

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง "กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน" (สุพรรณิณีอัสวศิริเลิศ และกุศลฐิณะกุล อ่างใน ธนาวิทย์ บัวฝ้าย, 2545) จากความหมายของธุรกิจชุมชนข้างต้นจะเห็นว่าชุมชนซึ่งเป็นรากฐานของชนบทไทยจะเข้มแข็งได้นั้น ชุมชนจะต้องยืนหยัดด้วยตนเอง โดยอาศัยความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในอันที่จะพัฒนากลุ่มธุรกิจของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นให้มีความเจริญเติบโต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในภาคชนบทให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป

ดังนั้นขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ค้นหาความต้องการของตลาด

ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบถึง ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ความได้เปรียบทางด้านการผลิตหรือการแข่งขันเพราะชุมชนแต่ละพื้นที่ที่มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่แตกต่างกัน นั่นคือชุมชนควรตระหนักว่า จะนำทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่มาผลิตสินค้าอะไร ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหาดังกล่าวนี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอะไร (What)

2. เลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสม

ธุรกิจชุมชนต้องทราบว่าผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้าง จึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถนี้เป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิต ให้มีการระดมสมองของคนเหล่านี้ และยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น หน่วยงานราชการ สถาบันวิชาการต่างๆ นอกจากนี้ในการผลิตที่เหมาะสมของธุรกิจจะต้องคำนึงถึง ปัจจัยการผลิต อันประกอบด้วย ที่ดิน(Land) แรงงาน (Labor) ทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน (Capital) และ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอย่างไร (How)

3. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบว่าควรขายสินค้าให้กับใคร และลูกค้าจะซื้อสินค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งลูกค้าอาจแบ่งเป็น ลูกค้าท้องถิ่น และลูกค้านอกท้องถิ่น ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่า ลูกค้าเป็นใคร เช่น กรณีผ้าทอเกาะขอม ลูกค้าเป็นคนนอกท้องถิ่น กรณีปื้มน้ำมัน ลูกค้าจะเป็นคนในท้องถิ่น สำหรับการเข้าถึงลูกค้านั้น สามารถแบ่งลูกค้าออกเป็นอีก 2 ประเภท ประกอบด้วย ลูกค้าปลีก คือ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปบริโภคเอง และลูกค้าส่ง คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมากเพื่อนำไปขายต่อ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่า ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตเพื่อใคร (For whom)

4. กำหนดรูปแบบที่เหมาะสม

รูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชน แบ่งเป็น

1) กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) คือ ไม่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายใดๆ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน แต่ไม่สามารถทำนิติกรรมในนามของกลุ่มได้ ข้อเสียของการตั้งกลุ่มแบบนี้คือ ไม่สามารถระดมเงินทุนได้ และข้อดี คือ การบริหารงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเนื่องจากสมาชิกจะบริหารงานภายในกลุ่ม

2) กลุ่มที่เป็นทางการ (Formal Group) คือ กลุ่มที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของสหกรณ์ หรือบริษัท จำกัด ข้อเสียของการจัดตั้งกลุ่มคือ การบริหารงานมีความซับซ้อนมากขึ้นและมีความล่าช้า สำหรับข้อดี คือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

ปัจจัยกำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

ณรงค์ เพชรประเสริฐ (อ๋างโน ยุวดี ถาวร, 2544) ได้สรุปปัจจัยดังกล่าวไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน

เงินลงทุน -----> การผลิตสินค้า -----> ขายได้กำไร

กลุ่มที่ดำเนินงานธุรกิจชุมชน ต้องอาศัยกลไกตลาดในระบบทุนนิยม ที่ต้องเริ่มจากการนำเงินไปลงทุนทำการผลิต ทำการขายสินค้าเพื่อให้ได้รายได้ หากแหล่งของเงินทุนนั้นเป็นของตนเอง ไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินทุน ธุรกิจชุมชนนั้นมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน การที่กลุ่มดำเนินธุรกิจชุมชนโดยไม่มีภาระระดมทุนภายในชุมชนก่อน จะทำให้เกิดการขาดสภาพคล่อง การพึ่งเงินกู้ยืมโดยไม่มีทุนสะสมของตนเองเป็นสิ่งที่แสดงว่ากลุ่มนั้นยังพึ่งตนเองไม่ได้ ซึ่งขัดกับหลักดำเนินงานธุรกิจชุมชนที่ต้องการพึ่งตนเองให้มากที่สุด ดังนั้น

