสมะนาว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิง ชิง ลี่	205	2	ศรีเมือง ชุม	แม่สาย
10	เครื่องดื่ม	ชาหยดน้ำค้าง	ใบชาห้วยน้ำกิน	25	13	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า
11	เครื่องดื่ม	ใบชาเขียวอุหลง เบอร์ 12	ร้านอรพิน	226	2	แม่ไร่	แม่ฟ้าหลวง

12	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	กระเป๋าคาด	ด้วยสองมือ	108	4	บุญเรือง	เชียงของ
13	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	งานปักผ้า	นายสิริวัฒน์ เถียร ปัญญา	676/2		เวียง	เมืองเชียงราย
14	ผ้าและเครื่อง แต่งกาย	เสื้อสำเร็จรูป	นางสมภาวดี พรศรี	428/2	-	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
15	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	แกะสลักหยก(พระแก้วมรกต)	บริษัทหยกทองทีวี จำกัด	17- 17/1	10	แม่สาย	แม่สาย
16	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ตุ๊ก ดอยตุง	นายธีรพงษ์ ตงนาสรี	40	11	แม่ฟ้าหลวง	แม่ฟ้าหลวง
17	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	ภาพเขียนวิถีชีวิตพื้นบ้านล้านนา	พรอุดมทรัพย์	174/2	-	เวียง	เมืองเชียงราย
18	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	เรือไม้มงคล	ร้านขวัญฤทัยจิวเวอรี่	230/2- 4	4	เวียงปางคำ	แม่สาย
19	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก	เรือสุพรรณหงษ์หยก	บริษัทมณฑลเลย	382	7	แม่สาย	แม่สาย
20	อาหาร	ขนมเปียะกุหลาบ	นายกิตติพงษ์ อักษร ดิษฐ์	245	1	เวียง	เทิง
21	อาหาร	แคบหมูแม่จันทร์สวย	แคบหมูแม่จันทร์สวย	186	8	เวียงชัย	เวียงชัย
22	อาหาร	น้ำพริกนรกกุ้ง	น้ำพริก ปลาต้ม	47	16	ป่าแงะ	ป่าแดด
	ระดับ 4 ดาว						
23	ของใช้และของประดับตกแต่ง	พรมปูพื้น	ร้านกมลศิริ	113	12	แม่คำ	แม่จัน
24	ของใช้และของประดับตกแต่ง	สมุดโน้ตผ้าไหม	ร้านพรพรพลไหมไทย	53/1-3	10	แม่สาย	แม่สาย
25	เครื่องดื่ม	กาแฟดอยช้าง	ดอยช้างเฟรชโรสเต็ดคอฟฟี่ จำกัด	787	3	วาวี	แม่สรวย
26	เครื่องดื่ม	กาแฟไทยดอยแม่สลอง	บริษัท กาแฟไทยดอยแม่สลอง	591	1	แม่สลองนอก	แม่ฟ้าหลวง
27	เครื่องดื่ม	กาแฟแม่สลอง	บริษัท กาแฟแม่สลอง จำกัด	17/2	1	แม่สลองนอก	แม่ฟ้าหลวง
28	เครื่องดื่ม	ชา ชิง ชิง (อุ้มหลง ก้านอ่อน)	นายธนโชติ กุณัน	69	6	ป่าซาง	แม่จัน
29	เครื่องดื่ม	ชากาหลง	กาหลงชาไทย	525	2	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า
30	เครื่องดื่ม	ชาเขียวชิงชิง	ร้านชาตราภูเขา	63/3	1	แม่สลองนอก	แม่ฟ้าหลวง
31	เครื่องดื่ม	ชาเขียวเบอร์ 12	ห้างหุ้นส่วนจำกัดสวนตะวัน	859/1	-	เวียง	เมืองเชียงราย
32	เครื่องดื่ม	ชาเขียวอุ้มหลง	โรงงานชาเหมยฟง	25/7	11	แม่สลองนอก	แม่ฟ้าหลวง