กลุ่มที่สามารถพึ่งตนเองทางด้านเงินทุน หรือสามารถระดมทุนจากชุมชนเอง จึงมีโอกาที่จะอยู่ได้มากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม

2. ปัจจัยด้านการตลาด

คือจะต้องรู้ว่าขายอะไร ที่ไหน อย่างไร กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จจะเป็นกลุ่มที่มีลูกค้าที่แน่นอน และเพียงพอ คือจะเป็นลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่งที่รับสินค้าคราวละมาก ๆ ออกไปจำหน่าย ส่วนการค้าปลีกไม่มีลูกค้าที่แน่นอน แต่ต้องมีมากเพียงพอ

กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีตลาดแน่นอนและเพียงพอ จะเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ยืนอยู่ได้และเติบโตได้ แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่มีตลาดแน่นอนเข้าไม่ถึงตลาด จะประสบความล้มเหลวในที่สุด

3. ปัจจัยด้านการผลิต

คือการวิเคราะห์ เพื่อตอบคำถามว่าจะผลิตอะไร และผลิตอย่างไร โดยต้องผ่านการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานในตลาด และความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ณรงค์ เพชรประเสริฐ (อ้างใน ยุวดี ถาวร, 2544) ได้ให้ความหมายของความได้เปรียบคือ “ความสามารถในการทำการผลิต ในการขาย ความสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต ซึ่งตัวบ่งชี้คือความรู้ความชำนาญในการผลิตองค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีมากกว่าหรือดีกว่าที่อื่น ๆ เช่น ชาวบ้านแถบนครศรีธรรมราชมีทักษะในการนำย่าน “ลิเกา” มาผลิตเครื่องจักรสานฝีมือประณีตราคาสูง”

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่พิจารณาจากวัตถุดิบ ทักษะ และความชำนาญของผู้ทำการผลิตเป็นปัจจัยที่สำคัญพอ ๆ กับโอกาสทางการตลาด ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบทำให้การผลิตของชุมชนไม่มีปัญหาด้านวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตไม่สูง ความมีทักษะของผู้ผลิตทำให้สามารถปรับปรุงคุณภาพ การที่ต้นทุนไม่สูงและคุณภาพมาตรฐาน จะสร้างศักยภาพของการแข่งขันในตลาดได้ดี การขาดปัจจัยการผลิตเป็นอุปสรรค และเสี่ยงต่อความล้มเหลวพอ ๆ กับการผลิตที่ไม่มีโอกาสทางการตลาด

4. ปัจจัยด้านการบริหารและจัดการ สามารถแบ่งได้ 3 ด้าน ดังนี้

4.1 ด้านระบบการเงิน คือความสามารถในการระดมทุน และสะสมทุน และต้องมีความสามารถในการบริหารกระแสเงินให้มีหมุนเวียน ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการขาดสภาพคล่อง ใช้จ่ายเงินไปในทางที่ก่อประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องมีระบบบัญชี และระบบการควบคุมตรวจสอบรายได้ รายจ่าย การบันทึกตัวเลข ต้องเป็นสากลตรวจอ่านเข้าใจได้ และบุคลากรด้านการเงิน ต้องมีความรู้ด้านการบัญชีอย่างพอเพียง ซึ่งเท่าที่ปรากฏธุรกิจชุมชนหลาย ๆ แห่งยังขาดแคลนบุคลากรด้านนี้ การบริหารการเงินที่ไม่รัดกุม ใช้จ่ายอย่างขาดประสิทธิภาพจะนำไปสู่ความล้มเหลว

4.2 ด้านระบบงาน ธุรกิจชุมชนต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะอิงหลักสหกรณ์ คือ ร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ถือเอาเสียงส่วนใหญ่เป็นตัวกำหนดทิศทาง โครงสร้างและสายงานส่วนใหญ่จึง มักจะแตกต่างกันไปตามความถนัดของแต่ละกลุ่ม แต่ก็มีโครงสร้างร่วมกว้าง ๆ คือ จากที่ประชุม สมาชิกสู่กรรมการบริหาร จากกรรมการบริหารสู่ฝ่ายกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นมา

4.3 ด้านบุคลากร ความสำเร็จของการบริหารบุคลากรของธุรกิจชุมชน อยู่ที่ระบบการจูงใจเชิงคุณภาพ และการยอมรับนับถือแก่นำเป็นสำคัญ ระบบการให้ทุนให้โทษในการดำเนินงาน กำหนดโดยกระบวนการควบคุมตรวจสอบ โดยสังคม ซึ่งอิงอยู่กับปทัสถานทางสังคม