33	เครื่องดื่ม	ชาจีนเขียว เบอร์ 12	ร้านชาเหยงหงษ์	1/8	12	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
34	เครื่องดื่ม	ชาชิงชิ่งอุหลง	ร้านชานายพลด้วน	58	1	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
35	เครื่องดื่ม	ชาตั้งตั้งอุหลง	บริษัทใบชาโชคจำเริญ จำกัด	5	1	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
36	เครื่องดื่ม	ชาอุหลง เบอร์ 12	ร้านชาชิงหลง	1/2	1	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
37	เครื่องดื่ม	ชาอุหลงก้านอ่อน	โรงงานใบชาสยาม	170	8	เวียง กาหลง	เวียงป่าเป้า
38	เครื่องดื่ม	ชาอุหลงก้านอ่อน	ร้านชาชิงหยาง	48	1	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
39	เครื่องดื่ม	ชาอุหลงก้านอ่อนใหม่	บริษัทวังพุดตาลจำกัด	7/7	12	แม่ฮ่อง นอก	แม่ฟ้าหลวง
40	เครื่องดื่ม	ใบชาจีนเขียวอุหลง เบอร์ 12	ร้านจรรยา	226	2	แม่ไร่	แม่ฟ้าหลวง
41	เครื่องดื่ม	ใบชาตรานางนวลโรงงาน ชามิ่งดี	โรงงานชามิ่งดี	15	20	วาเวี	แม่สรวย
42	เครื่องดื่ม	ใบชายอด	โรงงานใบชาตราแม่คำ	574	1	แม่เจดีย์	เวียงป่าเป้า
43	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ ระลึก	ผ้าปักอิสระ	นายยศ สมสวัสดิ์	63	7	ผางาม	เวียงชัย
44	อาหาร	ข้าวหลามปะจ่าง	ข้าวหลามปะจ่าง	295	12	นางแล	เมืองเชียงราย
45	อาหาร	น้ำพริกหนุ่ม	ร้านน้ำพริกแกงแม่น้อย เชียงราย	161	15	รอบเวียง	เมืองเชียงราย
46	อาหาร	แหนมห่อใบตอง / แคบหมู	ร้านแหนมนันทวัน	68/4	2	ริมกก (เทศบาล)	เมืองเชียงราย
	ระดับ 5 ดาว						
47	เครื่องดื่ม	ชาชุยฟง(อุหลงเบอร์ 12)	นางมณี วันสพิทักษ์ กุล	97	8	ป่าซาง	แม่จัน
48	เครื่องดื่ม	ชาอุหลง เบอร์12	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุ วิรุฬหชาไทย	126	5	ป่าก่อคำ	แม่ลาว
49	เครื่องดื่ม	น้ำบ๊วยเข้มข้น	บ. ดอยคำผลิตภัณฑ์ อาหาร จำกัด	117	6	ป่าซาง	แม่จัน
50	เครื่องดื่ม	ไวน์ผลไม้ และไวน์ สมุนไพร	บริษัทเชียงรายไวน์เนอรี จำกัด	160	7	ศรีก่อ	แม่สรวย
51	อาหาร	แคบหมูวรรณภา	แคบหมูวรรณภา	166	1	เวียงชัย	เวียงชัย
52	อาหาร	ผักและผลไม้แปรรูป	บ้านผลไม้	232/75	8	รอบเวียง	เมืองเชียงราย

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยในเรื่องดังกล่าวนี้

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มหรือผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ดังนั้นเพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและเกิดประโยชน์สูงสุด จึงขอความร่วมมือจากท่านผู้ตอบการตอบ หรือกรอกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้ดำเนินการศึกษาจะเก็บข้อมูลนี้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกรอกหรือตอบข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้หรือเขียนเครื่องหมาย / ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP

1. ผลิตภัณฑ์

1.....2.....

3.....4.....

2. ชื่อกลุ่มผู้จำหน่าย

.....

3. ชื่อหัวหน้า/ผู้แทนกลุ่ม

.....

4. ที่อยู่ของกลุ่ม

ชื่อหมู่บ้าน

บ้านเลขที่ หมู่ที่

ถนน ตำบล

อำเภอ จังหวัดเชียงราย

รหัสไปรษณีย์ โทรศัพท์

5. ประเภทผลิตภัณฑ์

อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้และ
เครื่องประดับตกแต่ง

ศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

6. รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ

กลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน ชมรม สมาคม สหกรณ์

มูลนิธิ บริษัท/ห้างหุ้นส่วน อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. สถานะของกลุ่ม

กลุ่มผู้ผลิตของชุมชน จดทะเบียน SMEs กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและ
จดทะเบียน SMEs

8. ระยะเวลาเปิดดำเนินการ (ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง) ปี

9. จำนวนสมาชิกของกลุ่มหรือสถานประกอบการ คน

10. แหล่งเงินทุนของธุรกิจ

- กองทุนหมู่บ้าน อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ผลการคัดสรรฯ ของคณะกรรมการระดับจังหวัด ผลិតภักดิ์ของท่านอยู่ในระดับใด

ผลิตภักดิ์	ระดับดาว					
	ไม่มี	1	2	3	4	5
1.						
2.						
3.						
4.						

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการตลาดของชุมชนหรือผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย

1.ผลิตภักดิ์

1. สินค้าหรือผลิตภักดิ์ของท่านมีตราหือ (Brand) สินค้าหรือไม่

- ไม่มี มี

2. กลุ่มของท่านมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือผลิตภักดิ์อย่างไร

- ไม่มีการพัฒนารูปแบบ มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นานๆ ครั้ง
 มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ

3. กลุ่มของท่านออกแบบผลิตภักดิ์อย่างไร

- ตามแบบคู่แข่ง ตามคำสั่งของลูกค้า
 ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ของทางราชการ
 ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ผลิตภักดิ์หรือสินค้าในกลุ่มของท่านมีรูปแบบของบรรจุภักดิ์เป็นเช่นใด

- รูปแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้า
 รูปแบบง่ายๆ รักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะหนึ่งแต่ขาดรายละเอียดที่ควรระบุตามมาตรฐาน
 รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ
 ไม่มีบรรจุภักดิ์

5. ผลិតภักข์ของท่านมีคุณภาพ (รชชาติ ความคงทน ความสวยงาม สรรพคุณ ฯลฯ) มากน้อยเพียงใด

มาก ปานกลาง น้อย

6. กลุ่มของท่านประสบปัญหาการดำเนินงานทางด้านการพัฒนาผลิตภักข์ในระดับใด

6.1 ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภักข์ใหม่

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา

6.2 ผลิตภักข์ที่มีการพัฒนาใหม่ขาดมาตรฐานและไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา

6.2 ขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภักข์ใหม่ (เนื่องจากขาดตลาดทำให้สินค้าเก่าจำหน่ายได้ไม่หมด)

มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา

2.ราคา

7. โดยปกติกลุ่มของท่าน ทำการกำหนดราคาสินค้าด้วยวิธีใด

ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร

ตั้งตามผู้นำตลาด

ตั้งตามความต้องการตลาด

ตั้งตามต้นทุน

ตั้งตามคู่แข่ง

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. โดยเฉลี่ยแล้วราคาสินค้าของกลุ่มท่าน มีราคาอยู่ในระดับใด

สูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

เท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

9. กลุ่มของท่านมีวิธีการขายสินค้าแบบใดบ้าง

ขายเงินสด

ขายเงินเชื่อ

ขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ

10. ในกรณีที่กลุ่มของท่านขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ กลุ่มของท่านให้เครดิตแก่ลูกค้ากี่วัน

น้อยกว่า 15 วัน 16-30 วัน 31-45 วัน มากกว่า 45 วัน

11. ท่านมีปัญหาในการกำหนดราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา
12. ผลិតภัณฑ์ของท่านมีความเหมาะสมทางด้านราคามากน้อยเพียงใด
- มาก ปานกลาง น้อย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