5. ปัจจัยด้านผู้นำ

ผู้นำตามธรรมชาติของชุมชน มักจะเป็นผู้มีบารมี หรือมีฐานะทางสังคม มีความรู้ และมีฐานะอย่างเป็นทางการ และเป็นที่ยอมรับ เช่น ครู พระ หรืออาสาสมัครจากองค์กรเอกชนที่ทำประโยชน์ให้ชุมชน ดังนั้นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มักจะอยู่ภายใต้การนำของผู้นำเหล่านี้ ธุรกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลหรือคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้านจะระดมทุนได้ง่าย ขยายตัวได้เร็ว และมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

6. ปัจจัยด้านแรงงาน

ในธุรกิจชุมชน แรงงานส่วนใหญ่จะจัดอยู่ในประเภททำงานให้ตัวเอง (self employed) และครอบครัว แต่พบว่าปัจจุบันชุมชนในชนบทหลาย ๆ แห่งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ทั้งในระดับแรงงานไร้ฝีมือและระดับฝีมือ แรงงานรุ่นใหม่ ๆ มักจะอพยพเข้าเมือง ทั้งการพัฒนาอาชีพครอบครัว เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและการค้า

การมีแรงงานท้องถิ่นอย่างพอเพียง และมีทักษะทางการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ ดังนั้นควรมีการกระตุ้นและแรงจูงใจให้แรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่อาชีพดั้งเดิมของท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการพัฒนาและยกระดับการผลิตเชิงธุรกิจ

7. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก

การเกิดขึ้น เติบโต และคงอยู่ของธุรกิจชุมชนต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจอย่างเอาใจเอางานของชุมชน ถึงแม้ว่าในบางชุมชนระยะเริ่มแรกธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการช่วยเหลือจากภายนอกเป็นหลัก แต่เมื่อสมาชิกมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน จะทำให้เกิดธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง การมีส่วนร่วมในธุรกิจชุมชนอย่างมากที่สุด จะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองมากที่สุด โดยสามารถระดมเงินทุนจากภายในเป็นฐานเงินทุน โดยไม่พึ่งพาการระดมทุนจากภายนอก การพึ่งตนเองเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของชุมชน

8. ปัจจัยเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับขององค์กร

ระเบียบข้อบังคับขององค์กรเป็นกฎเกณฑ์เพื่อให้สมาชิกปฏิบัติตาม เพื่อให้การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายอย่างราบรื่น ในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนต้องอาศัยการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ดังนั้นกฎเกณฑ์ต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นจากข้อตกลงของสมาชิก หากกฎระเบียบที่นำมาใช้นั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเห็นชอบของสมาชิก อาจทำให้เกิดความขัดแย้ง และติดขัดในการดำเนินงาน และนำไปสู่การชะงักงันในที่สุด

9. ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

การมีปฏิสัมพันธ์ในทางที่ดีกับภายนอก จะส่งผลให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์ในทางลบ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ และกำหนดท่าทีต่อปฏิสัมพันธ์กับภายนอกให้เหมาะสม ลักษณะปฏิสัมพันธ์เป็นแบบปฏิสัมพันธ์หลายฝ่ายต่อกัน ผ่านการดำเนินธุรกิจชุมชนนั้น ดังภาพที่ 1 (ณรงค์ เพชรประเสริฐ อ่างใน ยูวดี ถาวร, 2544)



รูปที่ 2.1 ปฏิสัมพันธ์แบบหลายฝ่าย ผ่านการดำเนินธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบใน

ชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน (ชนาวิทย์ บัวฝ้าย ธุรกิจชุมชน : แนวทางในการพัฒนาชุมชนบท สำนักวิชาการ ออนไลน์ <http://www.hu.ac.th/>, 2545)

2.2 พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน

1) ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการ โดยคนในชุมชนเพื่อการจัดการ "ทุน" ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน เป็นการเชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและการตลาดของชุมชนให้เป็นกระบวนการเดียวกัน ไม่แยกส่วนและแบ่งบทบาท โดยเน้นวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้ คือเน้นการทำวิสาหกิจชุมชนเพื่อพอกินพอใช้ก่อน แล้วพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจเป็นการสร้าง ฐานรากเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ทำทดแทนสิ่งที่ซื้อมาจากตลาดให้มากที่สุด และหากนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดต้องเรียนรู้การจัดการและกลไกของตลาดให้ดี ซึ่งมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ที่ส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาผลกำไรเป็นหลักและอาจจะไม่ให้ความสำคัญต่อผลเสียที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและสังคมเท่าที่ควร แต่วิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นการประกอบการบนพื้นฐานการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่าเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุดมุ่งต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบ การมีสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนและมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม โดยมีเครือข่ายเชื่อมโยงกัน รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547)

2) ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน ผลิต แปรรูป การดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน
2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า การดำเนินการอย่างเป็นระบบและด้วยรูปแบบที่ทันสมัย ใช้ทุนและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองชุมชน เครือข่าย และตลาดในวงกว้าง

3) องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล

5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างมีระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ

4) ความเป็นมาของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เกิดจากการนำเสนอของตัวแทนเครือข่ายองค์กรชุมชนทั่วประเทศ ร่วมกับมูลนิธิหมู่บ้านและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อต้นปี พ.ศ.2544 เพื่อรองรับกระแสการเคลื่อนตัวของกระบวนความคิดในการประกอบวิสาหกิจ เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้แต่งตั้งตัวแทนเครือข่ายองค์กรดังกล่าว ร่วมกับผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็น "คณะกรรมการพิจารณากร่างพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ..." ในคราวที่มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณากร่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ใช้ชื่อร่างกฎหมายฉบับนี้ว่า "ร่างพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ." แต่เมื่อทำการพิจารณากร่างได้เปลี่ยนมาใช้ชื่อ "ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ....") ซึ่งคณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณากร่างแล้วเสร็จเสนอต่อคณะรัฐมนตรีและที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติหลักการ เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2544 ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอ ภายหลังจากมีมติอนุมัติหลักการ คณะรัฐมนตรีได้ส่งร่างฯ ไปยังสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เพื่อตรวจพิจารณารายละเอียดตามขั้นตอนของกฎหมาย และต่อมาได้เสนอเข้าสู่การพิจารณาของรัฐสภา ผ่านกระบวนการพิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา ได้ลงมติเห็นชอบเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2547 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้ทรงลงพระปรมาภิไธยเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2548 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้รับสนองพระบรมราชโองการและได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 122 ตอนที่ 6ก เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 โดยให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือ ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2548 เป็นต้นไป (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547)

5) หลักการของวิสาหกิจชุมชน

เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547)

6) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

กฎหมายกำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรในทุกระดับ กล่าวคือ

1. ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัย ในการนำทุนชุมชนมาใช้ให้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้
2. ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยี และการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป
3. การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

7) ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน

1. การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคงได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการ ตรงตามความต้องการที่แท้จริง
3. ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547)

2.3 การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2553)

1) กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity)
2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
3. ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

2) คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ที่สามารถสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ

1. เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2553 ของจังหวัด หรือกรุงเทพมหานคร

2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2553

3. ผลิตภัณฑ์ตามข้อ 2 ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด และหากผลิตภัณฑ์ใด ไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างไร้ข้อสงสัย ก่อนวันสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ เช่น อย., มพข., มอก., ฮาลาล, คิว (Qmark), GAP, GMP, HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ทั้งนี้ กรณีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีหากไม่มีมาตรฐานใดรับรองให้สามารถส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ได้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระหว่างขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ถือปฏิบัติ ดังนี้

3.1 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ สามารถใช้หนังสือรับรองจากหน่วยงานที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นหลักฐานแทนใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะถือว่าขาดคุณสมบัติและไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์

3.2 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายเก่าซึ่งใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมดอายุสามารถใช้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้ ทั้งนี้ ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ จะนำผลคะแนนที่ได้คูณด้วย 1 แต่หากยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ในห้วงเวลาดังกล่าว ผลคะแนนที่ได้จะคูณด้วย 0.75

3) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสามารถส่งเข้าคัดสรรฯ

ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถส่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่กำหนดไว้ ตามคุณสมบัติข้อ 2 ส่งสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้รายละเอียด 1 ผลิตภัณฑ์ (กรณีผลิตภัณฑ์เดี่ยว) หรือ 1 ชุด (กรณีชุดผลิตภัณฑ์)

4) ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ

ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามนิยามความหมายที่ระบุต่อไปนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, Qmark, มพข., มอก., มาตรฐานเกษตรอินทรีย์, ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เช่น มะม่วง สับปะรด ส้มเขียวหวาน มังคุด ส้มโอ กัลย เป็นต้น กรณีพันธุ์ไม้ เช่น กิ่งพันธุ์มะม่วง กิ่งพันธุ์มะปราง ไม้ประดับ ฯลฯ ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้

1.2 ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น น้ำผึ้ง ข้าวสาร ข้าวกล้อง ข้าวสาง เป็นต้น เนื้อสัตว์แปรรูป เช่น เนื้อโคขุน เนื้อนกอจอกเทศแช่แข็ง หมูแดดเดียว หมูยอ แหนม ใส่อั่ว ไส้กรอก ปลาอบรมควัน หอยจ๊อ เป็นต้น อาหารประมงแปรรูป เช่น ไส้กรอกปลา ปลาช่อนแดดเดียว ปลาสดแดดเดียว ส้มปลาตัว น้ำจืด กะปิ กุ้งแห้ง น้ำปลา ปลาร้า เป็นต้น กรณีสัตว์ที่มีชีวิต เช่น ไก่ชน ปลากัด ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้ เพราะไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น

1.3 อาหารแปรรูปถึงสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมเค้ก แฉก้วย ขนมโมจิ เต้าส้อกระยาสารท กัลยฉาบ กัลยอบ มะขามปรงรส ทุเรียนทอด กาละแม กะหรีบ๊อบ ขนมทองม้วน ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น น้ำพริกเผาและน้ำพริกต่างๆ แจ่วบอง น้ำจิ้มสุกี้ น้ำปลาทหวาน ผักกาดคอง พริกไทย แคนหมู ไข่เค็ม กุนเชียง หมูทุบ หมูแผ่น เป็นต้น

2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มรังก กาแฟแก้ว กาแฟปรุงสำเร็จ จิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน ชาสมุนไพร ชาชกน้ำแฉก้วย น้ำเต้าหู้ นมสด นมข้าวกล้อง เป็นต้น

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกาย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม

3.1 ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอถักเป็นผืนมีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้า ทำด้วยมือ หรือเครื่องจักร รวมถึงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่นๆ เป็นองค์ประกอบผสม เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผ้าบาติก ผ้าถุง ผ้าปักชาวเขา ผ้าคลุมหม หมวกกะปิเยาะ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าสำเร็จรูปบุรุษ – สตรี เป็นต้น

3.2 เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจากวัสดุทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ เป็นต้น และเพื่อความสวยงาม เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กำไล นาฬิกาข้อมือ เนคไท หมวกแฟชั่น เป็นต้น

4. ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับ ในบ้านสถานที่ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย หรือประดับตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ เพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอยในบ้าน ตกแต่งบ้าน รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และใช้แรงคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน

ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม

4.1 ไม้ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ก่อ่งไม้ นาฬิกาไม้ตั้งโต๊ะ โคมไฟกะลามะพร้าว ของเล่นเด็ก เครื่องดนตรี ตู้พระธรรม เรือจำลอง แจกันไม้ กรงนก ไม้แขวนเสื้อ เป็นต้น

4.2 จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใดๆ เช่น พลาสติก นำมาจักสาน หรือถักสาน ถักทอ เป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระจูดสาน เลื่อกก ที่รองจานทำจากเลื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน กระจาด กระบุง กระด้ง กระติบข้าว เชือกมัด เปลยวน โคมไฟผักตบชวา ไม้กวาด กระเช้าถ้าวลัย พรมเช็ดเท้า ฝาชี หมวกสาน ไม้ไผ่ เป็นต้น

4.3 ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กอกล้วยไม้ ผลไม้ ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่างๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือ/และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษสาเป็นหลัก เช่น กุญ กระดาษ ก่อ่งกระดาษสา ต้นไม้ประดิษฐ์ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4.4 โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่างๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสทูป ทองเหลืองทูป พิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

4.5 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน ลินแร่ไปขึ้นรูป และนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เเบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะ กระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระจกต่างๆ เป็นต้น

4.6 เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ กุญมือถักสำหรับทำการเกษตร เป็นต้น

4.7 อื่นๆ ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจาก ข้อ 1 – 6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน วัสดุเปเปอร์มาเช่ กระดาษซีเมนต์ ดินไม้มงคล ตุ๊กตาจากดินไทย ผลไม้เผาตุ๋น พระพุทธรูป เป็นต้น

5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอาจใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ยุงหรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร เช่น น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้มควันไม้ เป็นต้น แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

5.1 ยาจากสมุนไพร

5.2 เครื่องสำอางสมุนไพร

5.3 วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ให้พิจารณาจัดโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือประโยชน์ในการใช้สอย และให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการ นตผ. จังหวัด

5) การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2553 ผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์ มีระดับเดียว คือ ระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับตามค่าคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก

2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 – 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล

3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 – 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 – 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนายาก

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญศรี ภู่อุทัย (2536) ทำการศึกษาถึงปัญหาในการดำเนินงาน การตลาดของธุรกิจไม้แกะสลักในจังหวัดเชียงใหม่ลำพูน โดยการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตและจำหน่าย ผู้บริโภค และคนงานจากแหล่งผลิตหรือร้านค้าผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก พบว่าปัญหาสำคัญของธุรกิจไม้แกะสลักคือ ด้านการดำเนินงาน ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบเนื่องจาก พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ.2484 ทำให้วัตถุดิบขาดแคลนและไม่มีคุณภาพ ถึงแม้ว่าองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) จะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้ก็ตามแต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ และปัญหาแหล่งเงินทุนมีน้อยราย ผู้ประกอบการขาดแคลนแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ด้านการตลาด มีปัจจัยที่สำคัญได้แก่การมีกฎหมายควบคุมป้องกันการลักลอบนำสิ่งอันมีค่าควรแก่การหวงแหนทางศิลปวัฒนธรรมออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ด้านแนวโน้มธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก พบว่ามีผู้ให้ความสนใจเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะชาวต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทัน

ทรงเดช สุทธธา (2545) ทำการศึกษาเรื่องความคงอยู่ในอาชีพไม้แกะสลักของชุมชนบ้านกิ้วแลน้อยและกิ้วแลหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคงอยู่ของอาชีพคือ มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ที่สืบทอดเป็นมรดกตกทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษสู่รุ่นลูกหลาน และได้มีการพัฒนารูปแบบการแกะสลักให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น อาชีพนี้ยังอาจขยายผลไปสู่การเรียนการสอนในโรงเรียน ซึ่งจะก่อให้เกิดการสืบทอดการแกะสลักสู่รุ่นต่อไป สิ่งที่ทำให้เกิดความรักในอาชีพ คือความภาคภูมิใจในผลงานที่ได้ เพราะผลงานแต่ละชิ้นต้องอาศัยความอดทนและประสบการณ์ที่ถ่ายทอดกันมากกว่า 40 ปี มีการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โดยการพัฒนารูปแบบ การจัดวาง บรรจุกิจกรรม ตามความต้องการของตลาด และการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและประหยัด มีการส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ด้านการผลิตและจำหน่าย เนื่องจากความต้องการสินค้าของผู้บริโภคยังมีอีกมาก โดยจะนำไปเป็นของฝาก ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้าน วัตถุดิบที่ใช้ได้แก่ไม้ ยังมีอยู่มากในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง และยังมีการปลูกต้นไม้ทดแทน จึงยังทำให้มีการประกอบอาชีพนี้ต่อไป

ปรมัตต์ บริพันธ์กุล (2546) ทำการศึกษาการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักบ้านถวาย โดยการสังเกตและสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักจำนวน 9 ตัวอย่าง พบว่ามีการรวมกลุ่มเป็นศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักบ้านถวายเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนมาจากที่อื่น มีการจัดการธุรกิจเป็นแบบส่วนตัวและระบบครอบครัว ไม่มีการวางแผนการบริหาร ลูกจ้างมีทักษะและ

ประสบการณ์ในการทำงานได้รับค่าจ้างเป็นรายวัน วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก ได้แก่ ไม้สัก ไม้ฉำฉา โดยจะมีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์มาจากหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดแพร่ แล้วนำมาตกแต่งและทำสีที่บ้านถวายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ลูกค้าจำนวนมากมาจากคนท้องถิ่นใกล้โรงงาน

ด้านการผลิตส่วนมากร้านค้าไม้ได้มีการวางแผนการผลิต และกำหนดแล้วเสร็จของชิ้นงาน ในด้านการตลาด สินค้าส่วนใหญ่ได้แก่เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเรือน โบราณ ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น การตั้งราคาก็ขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์และความยากง่ายของชิ้นงาน ลูกค้าส่วนมากมีทั้งคนไทย และคนต่างชาติโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ค้าส่งที่มาซื้อสินค้าแล้วนำไปขายปลีก ในด้านการเงิน ทางร้านไม้ได้มีการจัดการอย่างเป็นระเบียบ การทำบัญชีไม่เป็นระบบ

สุรางค์พร ไชยวงศ์ (2548) ทำการศึกษาศักยภาพของกลุ่มไม้แกะสลัก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ในการเข้าสู่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์ SWOT และเกณฑ์การคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ปี พ.ศ. 2547 ข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มไม้แกะสลักจำนวน 3 กรณี พบว่าศักยภาพของกลุ่มไม้แกะสลักมีการวางแผนการดำเนินงาน มีการจัดประชุมเป็นประจำ ประธานกลุ่มมีความสามารถในการบริหารจัดการ ได้รับความช่วยเหลือจากสหกรณ์จังหวัดลำพูน ทำให้มีช่องทางการจำหน่ายที่มากขึ้นและมีเงินทุนหมุนเวียน

การศึกษาผู้ประกอบการที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการรายที่ 1 เป็นตัวแทนของผู้ผลิตที่ทำการผลิตครบทุกขั้นตอน ผู้ประกอบการรายที่ 2 เป็นตัวแทนของผู้ผลิตที่มีร้านในการจำหน่ายสินค้า และผู้ผลิตรายที่ 3 เป็นตัวแทนของผู้ผลิตที่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเป็นลักษณะสั่งทำ โดยเมื่อวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ SWOT ปรากฏว่าผู้ประกอบการรายที่ 1 มีศักยภาพมากที่สุดเนื่องจากมีจุดแข็งคือมีความเชี่ยวชาญในการทำสี มีร้านในการจำหน่ายสินค้าและมีการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ รองลงมาเป็นผู้ประกอบการรายที่ 2 ซึ่งมีจุดแข็งคือมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่สม่ำเสมอ และมีร้านในการจำหน่ายสินค้า และผู้ประกอบการรายที่ 3 มีศักยภาพต่ำที่สุดเนื่องจากมีสินค้าคงคลังจำนวนมาก ไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ในการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละรายตามเกณฑ์การคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย จัดได้ในระดับ 2 ดาว มีข้อเสนอแนะคือผู้ประกอบการทุกรายควรมีการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ มีการจัดทำบัญชี เพิ่มช่องทางการตลาด ควรเพิ่มสวัสดิการให้แก่แรงงานของตนตลอดจนการพัฒนาฝีมือแรงงานด้วย

ภิตินันท์ อินมุล (2554) ทำการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีสองกลุ่มคือ กลุ่มทอผ้าบ้านคุ้มซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ได้รับการจัดสรร

ระดับ 5 ดาวในการประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP และกลุ่มอาชีพทอผ้าตำบลฝายหลวง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพต่ำ ยังไม่มีการจัดสรรระดับดาวแต่มีการขึ้นทะเบียน พบว่าจากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มทอผ้า กลุ่มทอผ้าบ้านคุ้มเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพระดับที่ดี ปัจจัยที่มีศักยภาพมากที่สุดคือปัจจัยด้านการผลิตเนื่องจากมีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ปัจจัยที่มีศักยภาพรองลงมาคือปัจจัยด้านการจกองค์กร เนื่องจากมีผู้นำกลุ่มที่ดี มีการจัดองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สมาชิกในกลุ่มให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และมีตลาดรองรับสินค้า ไม่มีปัญหาด้านหนี้สิน อีกทั้งยังได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐในด้าน ต่าง ๆ

ส่วนกลุ่มอาชีพทอผ้าตำบลฝายหลวง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางโดยมีศักยภาพด้านการผลิตอยู่ในระดับต่ำ ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตผ้าทอลวดลายใหม่ ๆ ผู้นำกลุ่มยังไม่เข้มแข็ง ขาดความกระตือรือร้นในหารออกร้านจำหน่ายสินค้า ยังไม่มีตลาดรองรับสินค้า เนื่องจากไม่มีการออกงานแสดงสินค้านอกพื้นที่ สมาชิกไม่มีความร่วมมือเท่าที่ควร

2.5 นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้แล้วนำไปแกะออกมาเป็นลวดลายและรูปทรงต่าง ๆ เพื่อเป็นของใช้หรือของประดับตกแต่ง