13. กลุ่มของท่านมีการขายผลิตภัณฑ์วิธีใดบ้าง
- ขายปลีก ขายส่ง ฝากขาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14. กลุ่มของท่านมีการจำหน่ายสินค้าอยู่ในพื้นที่ใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ร้านค้าชุมชน
- ตลาดภายในจังหวัด
- ตลาดต่างจังหวัด
- ตลาดต่างประเทศ
15. ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มของท่าน มีลักษณะดังข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
- กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าปลีก----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
- กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) ----- > ผู้ค้าส่ง ----- > ผู้ค้าปลีก ----- > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....
16. กลุ่มของท่านได้ทำการจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีใด (ถ้าเป็นผู้ซื้อ ท่านซื้อได้จากที่ไหนและตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน
- ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้
- ร่วมงานการแสดงสินค้าของชุมชน ที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
17. ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยเพียงใด
- มาก ปานกลาง น้อย
18. กลุ่มของท่านมีการหาลูกค้าโดยวิธีใด(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย
- หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำให้

- อื่นๆ โปรดระบุ.....
19. กลุ่มของท่านมีการหาลูกค้าในต่างประเทศด้วยวิธีใด(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย
- หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำให้
- ติดต่อให้หน่วยราชการและองค์กรต่างๆแนะนำให้
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
20. ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือใคร(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมชมเชยและบริเวณใกล้เคียง
- ลูกค้าหรือผู้บริโภคต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว
- ลูกค้าหรือผู้บริโภคต่างประเทศ
21. กลุ่มของท่านประสบปัญหาการดำเนินงานทางการตลาด ในระดับใด
- 24.1 การขาดความรู้ ความสามารถในการตลาด
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา
- 24.2 การขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้า
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา
- 24.3 การขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา
- 24.4 การขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการตลาด
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีปัญหา

4. การส่งเสริมการตลาด

22. กลุ่มของท่านมีการทำการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหรือไม่
- ไม่มี มี
23. กลุ่มของท่านมีการทำการส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยวิธีใด(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- โฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ใบบลิว ฯลฯ
- ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน
- ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ
- การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน

ประวัติผู้วิจัย

1. นางสาวอรวรรณ จำปทุม (Orawan Jamphut)

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (พ.ศ. 2545)

ปริญญาตรี สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (พ.ศ. 2542)

ประวัติการทำงาน (เรียงจากอดีตไปปัจจุบัน)

วัน เดือน ปี	ตำแหน่ง	สังกัดหน่วยงาน
15 มี.ค. 2542 - 30 พ.ค. 2543	พนักงานบัญชี	บริษัท นีลแลนน จำกัด และบริษัท นีลแลนน ฟลอรัลแอนด์คราฟท์ จำกัด โดยได้ปฏิบัติงานของทั้งสองบริษัทพร้อมกัน
1 ส.ค. 2543 - 31 ธ.ค. 2544	พนักงานบัญชี	สำนักงานบัญชีกิตติการบัญชี
1 ก.พ. 2545 - 15 ต.ค. 2546	นักวิชาการเงินและบัญชี	กองคลัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
16 ต.ค. 2546 - ปัจจุบัน	อาจารย์	สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2. นายอัศรพล นิยมลรัตน์ (Acrapol Nimmolrat)

ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท M.B.A, Management มหาวิทยาลัยชินวัตร (ปี 2003)

ปริญญาตรี B.S. Business Administration, University of Missouri, Columbia (ปี 1995)

ประวัติการทำงาน (เรียงจากอดีตไปปัจจุบัน)

Management Trainee, ธนาคารกสิกรไทย.

Financial Analysis, Kittinakin PLC.

(10/44) Sale, Executive at American international Assurance.

(28/11/47) อาจารย์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง