

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการค้าเนงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง ครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์หัวหน้าชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 53 ชุมชน โดยสามารถทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลได้ตามขอบเขตที่ต้องการศึกษา ปรากฏผลการวิเคราะห์และแปลผลเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ลักษณะการก่อตั้ง ประเภทของชุมชนหรือสถานประกอบการ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ จำนวนสมาชิกของชุมชนหรือสถานประกอบการ จำนวนเงินทุนเริ่มแรกและจำนวนเงินทุนหมุนเวียนใช้จ่ายในการทำกิจกรรมทางธุรกิจของชุมชน (ตารางที่ 1 - 10)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการค้าเนงานด้านการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 11 - 62)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการค้าเนงานด้านการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง ด้านการวางแผนการผลิต การจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบ การควบคุมการผลิตและการจัดการเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน (ตารางที่ 63 - 100)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการค้าเนงานด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง ด้านการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมการทำงานของสมาชิกในชุมชน (ตารางที่ 101 - 134)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการดำเนินงานด้านบุคลากรของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง ด้านการสรรหาคัดเลือก การดูแล
รักษาจิตใจสมาชิกในการทำงานและการพัฒนาบุคลากรของชุมชน (ตารางที่ 135 - 146)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการใน
โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล
ด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วยแหล่งที่มาของเงินทุน การวางแผนการบริหารทางการเงินและราย
ละเอียดทางการเงินอื่นๆ ของชุมชน (ตารางที่ 147 - 182)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ที่ประสบความสำเร็จ ในจังหวัดลำปาง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของชุมชนหรือ
ผู้ผลิต

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม	47	88.7
สมาคม	-	-
มูลนิธิ	1	1.9
ชมรม	2	3.8
สหกรณ์	-	-
อื่นๆ เช่น ห้างหุ้นส่วน ฯ	3	5.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 1 พบว่าประเภทของชุมชนหรือสถานประกอบการในโครงการฯ จำนวน 47 ชุมชนคิดเป็นร้อยละ 88.7 ทำการดำเนินงานเป็นกลุ่มเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ทำการดำเนินงานเป็นชมรม จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ทำการดำเนินงานเป็นมูลนิธิ และจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ทำการดำเนินงานเป็นประเภทอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ประเภท	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม	23	92	22	84.6	2	100
สมาคม	-	-	-	-	-	-
มูลนิธิ	-	-	1	3.8	-	-
ชมรม	-	-	2	7.7	-	-
สหกรณ์	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น ห้างหุ้นส่วน ฯ	2	8	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ผลิตกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีการดำเนินงานเป็นกลุ่มมากกว่าผู้ผลิตประเภทอื่น จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 92 ผู้ผลิตกลุ่มสินค้าอาหารมีการดำเนินงานเป็นกลุ่มมากกว่าผู้ผลิตประเภทอื่น จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.6 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	3.8
1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	15	28.3
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี	16	30.2
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	20	37.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 3 พบว่าระยะเวลาในการดำเนินการของชุมชนหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ ตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการจนถึงปีปัจจุบัน มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และ 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ระยะเวลา	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	1	4	1	3.8	-	-
1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	3	12	12	46.2	-	-
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี	8	32	8	30.8	-	-
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	13	52	5	19.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ผลิตกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่ทำการเปิดดำเนินการตั้งแต่มเริ่มแรกจนถึงปีปัจจุบัน มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 ผู้ผลิตกลุ่มสินค้าอาหาร ทำการเปิดดำเนินการตั้งแต่ 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปีมากที่สุด จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ทำการเปิดดำเนินการตั้งแต่มเริ่มแรกจนถึงปีปัจจุบัน มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนสมาชิก
ของชุมชน

จำนวนสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 คน	23	43.4
20 - 29 คน	7	13.2
30 - 39 คน	13	24.5
40 - 59 คน	3	5.7
ตั้งแต่ 60 คนขึ้นไป	7	13.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 5 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีสมาชิก ระหว่าง 30 - 39 คน จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 มีสมาชิกระหว่าง 20 - 29 คน จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 มีสมาชิกตั้งแต่ 60 คนขึ้นไปและจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีสมาชิกระหว่าง 40 - 59 คน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนสมาชิก
ของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

จำนวนสมาชิก	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 คน	12	48	10	38.5	1	50
20 - 29 คน	3	12	4	15.4	-	-
30 - 39 คน	4	16	9	34.6	-	-
40 - 59 คน	2	8	1	3.8	-	-
ตั้งแต่ 60 คนขึ้นไป	4	16	2	7.7	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ผลิตกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน จำนวนมากที่สุด 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 48 ผู้ผลิตกลุ่มสินค้าอาหาร มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คน จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีสมาชิกน้อยกว่า 20 คนและตั้งแต่ 60 คนขึ้นไป จำนวนอย่างละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก

จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	26	49.1
10,001 - 30,000 บาท	12	22.6
30,001 - 50,000 บาท	1	1.9
มากกว่า 50,000 บาท	14	26.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 7 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีเงินลงทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 มีเงินลงทุนเริ่มแรกมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีเงินลงทุนเริ่มแรก ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท และจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีเงินลงทุนหมุนเวียน ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	8	32	17	68	1	50
10,001 - 30,000 บาท	6	24	6	24	-	-
30,001 - 50,000 บาท	1	4	-	-	-	-
มากกว่า 50,000 บาท	11	44	2	8	1	50
รวม	25	100	25	100	2	100

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ผลิตกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวนมากที่สุด 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 ผู้ผลิตกลุ่มสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 68 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท จำนวนเท่ากัน คือ อย่างละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนเงินลงทุนเวียน

จำนวนเงินลงทุนเวียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	12	22.6
10,001 - 20,000 บาท	9	17.0
20,001 - 30,000 บาท	6	11.3
30,001 - 40,000 บาท	1	1.9
40,001 - 50,000 บาท	9	17.0
มากกว่า 50,000 บาท	16	33.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 9 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 33.2 มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท และจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

จำนวนเงินทุนหมุนเวียน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	3	12	9	34.6	-	-
10,001 - 20,000 บาท	4	16	5	19.2	-	-
20,001 - 30,000 บาท	-	-	5	19.2	1	50
30,001 - 40,000 บาท	1	4	-	-	-	-
40,001 - 50,000 บาท	4	16	5	19.2	-	-
มากกว่า 50,000 บาท	13	52	2	7.7	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ผลิตกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 ผู้ผลิตกลุ่มสินค้าอาหาร มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนตั้งแต่ 20,001 ถึง 30,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท จำนวนเท่ากัน คือ อย่างละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานด้านการตลาดของชุมชนหรือผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง-
ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของความสำเร็จของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ชุมชน
หรือผู้ประกอบการใช้ในการดำเนินงาน

ปัจจัย ส่วนประสม ทางการตลาด	ความสำเร็จ							
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	42	79.2	2	3.8	6	11.3	3	5.7
ด้านราคา	1	1.9	22	41.5	18	33.9	12	22.7
ด้านการจัดจำหน่าย	5	9.4	18	33.9	19	35.8	11	20.8
ด้านการส่งเสริม การตลาด	4	7.5	9	17	8	15.1	32	60.4

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับ 1 จำนวน 42 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 79.2 ในด้านราคา เป็น
อันดับ 2 จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 3 จำนวน 19 ชุมชน
คิดเป็นร้อยละ 35.8 และในด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 4 จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ
60.4

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของความสำคัญจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัจจัย ส่วนประสมทางการ ตลาด	ความสำคัญ																	
	อันดับ 1				อันดับ 2				อันดับ 3				อันดับ 4				รวม	
	ไม่ใช่อาหาร	อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม	ทั้งหมด	ไม่ใช่อาหาร	อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม	ทั้งหมด	ไม่ใช่อาหาร	อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม	ทั้งหมด	ไม่ใช่อาหาร	อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม	ทั้งหมด	ทั้งหมด	
ด้านผลิตภัณฑ์	21	39.6	20	37.7	1	1.9	1	1.9	1	1.9	1	1.9	1	1.9	1	1.9	1	1.9
ด้านราคา	-	-	1	1.9	12	22.6	9	17	1	1.9	1	1.9	5	9.4	12	22.6	1	1.9
ด้านการจัดจำหน่าย	1	1.9	3	5.7	6	11.3	11	20.7	1	1.9	1	1.9	13	24.5	6	11.3	6	11.3
ด้านการส่งเสริม- การตลาด	3	5.7	1	1.9	3	5.7	6	11.3	6	11.3	1	1.9	4	7.5	4	7.5	15	28.3
																	53	100
																	53	100
																	53	100
																	53	100

จากการางที่ 12 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับ 1 จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ด้านราคา เป็นอันดับ 2 จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 3 จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 4 จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับ 1 จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 2 จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ด้านราคา เป็นอันดับ 3 จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 4 จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 1 เท่ากัน จำนวนปัจจัยละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน ด้านราคาและการจัดจำหน่าย เป็นอันดับ 2 เท่ากัน จำนวนปัจจัยละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา เป็นอันดับ 3 เท่ากัน จำนวนปัจจัยละ 1.9 เท่ากัน และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับ 4 จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มสินค้าหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชน

กลุ่มสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร	25	47.2
กลุ่มสินค้าอาหาร	26	49.1
ทั้ง 2 กลุ่ม	2	3.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 13 พบว่าประเภทสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 เป็นกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.2 เป็นกลุ่มสินค้าที่เป็นอาหารและจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 เป็นทั้ง 2 กลุ่ม ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมการวางแผนงานด้านการตลาด

การวางแผนงานด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	21	39.6
มีการวางแผน	32	60.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 14 พบว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4 มีการวางแผน จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ไม่มีการวางแผนงานด้านการตลาด

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการวางแผนงาน
ทางการตลาดของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

การวางแผนงานด้านการตลาด	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	10	40	11	42.3	-	-
มีการวางแผน	15	60	15	57.7	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 15 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีการวางแผน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ส่วนใหญ่มีการวางแผน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการวางแผนทั้ง 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการแสดงคุณภาพ
สินค้าให้แก่ผู้บริโภค

ลักษณะคุณภาพสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มี ใบรับรองคุณภาพ(อย.)	13	24.5
มีเอกสารแสดงคุณภาพของชุมชนเอง	18	34
อื่นๆ เช่น วุฒินับถ้วร รางวัล ฯลฯ	22	41.5
รวม	53	100

จากตารางที่ 16 พบว่าคุณภาพสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 34 มีเอกสารแสดงคุณภาพของชุมชนเอง และจำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มี ใบรับรองคุณภาพ(อย.) และจำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีลักษณะคุณภาพสินค้าอื่นๆ เช่น การได้รับรางวัล ประกาศนียบัตรการแข่งขันของหน่วยงานต่างๆ ฯลฯ ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการแสดงคุณภาพของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

คุณภาพสินค้า	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีใบรับรองคุณภาพ(อย.)	3	12	9	34.6	1	50
มีเอกสารแสดงคุณภาพของชุมชนเอง	11	44	7	26.9	-	-
อื่นๆ เช่น วุฒิบัตร ถ้วยรางวัล ฯลฯ	11	44	10	38.5	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 17 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 มีเอกสารแสดงคุณภาพของชุมชนเองและจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 มีสิ่งแสดงคุณภาพอื่นๆ เช่น วุฒิบัตร ถ้วยรางวัล ที่ได้รับในการเข้าร่วมการแข่งขันต่างๆ กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีสิ่งแสดงคุณภาพอื่นๆ เช่น วุฒิบัตร ถ้วยรางวัล ที่ได้รับในการเข้าร่วมการแข่งขันต่างๆ จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีใบรับรองคุณภาพ(อย.)และสิ่งแสดงคุณภาพอื่นๆ ในจำนวนเท่ากัน คือ อย่างละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการมีตราหือ (Brand) ของสินค้า

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มีตราหือ	30	56.6
ไม่มีตราหือ	23	43.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 18 พบว่าสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีตราหือ(Brand) และจำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ไม่มีตราหือ(Brand)สินค้า

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการมีตราชี้ห้อยของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ตราชี้ห้อย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีตราชี้ห้อย	13	52	15	57.7	2	100
ไม่มีตราชี้ห้อย	12	48	11	42.3	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 19 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีตราชี้ห้อย จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ส่วนใหญ่มีตราชี้ห้อย จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีตราชี้ห้อยทั้ง 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแนวทางการพัฒนารูปแบบของสินค้า

แนวทางการพัฒนาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	31	58.5
มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์นานๆ ครั้ง	12	22.6
ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	10	18.9
รวม	53	100

จากตารางที่ 20 พบว่าแนวทางการพัฒนาสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์นานๆ ครั้ง และจำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแนวทางการพัฒนาสินค้าของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

แนวทางการพัฒนาสินค้า	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	20	80	10	38.5	1	50
พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์นานๆ ครั้ง	3	12	9	34.6	-	-
ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	2	8	7	26.9	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 21 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอจำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 80 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอจำนวนมากที่สุด จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการพัฒนาและไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ ในสัดส่วนเท่าๆ กันหรือคิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการออกแบบของสินค้า

วิธีการออกแบบสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ตามแบบคู่แข่ง	1	1.9
ตามคำสั่งของลูกค้า	23	43.4
ตามคำแนะนำของทางราชการ	6	11.3
ตามความเห็นสมาชิก	22	41.5
อื่นๆ	1	1.9
รวม	53	100

จากตารางที่ 22 พบว่าสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีวิธีการออกแบบสินค้าตามคำสั่งลูกค้า จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีวิธีการออกแบบสินค้าตามความเห็นสมาชิก จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีวิธีการออกแบบสินค้าตามคำแนะนำของทางราชการ จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีวิธีการออกแบบสินค้าตามคู่แข่งและอื่นๆ เช่น ตามรายการวัสดุที่มี ฯลฯ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการออกแบบ
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการออกแบบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามแบบคู่แข่งชั้น	-	-	-	-	1	50
ตามคำสั่งของลูกค้า	18	72	5	19.2	-	-
ตามคำแนะนำของทางราชการ	2	8	4	15.4	-	-
ตามความเห็นสมาชิก	4	16	17	65.4	1	50
อื่นๆ	1	4	-	-	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 23 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีวิธีการออกแบบสินค้าตามคำสั่งของลูกค้า จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ส่วนใหญ่มีวิธีการออกแบบสินค้าตามความเห็นของสมาชิก จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 65.4 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีวิธีการออกแบบสินค้าด้วยวิธีการตามแบบคู่แข่งชั้นและวิธีการตามความต้องการของสมาชิก ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามรูปแบบของ
บรรจุกิจภัณฑ์ของสินค้า

รูปแบบบรรจุกิจภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มาตรฐานสากลเชิงการค้า เช่น มีการจัดทำ ขวด กล่อง ฯ พร้อมรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน	4	7.5
ง่าย ๆ ไม่มีรายละเอียดเป็นมาตรฐาน ไม่แน่นอนแล้วแต่ลูกค้า หรือสะดวก ในการจำหน่ายแต่ละครั้ง อาจใช้ถุงหรือใช้กระดาษห่อ	5	9.4
เบื้องต้นหรือธรรมดา เช่น ถุงพลาสติก ใบตองหรือวัสดุธรรมชาติ	35	66.0
ไม่มีบรรจุกิจภัณฑ์	9	17.0
รวม	53	100

จากตารางที่ 24 พบว่าสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 35 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 66 มีลักษณะรูปแบบของบรรจุกิจภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้นหรือธรรมดา เช่น ถุงพลาสติก ใบตองหรือวัสดุธรรมชาติ จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17 ไม่มีบรรจุกิจภัณฑ์ จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีลักษณะรูปแบบของบรรจุกิจภัณฑ์เป็นแบบง่าย ๆ ไม่มีรายละเอียดเป็นมาตรฐาน ไม่แน่นอนแล้วแต่ลูกค้า หรือสะดวก ในการจำหน่ายแต่ละครั้ง อาจใช้ถุงหรือใช้กระดาษห่อและจำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีลักษณะรูปแบบของบรรจุกิจภัณฑ์เป็นแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้า เช่น มีการจัดทำ ขวด กล่อง ฯ พร้อมรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์
ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาตรฐานสากลเชิงการค้า	2	8	1	3.9	1	50
ง่าย ๆ ไม่มีรายละเอียดเป็นมาตรฐาน	2	8	3	11.5	-	-
เบื้องต้นหรือธรรมดา	15	60	19	73.1	1	50
ไม่มีบรรจุภัณฑ์	6	24	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 25 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นรูปแบบเบื้องต้นหรือธรรมดา จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์หรือการหีบห่อสินค้าเป็นรูปแบบเบื้องต้นหรือธรรมดา จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 73.1 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นมาตรฐานสากลเชิงการค้าและเบื้องต้นธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 50 ทั้ง 2 ชุมชน

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามวิธีการพยากรณ์ของ
ยอดขายสินค้าของชุมชน

วิธีการพยากรณ์ยอดขาย	จำนวน	ร้อยละ
พยากรณ์จากยอดขายเดิม	23	43.4
พยากรณ์จากราคาวัตถุดิบ	11	20.8
พยากรณ์จากคู่แข่ง	-	-
พยากรณ์จากสถานการณ์ทั่วไป	19	35.8
อื่นๆ	-	-
รวม	53	100

จากตารางที่ 26 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีวิธีการพยากรณ์ยอดขายจากยอดขายเดิม จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีวิธีการพยากรณ์ยอดขายจากสถานการณ์ทั่วไป และจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีวิธีการพยากรณ์ยอดขายจากราคาวัตถุดิบตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการใน จำแนกตามวิธีการพยากรณ์
ยอดขายของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการพยากรณ์ยอดขาย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พยากรณ์จากยอดขายเดิม	10	40	11	42.3	2	100
พยากรณ์จากราคาวัตถุดิบ	6	24	5	19.2	-	-
พยากรณ์จากคู่แข่ง	-	-	-	-	-	-
พยากรณ์จากสถานการณ์ทั่วไป	9	36	10	38.5	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 27 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ใช้วิธีการพยากรณ์จากยอดขายเดิม จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 40 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ใช้วิธีการพยากรณ์จากยอดขายเดิม จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.3 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด ใช้วิธีการพยากรณ์จากยอดขายเดิม จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง	28	52.8
ลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว	32	60.4
ลูกค้าในต่างประเทศ	14	26.4
อื่นๆ	5	9.4
รวม	53	100

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบ 53 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่ากลุ่มลูกค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4 เป็นลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว จำนวน 28 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52.8 เป็นลูกค้าในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 เป็นลูกค้าในต่างประเทศและจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 เป็นลูกค้าอื่นๆ เช่น เครือญาติหรือลูกค้าที่ได้รับการแนะนำบอกต่อ ฯลฯ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มลูกค้าของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

กลุ่มลูกค้า	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง	13	52	15	57.7	-	-
ลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว	18	72	13	50	1	50
ลูกค้าในต่างประเทศ	7	28	6	23.1	1	50
อื่นๆ เช่น ทั้งต่างจังหวัดและ ในชุมชน ฯลฯ	4	16	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีลูกค้าในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีลูกค้าต่างจังหวัดหรือนักท่องเที่ยวและลูกค้าในต่างประเทศ ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการตั้งราคา

วิธีการตั้งราคา	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร	11	21.2
ตั้งตามผู้นำหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่	2	3.8
ตั้งตามความต้องการตลาด	15	28.8
ตั้งตามต้นทุน	24	46.2
ตั้งตามคู่แข่ง	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 30 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 มีวิธีการตั้งราคาตามต้นทุน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีวิธีการตั้งราคาตามราคาตลาด จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 21.2 มีวิธีการตั้งราคาตามเป้าหมายในการทำกำไรและจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีวิธีการตั้งราคาตามผู้นำหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการตั้งราคาของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการตั้งราคา	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร	6	25	4	15.4	1	50
ตั้งตามผู้นำหรือผู้จำหน่ายรายใหญ่	1	4.2	1	3.9	-	-
ตั้งตามความต้องการตลาด	6	25	8	30.7	1	50
ตั้งตามต้นทุน	11	45.8	13	50	-	-
ตั้งตามคู่แข่ง	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น ตั้งตามคุณภาพสินค้า	-	-	-	-	-	-
รวม	24	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 31 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีวิธีการตั้งราคาตามต้นทุน จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.8 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีวิธีการตั้งราคาตามต้นทุน จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีวิธีการตั้งราคาสินค้าตามเป้าหมายในการทำกำไรและตั้งตามความต้องการของตลาด ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับราคาของ
สินค้า

ระดับราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าผู้ขายรายอื่น	5	9.6
เท่ากับผู้ขายรายอื่น	38	73.1
ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น	9	17.3
รวม	52	100

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่าสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 38 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 73.1 มีราคาเท่ากับผู้ขายรายอื่น จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น และจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีราคาสูงกว่าผู้ขายรายอื่นตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับราคาของ
แต่ละกลุ่มสินค้า

ระดับราคาสินค้า	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าผู้ขายรายอื่น	1	4.2	4	15.4	-	-
เท่ากับผู้ขายรายอื่น	18	75	19	73.1	1	50
ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น	5	20.8	3	11.5	1	50
รวม	24	100	26	100	2	100

หมายเหตุ มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีระดับราคาสินค้าเท่ากับผู้ขายรายอื่น จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 75 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีระดับราคาสินค้าเท่ากับผู้ขายรายอื่น จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 73.1 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีระดับราคาสินค้าเท่ากับและต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น คิดเป็นร้อยละ 50 ทั้ง 2 ชุมชน

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามพื้นที่ในการ
จำหน่ายสินค้า

พื้นที่จำหน่ายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดต่างประเทศ	11	20.8
ตลาดภายในประเทศ	53	100

หมายเหตุ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 34 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 53 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100 มีพื้นที่
ในการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามพื้นที่จำหน่าย
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

พื้นที่จำหน่าย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดต่างประเทศ	7	28	4	15.4	-	-
ตลาดภายในประเทศ	18	72	22	84.6	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่
ใช่อาหาร มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72
กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีพื้นที่จำหน่ายสินค้า
ภายในประเทศ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.6 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่
ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีพื้นที่จำหน่ายภายในประเทศทั้งหมด

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามพื้นที่การจำหน่าย
สินค้าภายในประเทศ

พื้นที่การจำหน่ายภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดต่างจังหวัด	31	58.5
ตลาดภายในจังหวัด	33	62.3

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 33 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 62.3 มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าภายในจังหวัด จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามพื้นที่ตลาด
ภายในจังหวัด

พื้นที่ตลาดภายในจังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดภายในอำเภอที่ผลิต	25	75.8
ตลาดภายนอกอำเภอที่ผลิต	17	51.5

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 33 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 75.8 มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าภายในอำเภอที่ผลิต จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าภายนอกอำเภอที่ผลิต ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้า
ในต่างประเทศ

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนกลางจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ	14	26.4
หน่วยราชการแนะนำ	18	33.9

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบ 11 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 33.9 มีหน่วยราชการแนะนำลูกค้าในต่างประเทศให้และจำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 มีคนกลางจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้าต่าง
ประเทศของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนกลางจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ	7	28	6	23.1	1	50
หน่วยราชการแนะนำ	9	36	8	30.7	1	50
อื่นๆ เช่น ทั้ง 2 วิธี เป็นต้น	9	36	12	46.2	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 39 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการหาลูกค้าต่างประเทศด้วยการแนะนำของหน่วยราชการและวิธีอื่นๆ เช่น ลูกค้าติดต่อมาเอง จากการแนะนำของผู้ผลิตวัตถุดิบ ฯลฯ ทั้ง 2 วิธีมีจำนวนวิธีละ 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 36 เท่ากัน กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีวิธีการหาลูกค้าโดยการแนะนำของหน่วยราชการ จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.7 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ทำการหาลูกค้าเองและหน่วยราชการหาให้ มีสัดส่วนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 50 ทั้ง 2 ชุมชน

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้า ภายในประเทศ

วิธีการหาลูกค้าภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนกลางจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ	38	71.7
หน่วยราชการแนะนำ	32	60.4
อื่นๆ เช่น ไม่มีการหาลูกค้า ฯ	4	7.5

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 40 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 38 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 71.7 ทำการหาลูกค้าภายในประเทศเอง จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4 มีหน่วยราชการแนะนำลูกค้าภายในประเทศให้และ จำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ไม่มีการหาลูกค้า (อื่นๆ)

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้า ภายในประเทศของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการหาลูกค้าภายในประเทศ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีคนกลางจ้างผลิตและได้รับการบอกต่อ	17	68	20	76.9	1	50
หน่วยราชการแนะนำ	18	72	12	46.1	2	100
อื่นๆ เช่น ไม่มีการหาลูกค้า ฯ	3	12	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร 25 ชุมชน กลุ่มอาหาร 26 ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายทั้ง 2 กลุ่มสินค้า 2 ชุมชนและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการหาลูกค้าภายในประเทศด้วยการแนะนำของหน่วยราชการจำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีการหาลูกค้าภายในประเทศเอง จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 76.9 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการหาลูกค้าภายในประเทศด้วยการแนะนำของหน่วยราชการ จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามช่องทางในการ
จัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้บริโภค	25	47.2
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภค	15	28.3
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งๆ จำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภค	19	35.8
อื่นๆ เช่น ขายให้ผู้ผลิต ฯ	2	3.7

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.2 มีช่องทางในการการจัดจำหน่ายโดยชุมชนเป็นผู้จำหน่ายให้ผู้บริโภค จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีช่องทางในการการจัดจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งๆ จำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภค จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีช่องทางในการการจัดจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภคและจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ หลายช่องทางด้วยกัน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่ายของแต่ละกลุ่มสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้บริโภค	12	48	11	42.3	2	100
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภค	9	36	6	23.1	-	-
ชุมชนจำหน่ายให้ผู้ค้าต่างๆ จำหน่าย ให้ผู้ค้าปลีกๆ จำหน่ายให้ผู้บริโภค	9	36	10	38.4	-	-
อื่นๆ เช่น ขายให้ผู้ผลิตฯ	1	4	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 43 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคเอง จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 48 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคเอง จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.3 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคเองทั้ง 2 ชุมชน

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจำหน่าย
สินค้าของชุมชน

วิธีการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าของชุมชน	31	58.5
ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจัดสร้างให้	7	13.2
ร่วมงานแสดงสินค้าของรัฐบาลและเอกชน	34	62.2
อื่นๆ เช่น ฝากจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆ ฯลฯ	7	13.2

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 44 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 62.2 มีการจำหน่ายสินค้าโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของรัฐบาลและเอกชน จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีการจำหน่ายสินค้าที่ร้านค้าของชุมชนเอง จำนวนเท่าๆกันอย่างละ 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 เท่ากัน มีการจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจัดสร้างให้และที่อื่นๆ เช่น ฝากขายตามร้านค้าต่างๆ ที่บ้านของสมาชิกชุมชนเอง ฯลฯ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดจำหน่าย
สินค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจัดจำหน่าย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าของชุมชน	13	52	16	61.5	2	100
ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจัดสร้างให้	6	24	-	-	1	50
ร่วมงานแสดงสินค้าของรัฐและเอกชน	21	84	12	46.2	1	50
อื่นๆเช่น ฝากขายตามร้านค้าต่างๆ ฯลฯ	3	12	3	11.5	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 45 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของรัฐบาลและเอกชน จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าของชุมชนหรือสถานประกอบการเอง จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าของชุมชนหรือสถานประกอบการ จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนร้อยละของความสำคัญในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของชุมชน
หรือผู้ประกอบการ

กิจกรรม ส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ							
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	6	11.3	7	13.2	19	35.8	4	7.5
การขายโดยใช้ พนักงานหรือ สมาชิกในชุมชน	21	39.6	7	13.2	5	9.4	8	15.1
การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แจกแถม ฯลฯ	4	7.5	5	9.4	4	7.5	16	30.2
การประชาสัมพันธ์	18	33.9	16	30.2	3	5.7	-	-
อื่นๆเช่น ให้ชิมฟรีฯ	4	7.5	11	20.8	-	-	-	-

หมายเหตุ กิจกรรมด้านการโฆษณามีผู้ไม่ตอบ 17 ราย กิจกรรมด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย มีผู้ไม่ตอบ 12 ราย กิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย มีผู้ไม่ตอบ 24 ราย กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ มีผู้ไม่ตอบ 16 รายและกิจกรรมด้านอื่นๆ มีผู้ไม่ตอบ 38 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ด้วยการขายโดยใช้พนักงานขายหรือสมาชิกในชุมชน เป็นอันดับ 1 จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 2 จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา เป็นอันดับ 3 จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับ 4 จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละของความสำคัญจำเป็นต่อการทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

กิจกรรม		ความสำคัญ																			
		อันดับ 1				อันดับ 2				อันดับ 3				อันดับ 4				รวม			
		อาหาร		ไม่ใช่อาหาร		ทั้งหมด		อาหาร		ไม่ใช่อาหาร		ทั้งหมด		อาหาร		ไม่ใช่อาหาร		ทั้งหมด			
		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด		ทั้งหมด			
การส่งเสริมการตลาด		5	9.4	1	1.9	4	7.5	2	3.8	1	1.9	10	18.8	8	15.1	1	1.9	1	1.9	36	100
การโฆษณา		11	20.8	9	17	3	5.7	4	7.5	-	-	-	-	4	7.5	4	7.5	4	7.5	41	100
การขายโดยใช้พนักงานหรือสมาชิกในชุมชน		1	1.9	3	5.7	1	1.9	4	7.5	-	-	3	5.7	1	1.9	7	13.2	7	13.2	29	100
การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯ		8	15.1	9	17	9	17	6	11.3	1	1.9	2	3.8	1	1.9	-	-	-	-	37	100
อื่นๆ เช่น ให้ชิมฟรี ฯ		1	1.9	3	5.7	6	11.3	5	9.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	100

จากตารางที่ 47 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ให้ความสำคัญทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ในโดยการใช้งานขายหรือสมาชิกในชุมชน เป็นอันดับ 1 จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 2 จำนวน 9 ชุมชน คิด เป็นร้อยละ 17 ด้านการโฆษณา เป็นอันดับ 3 จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และด้านการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับ 4 จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร ให้ความสำคัญในการทำกิจกรรมทางการตลาด โดยการใช้พนักงานขายหรือสมาชิกในชุมชนและการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 1 เท่ากัน จำนวนกิจกรรมละ 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17 เท่ากัน ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 2 จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ด้านการโฆษณา เป็นอันดับ 3 จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และด้านการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับ 4 จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และกลุ่มผู้ ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ให้ความสำคัญในการทำกิจกรรมทางการตลาด โดยการใช้พนักงานขายหรือสมาชิกและการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 1 เท่ากัน จำนวนกิจกรรม ละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับ 2 เท่ากัน จำนวนปัจจัยละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน การโฆษณาและการขายโดยการใช้พนักงานขายหรือสมาชิก เป็นอันดับ 3 เท่ากัน จำนวนกิจกรรมละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่า กัน และการทำกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับ 4 จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดทำโฆษณา

การจัดทำโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	24	45.3
มีการจัดทำ	29	54.7
รวม	53	100

หมายเหตุ การจัดทำโฆษณา คือ การโฆษณาทางวิทยุ แผ่นป้ายและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

จากตารางที่ 48 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีการจัดทำโฆษณาสินค้าและกิจการของชุมชน จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ไม่มีการจัดทำโฆษณาสินค้าและกิจการของชุมชน

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดทำการโฆษณาของแต่ละกลุ่มสินค้า

การจัดทำโฆษณา	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	12	48	12	46.2	-	-
มีการจัดทำ	13	52	14	53.8	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ การจัดทำโฆษณา คือ การโฆษณาทางวิทยุ แผ่นป้ายและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

จากตารางที่ 49 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทุกกลุ่มสินค้ามีการจัดทำโฆษณา จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 กลุ่มสินค้าอาหารมีการจัดทำโฆษณา จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และชุมชนที่ดำเนินการทั้ง 2 กลุ่มสินค้า จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชน ทำการโฆษณาสินค้า

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามการจัดทำ -
การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	29	54.7
มีการจัดทำ	24	45.3
รวม	53	100

จากตารางที่ 50 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.7 ไม่มีการจัดทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและกิจกรรมของชุมชน จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีการจัดทำการประชาสัมพันธ์สินค้าและกิจกรรมของชุมชน

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการประชาสัมพันธ์
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

การประชาสัมพันธ์	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	15	60	12	46.2	2	100
มีการจัดทำ	10	40	14	53.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 51 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหารไม่มีการจัดทำการประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มสินค้าอาหารมีการจัดทำการประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการจัดทำการประชาสัมพันธ์ ทั้งหมดจำนวน 15 ชุมชน

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของสื่อที่ใช้
ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	20	18.7
Internet	7	6.5
วารสาร	8	7.5
การร่วมงานแสดงสินค้า	29	27.1
ป้ายโฆษณา	20	18.7
หนังสือพิมพ์	13	12.1
ใบปลิวแผ่นพับ	7	6.5
อื่นๆ เช่น โทรทัศน์ ร่วมเป็นผู้สนับสนุน การจัดงานต่างๆ ในท้องถิ่น ฯลฯ	3	2.8

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 52 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 27.1
ทำการประชาสัมพันธ์โดยการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า จำนวน 40 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.4
ทำการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อวิทยุและป้ายโฆษณา จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 12.1
ทำการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5
ทำการประชาสัมพันธ์โดยการใช้วารสาร จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 12
ทำการประชาสัมพันธ์โดย
การใช้ Internet และใบปลิวแผ่นพับ จำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 2.8
ทำการประชาสัมพันธ์
โดยการใช้สื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ ร่วมเป็นผู้สนับสนุนการจัดงานต่างๆ ในท้องถิ่น ฯลฯ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการใช้พนักงานขาย
ทำการส่งเสริมการตลาด

การใช้พนักงานขายทำการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้พนักงานขาย	36	67.9
มีการใช้พนักงานขาย	17	32.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 53 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 36 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 67.9 ไม่มีการใช้พนักงานทำการส่งเสริมการตลาด และจำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.1 มีการใช้พนักงานทำการส่งเสริมการตลาดสินค้าของชุมชน

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการใช้พนักงานขาย
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

การใช้พนักงานขายส่งเสริม การตลาด	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช้อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้พนักงานขาย	17	68	18	69.2	1	50
มีการใช้พนักงานขาย	8	32	8	30.8	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 54 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่
ใช้อาหาร ไม่มีพนักงานขายทำการส่งเสริมการตลาด จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 68 กลุ่มชุม
ชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ไม่มีพนักงานขายทำการส่งเสริม
การตลาด จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่
ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช้อาหารและอาหาร มีชุมชนที่ไม่มีการใช้พนักงานขายและมีการ
ใช้พนักงานขายทำการส่งเสริมการตลาด ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการ
ส่งเสริมการขายสินค้า

ลักษณะการส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำการส่งเสริมการขาย	21	39.6
ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง	31	58.5
ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค	14	26.4

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ไม่ทำการส่งเสริมการขาย และจำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการ-
ส่งเสริมการขายของแต่ละกลุ่มสินค้า

ลักษณะการส่งเสริมการขาย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำการส่งเสริมการขาย	5	20	16	61.5	-	-
ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง	19	76	10	38.4	2	100
ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค	6	24	7	26.9	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 76 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ไม่ทำการส่งเสริมการขาย จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง ทั้งหมดจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง

วิธีการส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	21	67.7
การแลกซื้อสินค้า	5	16.1
การแจกสินค้าตัวอย่าง	10	32.2
การให้ของแถม	10	32.2
การให้รางวัล	5	16.1
อื่นๆ เช่น ให้ชิมฟรี ฯ	7	22.6

หมายเหตุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 57 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 67.7 ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางด้วยวิธีการลดราคา จำนวน 10 ชุมชนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 32.2 ต่อชุมชน ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางด้วยวิธีการแจกสินค้าตัวอย่างและการให้ของแถม จำนวน 5 ชุมชนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 16.1 ต่อชุมชน ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางด้วยวิธีการแลกซื้อสินค้าและการให้รางวัลและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ทำการส่งเสริมการขายด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ให้ชิมฟรี เป็นต้น

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค

วิธีการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	19	135.7
การแลกซื้อสินค้า	6	42.8
การแจกสินค้าตัวอย่าง	13	92.8
การให้ของแถม	11	78.6
การให้ของรางวัล	2	14.3
อื่นๆ เช่น ให้ลูกค้าลองชิม สาธิตวิธีการผลิต ฯลฯ	6	42.8

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 14 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 58 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 135.7 ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคด้วยวิธีการลดราคา จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 92.8 ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคด้วยวิธีการแจกสินค้าตัวอย่าง จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 78.6 ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคด้วยวิธีการให้ของแถม จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ทำการส่งเสริมการขายไปยังคนกลางด้วยวิธีการแลกซื้อสินค้า จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ทำการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคด้วยวิธีการให้ของรางวัลและจำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ทำการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการอื่นๆ รวมกัน เช่น ให้ลูกค้าลองชิม สาธิตวิธีการผลิต ฯลฯ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

การควบคุมและประเมินผล	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการควบคุมและประเมินผล	22	44.8
มีการควบคุมและประเมินผล	27	55.2
รวม	49	100

หมายเหตุ จากการสัมภาษณ์เป็นกลุ่มและมีผู้ตอบจำนวน 49 ชุมชน

จากตารางที่ 59 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 27 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีการควบคุมและประเมินผลการทำกิจกรรมทางการตลาดและจำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ไม่มีการควบคุมและประเมินผลการทำกิจกรรมทางการตลาด

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและประเมินผลกิจกรรมทางการตลาดของแต่ละกลุ่มสินค้า

การควบคุมและประเมินผล	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการควบคุมและประเมินผล	13	54.2	9	39.1	-	-
มีการควบคุมและประเมินผล	11	45.8	14	60.9	2	100
รวม	24	100	23	100	2	100

จากตารางที่ 60 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ไม่มีการควบคุมและประเมินผลมีจำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.2 กลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีการควบคุมและประเมินผลจำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และกลุ่มชุมชนหรือสถานประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ทั้งหมด 2 ชุมชน มีการควบคุมและประเมินผล

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ
การประสบในการดำเนินงานทางการตลาด

ปัญหาหรือ กิจกรรมทางการ ตลาด	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวม	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การพัฒนา รูปแบบสินค้า	8	15.1	26	49.1	8	15.1	42	11	20.8	2 ปานกลาง
มาตรฐาน คุณภาพสินค้า	14	26.4	9	17	11	20.8	34	19	35.9	2.09 ปานกลาง
การกำหนด ราคาสินค้า	5	9.4	16	30.2	14	26.4	35	18	34	1.74 ปานกลาง
การขาดความรู้ ในการหาตลาด	9	17	19	35.8	8	15.1	36	17	32.1	2.03 ปานกลาง
การขาดค่าใช้จ่าย ทางการ ตลาด	16	30.2	9	17	13	24.5	38	15	28.3	2.07 ปานกลาง
การขาดสถานที่ จำหน่ายสินค้า	15	28.3	3	5.7	14	26.4	32	21	39.6	2.03 ปานกลาง
การขาดความรู้ ในการส่งเสริม- การตลาด	14	26.4	15	28.3	6	11.3	35	18	34	2.23 ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 2.5 - 3.00 มีปัญหาระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 1.5 - 2.49 มีปัญหาระดับปานกลาง,
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีปัญหาระดับน้อย

จากตารางที่ 61 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการประสบปัญหาการดำเนินงานทางการตลาดใน
ระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.23 ประสบ
ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดมาตรฐานคุณภาพสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.09 ประสบ
ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.07 ประสบ
ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการหาตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.03 ประสบ

ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.03 ประสบ
 ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.00 และประสบปัญหา
 ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัญหาหรือ กิจกรรมทางการตลาด	กลุ่มสินค้า		
	กลุ่มสินค้า ที่ไม่ใช่อาหาร	กลุ่มสินค้า อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การพัฒนารูปแบบ สินค้า	1.38 น้อย	1.69 ปานกลาง	1.50 ปานกลาง
มาตรฐานคุณภาพ สินค้า	1.57 ปานกลาง	1.44 น้อย	1.36 น้อย
การกำหนดราคา สินค้า	1.20 น้อย	1.63 ปานกลาง	1.79 ปานกลาง
ขาดความรู้การหาตลาด	1.33 น้อย	1.79 ปานกลาง	1.50 ปานกลาง
ขาดค่าใช้จ่ายการตลาด	1.44 น้อย	1.67 ปานกลาง	1.62 ปานกลาง
ขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า	1.67 ปานกลาง	1.00 น้อย	1.64 ปานกลาง
การขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด	1.79 ปานกลาง	1.47 น้อย	1.17 น้อย

จากตารางที่ 62 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่
 อาหาร ประสบปัญหาในการดำเนินงานทางการตลาด ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ใน
 การส่งเสริมการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.79 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดสถานที่
 ที่ในการจำหน่ายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.67 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดมาตรการ

ฐานคุณภาพสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.57 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.44 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.38 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการหาตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.33 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.20 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร ประสพปัญหาในการดำเนินงานทางการตลาด ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้การหาตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.79 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ สินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.69 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.63 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.47 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.44 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.00 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 ชนิด ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.79 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.64 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.62 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.50 ประสพปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.50 ประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.36 และประสพปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.17 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการผลิตสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมการวางแผนงานด้านการผลิต

การวางแผนงานด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	8	15.1
มีการวางแผน	45	84.9
รวม	53	100

จากตารางที่ 63 พบว่าการดำเนินงานด้านการผลิตสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 45 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.9 มีการวางแผน จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ไม่มีการวางแผนงานด้านการผลิต

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการวางแผนงานด้านการผลิตของแต่ละกลุ่มสินค้า

การวางแผนงานด้านการผลิต	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	1	4	7	26.9	-	-
มีการวางแผน	24	96	19	73.1	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 64 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ทำการวางแผนการผลิตสินค้า จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 96 กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่ทำการวางแผนการผลิตสินค้า จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 73.1 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการวางแผนทั้งหมด จำนวน 2 ชุมชน

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการกำหนด
จำนวนการผลิตสินค้าหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชน

วิธีการกำหนดจำนวนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
เท่ากับความต้องการและมีการเพิ่ม ลดจำนวนพนักงาน	12	18.8
เท่ากับความต้องการและ ไม่มีการ เพิ่มลดจำนวนพนักงาน	23	43.4
เท่าเดิมตลอดและเก็บรักษาสินค้าคง เหลือในบางช่วงเวลา	20	37.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 65 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ใช้กลยุทธ์การผลิตเท่ากับความต้องการและไม่มีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ใช้กลยุทธ์การผลิตจำนวนเท่าเดิมตลอดและมีการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือในบางช่วงเวลาและจำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ใช้กลยุทธ์การผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการและมีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามวิธีการกำหนด
จำนวนการผลิตสินค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการกำหนดจำนวนการผลิต	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เท่ากับความต้องการและมีการ เพิ่มลดจำนวนพนักงาน	5	20	4	15.4	1	50
เท่ากับความต้องการและไม่มี การเพิ่มลดจำนวนพนักงาน	10	40	13	50	-	-
เท่าเดิมตลอดและเก็บรักษาสิน ค้าคงเหลือในบางช่วงเวลา	10	40	9	34.6	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 66 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่
อาหาร มีการใช้กลยุทธ์การวางแผนการผลิตเท่ากับความต้องการไม่มีเพิ่มลดจำนวนพนักงาน
กับกลยุทธ์เท่าเดิมตลอดและเก็บรักษาสินค้าคงเหลือในบางช่วงเวลา จำนวนกลยุทธ์ละ 10 ชุมชน
คิดเป็นร้อยละ 40 ต่อชุมชน กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร
มีการใช้กลยุทธ์การวางแผนการผลิตเท่ากับความต้องการไม่มีเพิ่มลดจำนวนพนักงาน จำนวน
13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่
ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการเลือกใช้กลยุทธ์เท่ากับความต้องการและมีการเพิ่มลดจำนวน
พนักงานกับกลยุทธ์เท่าเดิมตลอดพร้อมทั้งเก็บรักษาสินค้าคงเหลือในบางช่วงเวลา กลยุทธ์ละ 1 ชุม
ชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า

ลักษณะวัตถุดิบสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติ	37	69.8
วัสดุหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูป	11	20.8
สินค้าสำเร็จรูป	4	7.5
อื่นๆ เช่น วัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่น ฯ	1	1.9
รวม	53	100

จากตารางที่ 67 พบว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 37 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.8 เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติ จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 เป็นวัสดุหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูป จำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เป็นสินค้าสำเร็จรูปและจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เป็นวัตถุดิบอื่นๆ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของแต่ละกลุ่มสินค้า

ลักษณะวัตถุดิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติ	13	52	22	84.6	2	100
วัสดุหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูป	9	36	2	7.7	-	-
สินค้าสำเร็จรูป	3	12	1	3.8	-	-
อื่นๆ	-	-	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 68 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 3 กลุ่ม เลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติมากกว่าลักษณะวัตถุดิบชนิดอื่น จำนวน 13 22 และ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 84.6 และ 100 เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามนโยบายการสำรวจ
วัตถุพิบไว้ทำการผลิตสินค้า

การสำรวจวัตถุพิบ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการสำรวจ	32	60.4
มีการสำรวจ	21	39.6
รวม	53	100

จากตารางที่ 69 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4
ไม่มีการสำรวจวัตถุพิบ และจำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 มีการสำรวจวัตถุพิบเพื่อใช้ในการ
การผลิตสินค้า

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการสำรวจวัตถุพิบ
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

การสำรวจวัตถุพิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการสำรวจ	11	44	21	80.8	-	-
มีการสำรวจ	14	56	5	19.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 70 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วน
ใหญ่มีการสำรวจวัตถุพิบ จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 กลุ่มสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่ไม่มีการ
สำรวจวัตถุพิบ จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 80.8 และกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มี
การสำรวจวัตถุพิบ ทั้งหมดจำนวน 2 ชุมชน

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแนวทางการสำรวจ
วัตถุดิบในอนาคต

แนวทางการสำรวจวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	32	60.4
มากกว่า 5 % แต่ไม่เกิน 10 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	8	15.1
มากกว่า 10 % แต่ไม่เกิน 15 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	8	15.1
มากกว่า 15 % ของจำนวนการผลิตที่คาดการณ์ในอนาคต	5	9.4
รวม	53	100

หมายเหตุ เป็นการสอบถามแนวทางการสำรวจวัตถุดิบในอนาคต

จากตารางที่ 71 พบว่าแนวทางการสำรวจวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4 มีการกำหนดจำนวนสำรวจวัตถุดิบจำนวนไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 มีการกำหนดจำนวนสำรวจวัตถุดิบจำนวนมากกว่า 5 % แต่ไม่เกิน 10 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 มีการกำหนดจำนวนสำรวจวัตถุดิบจำนวนมากกว่า 10 % แต่ไม่เกิน 15 % ของจำนวนการผลิตในอนาคตและจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีการกำหนดจำนวนสำรวจวัตถุดิบจำนวนมากกว่า 15 % ของจำนวนการผลิตที่คาดการณ์ในอนาคต

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแนวทางการสำรวจ วัตถุประสงค์ของแต่ละกลุ่มสินค้า

แนวทางการสำรวจวัตถุประสงค์	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	10	40	21	80.8	1	50
มากกว่า 5 % แต่ไม่เกิน 10 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	4	16	4	15.4	-	-
มากกว่า 10 % แต่ไม่เกิน 15 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต	6	24	1	3.8	1	50
มากกว่า 15 % ของจำนวนการผลิตที่คาดการณ์ในอนาคต	5	20	-	-	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ เป็นการสอบถามแนวทางการสำรวจวัตถุประสงค์ในอนาคต

จากตารางที่ 72 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจำนวนมากที่สุด 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 40 มีแนวทางการสำรวจวัตถุประสงค์ไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคต กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่ จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 80.8 มีแนวทางการสำรวจวัตถุประสงค์ไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคตและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 2 ชุมชน มีแนวทางการสำรวจวัตถุประสงค์ไม่เกิน 5 % ของจำนวนการผลิตในอนาคตและมากกว่า 15 % ของจำนวนการผลิตที่คาดการณ์ในอนาคต ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งในการ -
จัดหาวัตถุดิบ

แหล่งในการจัดหาวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ภายในท้องถิ่น	29	54.8
จากต่างประเทศ	-	-
จากท้องถิ่นอื่นในประเทศ	10	18.9
จากหลายพื้นที่รวมกัน	14	26.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 73 พบว่าแหล่งในการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.8 ทำการจัดซื้อวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่น จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ทำการจัดซื้อวัตถุดิบจากหลายพื้นที่รวมกัน จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ทำการจัดซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่นอื่นภายในประเทศ ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งในการจัดซื้อ
วัตถุดิบของแต่ละกลุ่มสินค้า

แหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภายในท้องถิ่น	10	40	17	65.4	2	100
จากต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-
จากท้องถิ่นอื่นในประเทศ	8	32	2	7.7	-	-
จากหลายพื้นที่รวมกัน	7	28	7	26.9	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 74 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจำนวนมากที่สุด 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 40 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 65.4 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 2 ชุมชน มีแหล่งในการจัดซื้อวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นทั้งหมด

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของกลุ่ม
ผู้ขายวัตถุดิบที่ชุมชนจัดซื้อวัตถุดิบ

กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิตวัตถุดิบ	19	35.8
ผู้ค้าปลีกวัตถุดิบ	5	9.4
ผู้ค้าส่งวัตถุดิบ	22	41.5
อื่นๆ เช่น ผู้ค้าเร่จากงานแสดงสินค้า ฯ	7	13.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ขายวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าให้กับชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 เป็นผู้ค้าส่งวัตถุดิบ จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 เป็นผู้ค้าปลีกวัตถุดิบและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 เป็นกลุ่มผู้ขายอื่นๆ เช่น ผู้ค้าเร่จากงานแสดงสินค้า ฯ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของกลุ่ม
ผู้ขายวัตถุดิบที่ชุมชนจัดซื้อของแต่ละกลุ่มสินค้า

กลุ่มผู้ขายวัตถุดิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิตวัตถุดิบ	7	28	11	42.3	1	50
ผู้ค้าปลีกวัตถุดิบ	3	12	1	3.8	1	50
ผู้ค้าส่งวัตถุดิบ	11	44	11	42.3	-	-
อื่นๆเช่น ผู้ค้าเร่จากงานแสดง- สินค้า ฯ	4	16	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 76 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจำนวนมากที่สุด 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งวัตถุดิบ กลุ่มสินค้าอาหารจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ค้าส่งวัตถุดิบจำนวนเท่ากัน และกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ทั้ง 2 กลุ่ม ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกวัตถุดิบ ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการ -
จัดซื้อวัตถุดิบ

ลักษณะการจัดซื้อวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเป็นประจำจากรายเดิม	35	66
ไม่ได้ซื้อประจำ	4	7.5
ทั้ง 2 ลักษณะ	14	26.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 77 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 35 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 66 มีลักษณะการซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ไม่ซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีลักษณะการซื้อวัตถุดิบทั้ง 2 ลักษณะ คือทั้งเป็นประจำและไม่เป็นประจำจากรายเดิม

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการจัดซื้อ
วัตถุดิบของแต่ละกลุ่มสินค้า

ลักษณะการจัดซื้อวัตถุดิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเป็นประจำจากรายเดิม	22	88	13	50	-	-
ไม่ได้ซื้อประจำ	-	-	3	11.5	1	50
ทั้ง 2 ลักษณะ	3	12	10	38.5	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 78 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88 กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่ได้ซื้อวัตถุดิบเป็นประจำและอีก 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 ซื้อวัตถุดิบทั้ง 2 ลักษณะ

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบ
ที่ใช้ในการผลิตสินค้า

วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ทางไปรษณีย์	3	5.7
ทางโทรศัพท์	29	54.7
ทาง E-mail	1	1.8
ทางวาจา	24	45.3
อื่นๆ เช่น ฝากบอกต่อๆ กันหรือฝากข้อความ ความสั่นผ่านคนรู้จัก ฯ	13	24.5

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 53 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 79 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทางโทรศัพท์จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบด้วยวาจา จำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทางไปรษณีย์ และจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.8 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทาง E-mail และจำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 สั่งซื้อวัตถุดิบด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ฝากบอกต่อๆ กันหรือฝากข้อความสั่นผ่านคนรู้จัก ฯ

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทางไปรษณีย์	3	12	-	-	-	-
ทางโทรศัพท์	17	68	12	46.1	-	-
ทาง E-mail	-	-	1	3.8	-	-
ทางวาจา	10	40	13	50	1	50
อื่นๆ เช่น ฝากบอกต่อๆ กัน หรือฝากข้อความสั้นผ่านคนคุ้นเคย ฯ	8	32	4	15.3	1	50
รวม	38	100	30	100	2	100

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 53 รายและสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 80 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจำนวนมากที่สุด 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 68 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทางโทรศัพท์ กลุ่มสินค้าอาหารจำนวนมากที่สุด 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทางวาจา กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบทางวาจาและจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบด้วยวิธีอื่น เช่น การฝากบอกต่อๆ กันหรือฝากข้อความสั้นผ่านคนคุ้นเคย ฯ

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระบบการจัดการ
วัดฤๅติบ

ระบบการจัดการวัดฤๅติบ	จำนวน	ร้อยละ
จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ	37	69.8
ไม่จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ	12	22.6
อื่นๆ เช่น แยกบ้างไม่แยกบ้าง	4	7.5
รวม	53	100

จากตารางที่ 81 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 37 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.8 ทำการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ไม่ทำการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ จำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ทำการจัดการวัดฤๅติบด้วยวิธีอื่นๆ

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระบบการจัดการ
วัดฤๅติบของแต่ละกลุ่มสินค้า

ระบบการจัดการวัดฤๅติบ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ	18	72	17	65.4	2	100
ไม่จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบ	6	24	6	23.1	-	-
อื่นๆ	1	4	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 82 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 3 กลุ่ม มีระบบการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพวัดฤๅติบมากกว่าระบบอื่น จำนวน 18 17 และ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72 65.4 และ 100 เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์เสียหาย
ใช้ทำการผลิตไม่ได้

วัตถุประสงค์เสียหาย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	25	47.2
มี	28	52.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 83 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 28 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มี
วัตถุประสงค์เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้และจำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ไม่มีวัตถุประสงค์เสียหาย
ใช้ทำการผลิตไม่ได้

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์เสียหายใช้
ทำการผลิตไม่ได้ของแต่ละกลุ่มสินค้า

วัตถุประสงค์เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	15	60	10	38.5	-	-
มี	10	40	16	61.5	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 84 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ จำนวน
15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 ไม่มีวัตถุประสงค์เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้ กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่
จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีวัตถุประสงค์เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง
2 ชนิด จำนวนรวมทั้งสิ้น 2 ชุมชน มีวัตถุประสงค์เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการกับของเสียหรือวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้

วิธีการจัดการของเสียหรือวัตถุดิบเสีย	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้ง	22	41.5
ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น	6	11.3
ขายในราคาต่ำกว่าปกติ	5	9.4
อื่นๆ เช่น คัดแปลงเป็นของใช้ในชุมชนฯ	20	37.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 85 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ทำการทิ้งของเสียหรือวัตถุดิบที่เสียแล้วใช้ทำการผลิตไม่ได้ จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ใช้วิธีการแปรรูปของเสียเป็นสินค้าอื่นและจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ขายในราคาต่ำกว่าปกติและจำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ใช้วิธีการจัดการของเสียวิธีอื่นๆ เช่น คัดแปลงเป็นของใช้ในชุมชนฯ

ตารางที่ 86 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการของเสียของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจัดการของเสีย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้ง	8	32	12	46.2	2	100
ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น	5	20	1	3.8	-	-
ขายในราคาถูกกว่าปกติ	1	4	4	15.4	-	-
อื่นๆ เช่น คัดแปลงเป็นของใช้ในชุมชนฯ	11	44	9	34.6	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 86 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารจำนวนมากที่สุด 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 ทำการจัดการของเสียด้วยวิธีอื่นๆ เช่น คัดแปลงเป็นของใช้ในชุมชนฯ กลุ่มสินค้าอาหารจำนวนมากที่สุด 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ทำการทิ้งของเสียและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวนทั้งสิ้น 2 ชุมชน ทำการทิ้งของเสียทั้งหมด

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการผลิต
สินค้า

ลักษณะการผลิตสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตเรื่อยๆ ตามความสามารถของกิจการ	31	58.5
ผลิตตามฤดูกาล	7	13.2
ผลิตตามคำสั่งซื้อ	13	24.5
อื่นๆ เช่น ผลิตเพื่อนำไปทดสอบตลาด ผลิตเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้า ฯลฯ	2	3.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 87 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ทำการผลิตเรื่อยๆ ตามความสามารถของกิจการ จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ทำการผลิตตามคำสั่งซื้อ จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ทำการผลิตตามฤดูกาลและจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ทำการผลิตลักษณะอื่นๆ เช่น ผลิตเพื่อนำไปทดสอบตลาด ผลิตเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้า ฯลฯ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะการผลิต
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

ลักษณะการผลิต	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตเรื่อยๆ ตามความสามารถของ กิจการ	14	56	17	65.4	-	-
ผลิตตามฤดูกาล	2	8	4	15.4	1	50
ผลิตตามคำสั่งซื้อ	7	28	5	19.2	1	50
อื่นๆเช่น ผลิตเพื่อนำไปทดสอบตลาด ผลิตเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้า ฯลฯ	2	8	-	-	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 88 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่
อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีการผลิตเรื่อยๆ ตามความสามารถของกิจการ จำนวน 14 และ 17 ชุม
ชน คิดเป็นร้อยละ 56 และ 65.4 (เรียงตามลำดับกลุ่ม)และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนิน
การเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีลักษณะการผลิตตามฤดูกาลและผลิตตามคำสั่งซื้อ
ของลูกค้า ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดลำดับ-
ขั้นตอนการผลิตสินค้า

การจัดลำดับขั้นตอนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	10	18.9
มี	43	81.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 89 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 43 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 81.1 มี
การจัดลำดับขั้นตอนในการผลิต จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ไม่มีการจัดลำดับขั้นตอน
ในการผลิต

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดลำดับ
ขั้นตอนการผลิตสินค้าของแต่ละกลุ่ม

การจัดลำดับขั้นตอน การผลิต	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	6	24	4	15.4	-	-
มี	19	76	22	84.6	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 90 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 76 มีการจัดลำดับขั้นตอนการผลิต กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.6 มีการจัดลำดับขั้นตอนการผลิตและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวนทั้งสิ้น 2 ชุมชน มีการจัดลำดับขั้นตอนการผลิตทั้งหมด

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและ
ตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้า

การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ทำการตรวจทุกหน่วย ทุกเวลาที่ผลิต	47	88.7
ทำการสุ่มตรวจเป็นบางครั้งบางเวลา	6	11.3
รวม	53	100

จากตารางที่ 91 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 47 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88.7 ทำการตรวจทุกหน่วย ทุกเวลาที่มีการผลิตและจำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ทำการสุ่มตรวจเป็นบางครั้งบางเวลาระหว่างที่ทำการผลิต

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของแต่ละกลุ่มสินค้า

การควบคุมและตรวจสอบ คุณภาพ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำการตรวจทุกหน่วย ทุกเวลาที่ผลิต	22	88	23	88.5	2	100
ทำการสุ่มตรวจเป็นบางครั้งบางเวลา	3	12	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 92 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88 ทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตทุกหน่วย ทุกเวลาที่ผลิต กลุ่มสินค้าอาหารส่วนใหญ่ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88.5 ทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตทุกหน่วย ทุกเวลาที่ผลิตและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ทั้งหมดจำนวน 2 ชุมชน ทำการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตทุกหน่วย ทุกเวลาที่ผลิต

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการใช้เทคโนโลยี

การใช้เทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้เทคโนโลยี	26	49.1
มีการใช้เทคโนโลยี เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ เป็นต้น	27	50.9
รวม	53	100

จากตารางที่ 93 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 27 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50.9 มีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิตของชุมชนให้ประสบความสำเร็จ และจำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 ไม่มีการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการใช้เทคโนโลยี ของแต่ละกลุ่มสินค้า

การใช้เทคโนโลยี	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้เทคโนโลยี	15	60	11	42.3	-	-
มีการใช้เทคโนโลยี	10	40	15	57.7	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 94 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีกลุ่มสินค้าที่ไม่มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิต จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร มีกลุ่มสินค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิต จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตทั้งหมด 2 ชุมชน

ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการ-สินค้าสำเร็จรูป

วิธีการจัดการสินค้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบปริมาณการผลิตกับเป้าหมายที่กำหนดไว้	16	30.2
เปรียบเทียบคุณภาพการผลิตกับมาตรฐานคุณภาพที่กำหนดไว้	12	22.6
เปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพสินค้ากับเป้าหมายที่กำหนดไว้	25	47.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 95 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ทำการเปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพสินค้ากับเป้าหมายการผลิตที่กำหนดไว้ จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีการเปรียบเทียบปริมาณการผลิตกับเป้าหมายการผลิตที่กำหนดไว้และจำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ทำการเปรียบเทียบคุณภาพการผลิตกับมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่กำหนดไว้

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการสินค้าสำเร็จรูปของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจัดการสินค้าสำเร็จรูป	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบปริมาณการผลิตกับเป้าหมายที่กำหนดไว้	8	32	8	30.8	-	-
เปรียบเทียบคุณภาพการผลิตกับมาตรฐานคุณภาพที่กำหนดไว้	6	24	6	23.1	-	-
เปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพสินค้ากับเป้าหมายที่กำหนดไว้	11	44	12	46.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 96 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 3 กลุ่ม มีวิธีการจัดการสินค้าสำเร็จรูปด้วยการเปรียบเทียบปริมาณและคุณภาพสินค้ากับเป้าหมายที่กำหนดไว้ จำนวน 11 12 และ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 46.2 และ 100 (เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า)

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการ -
สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

วิธีการจัดการสินค้าไม่ได้มาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้ง	17	32.1
ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น	5	9.4
บริจาคให้สมาชิกหรือองค์กรต่างๆ	7	13.2
ขายในราคาถูก	17	32.1
คัดแปลงเป็นวัสดุ อุปกรณ์ใช้งานในชุมชน	1	1.9
อื่นๆ เช่น เก็บไว้ตัดสินใจภายหลังๆ	6	11.3
รวม	53	100

จากตารางที่ 97 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ทำการทิ้งและแปรรูปเป็นสินค้าอื่น จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ทำการบริจาคให้สมาชิกหรือองค์กรต่างๆ จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ทำการจัดการด้วยวิธีการอื่นๆ จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ทำการคัดแปลงเป็นวัสดุ อุปกรณ์ใช้งานในชุมชนและจำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ทำการจัดการด้วยวิธีการอื่นๆ เช่น เก็บไว้ไม่ตัดสินใจว่าจะจัดการอย่างไร

ตารางที่ 98 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดการสินค้า
ไม่ได้มาตรฐานของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจัดการ สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้ง	3	12	12	46.2	2	100
ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น	4	16	1	3.8	-	-
บริจาคให้สมาชิกหรือองค์กร ต่างๆ	6	24	1	3.8	-	-
จำหน่ายในราคาถูก	7	28	10	38.5	-	-
ดัดแปลงเป็นวัสดุ อุปกรณ์ใช้ งานในชุมชน	1	4	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น เก็บไว้ตัดสินใจภายหลัง	4	16	2	7.7	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 98 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ใช้วิธีจัดการกับสินค้าไม่ได้มาตรฐานด้วยการจำหน่ายในราคาถูก จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28 กลุ่มสินค้าอาหาร ทำการทิ้งสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ทำการทิ้งสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ทั้งหมด 2 ชุมชน

ตารางที่ 99 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัญหาที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ
การประสบในการดำเนินงานด้านการผลิตสินค้า

ปัญหาหรือกิจกรรม ด้านการผลิต	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก(3)		ปานกลาง(2)		น้อย(1)		รวม	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
วัตถุดิบมีราคาแพง	15	28.3	21	39.6	11	20.8	47	6	11.3	2.09 ปานกลาง
การขาดแคลนวัตถุดิบ	2	3.8	16	30.2	17	32.1	35	18	33.9	1.57 ปานกลาง
การขาดแคลน เครื่องจักรอุปกรณ์	13	24.5	8	15.1	15	18.3	36	17	32.1	1.94 ปานกลาง
ขั้นตอนการผลิต ไม่เหมาะสม	1	1.9	9	17	18	33.9	28	25	47.2	1.39 น้อย
กำลังการผลิตไม่เพียงพอและ ไม่ต่อเนื่อง	9	17	8	15.1	15	28.3	32	21	39.6	1.81 ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.00 มีปัญหาระดับมาก , ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 มีปัญหาระดับปานกลาง ,
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีปัญหาระดับน้อย

จากตารางที่ 99 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการที่วัตถุดิบมีราคาแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.09 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.94 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการกำลังการผลิตไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดแคลนวัตถุดิบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.57 และชุมชนประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัญหาหรือ กิจกรรมด้านการผลิต	กลุ่มสินค้า		
	กลุ่มสินค้า ที่ไม่ใช่อาหาร	กลุ่มสินค้าอาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
วัตถุดิบมีราคาแพง	1.60 ปานกลาง	1.62 ปานกลาง	1.27 น้อย
การขาดแคลนวัตถุดิบ	1.00 น้อย	1.50 ปานกลาง	1.53 ปานกลาง
การขาดแคลน เครื่องจักรอุปกรณ์	1.77 ปานกลาง	1.63 ปานกลาง	1.47 น้อย
ขั้นตอนการผลิต ไม่เหมาะสม	1.00 น้อย	1.67 ปานกลาง	1.56 ปานกลาง
กำลังการผลิตไม่เพียงพอ และไม่ต่อเนื่อง	1.44 น้อย	1.38 น้อย	1.47 น้อย

จากตารางที่ 100 พบว่าชุมชนหรือสถานประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.77 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.60 ชุมชน ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับกำลังการผลิตไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.44 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.00 เท่ากัน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.63 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.62 ชุมชน ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.50 ชุมชนประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับกำลังการผลิตไม่เพียงพอไม่ต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.38 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.56 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.53

ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์และกำลังการผลิตไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.47 เท่ากันและประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับปัญหาวัสดุคิบบีรรวดแพง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.27 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดลำปาง**

**ตารางที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมการ-
วางแผนการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชน**

การวางแผนงาน	จำนวน	ร้อยละ
มีการวางแผน	46	86.8
ไม่มีการวางแผน	7	13.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 101 พบว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 46 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 86.8 มีการวางแผนการดำเนินงานและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ไม่มีการวางแผนงาน

**ตารางที่ 102 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการวางแผนงาน
ของผู้ผลิตแต่ละกลุ่ม**

การวางแผนงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการวางแผนงาน	21	84	23	88.5	2	100
ไม่มีการวางแผนงาน	4	16	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 102 พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีการวางแผนงาน จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่มีการวางแผนงาน จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88.5 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการวางแผนงานทั้งหมด จำนวน 2 ชุมชน

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของแผนการ
ดำเนินงานของชุมชน

ชนิดของแผนงาน	จำนวน	ร้อยละ
แผนรายเดือน	29	63
แผนราย 3 เดือน	5	10.9
แผนราย 6 เดือน	1	2.2
แผนรายปี	6	13
แผนอื่นๆ เช่น แผนวันต่อวันหรือสัปดาห์ ๆ	12	26

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 103 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 29 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 63 มีการจัดทำแผนการดำเนินงานรายเดือน จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13 มีการจัดทำแผนการดำเนินงานรายปี จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 10.9 มีการจัดทำแผนการดำเนินงานราย 3 เดือน จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 2.2 มีการจัดทำแผนการดำเนินงานราย 6 เดือน จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26 มีการจัดทำแผนการดำเนินงานแบบอื่นๆ เช่น แผนวันต่อวันหรือสัปดาห์ ๆ

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของแผนการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

ชนิดของแผนการดำเนินงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แผนรายเดือน	13	52	16	61.5	-	-
แผนราย 3 เดือน	4	16	1	3.8	-	-
แผนราย 6 เดือน	-	-	-	-	1	50
แผนรายปี	5	20	1	3.8	-	-
แผนอื่นๆ เช่น แผนวันต่อวัน หรือสัปดาห์ ฯ	3	12	8	30.8	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 104 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่ทำการจัดทำแผนรายเดือน จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ทำการจัดทำแผนรายเดือน จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการวางแผนงานราย 6 เดือนและแผนงานอื่นๆ เช่น แผนรายวัน รายสัปดาห์ ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือคิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามเป้าหมายในการ
ดำเนินงาน

เป้าหมายในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มยอดขาย	30	56.6
เพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า	15	28.3
ช่วยเหลือสังคม/ส่งเสริมอาชีพ	31	58.5
เพิ่มกำไร	23	43.4
พัฒนาสินค้า	23	43.4
อื่นๆ เช่น สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น ฯ	1	1.9

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 105 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคมและส่งเสริมอาชีพ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มยอดขาย จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มกำไรและพัฒนาสินค้า จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า และจำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเหตุผลอื่นๆ เช่น สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่น ฯ

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามเป้าหมายในการ
ดำเนินงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

เป้าหมายในการดำเนินงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มยอดขาย	15	60	15	57.7	-	-
เพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า	5	20	9	34.6	1	50
ช่วยเหลือสังคม/ส่งเสริมอาชีพ	13	52	18	69.2	-	-
เพิ่มกำไร	11	44	11	42.3	1	50
พัฒนาสินค้า	14	56	9	34.6	-	-
อื่นๆ เช่น สร้างชื่อเสียงให้แก่ ชุมชนหรือท้องถิ่น ฯ	-	-	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 106 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มยอดขาย จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่เป็นอาหาร มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมสังคม จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มกำไรจำนวนเป้าหมายละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 107 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการวางแผน
การดำเนินงาน

วิธีการวางแผนการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ตามเป้าหมายหรือนโยบายที่กำหนด	20	37.7
ตามผลการดำเนินงาน	28	52.8
ตามรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงาน	23	43.4
ตามจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ	19	35.8
ตามวิธีการวัดและประเมินผลการทำงาน	24	45.3
อื่นๆ เช่น ตามประสบการณ์ของสมาชิก	2	3.7
รวม	53	100

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 107 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 28 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานตามผลการดำเนินงาน จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานตามวิธีการวัดและประเมินผลการทำงาน จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานตามรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงาน จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานตามเป้าหมายหรือนโยบายที่กำหนด จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานตามจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ และจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีวิธีการวางแผนการดำเนินงานด้วยวิธีอื่นๆ เช่น เช่น ตามประสบการณ์ของสมาชิกฯ

ตารางที่ 108 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการวางแผน การดำเนินงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการวางแผนการดำเนินงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามเป้าหมายหรือนโยบายที่กำหนด	10	40	9	34.6	1	50
ตามผลการดำเนินงาน	12	48	14	53.8	2	100
ตามรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงาน	10	40	11	42.3	2	100
ตามจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ	14	56	3	11.5	2	100
ตามวิธีการวัดและประเมินผลการทำงาน	8	16	15	57.7	1	50
อื่นๆ เช่น ตามประสบการณ์สมาชิก ฯลฯ	-	-	2	7.7	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 108 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการวางแผนการดำเนินงานตามจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร มีการวางแผนการดำเนินงานตามวิธีการวัดและประเมินผลการทำงาน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีวิธีการวางแผนตามผลการดำเนินงาน ตามรายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงานและตามจำนวนและช่วงเวลาการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ จำนวนวิธีละ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100 เท่ากัน

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน

การจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	18	34
มี	35	66
รวม	53	100

จากตารางที่ 109 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 35 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 66 มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนความรับผิดชอบอย่างชัดเจนและจำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 34 ไม่มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดแบ่งและมอบหมายงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

การจัดแบ่งและมอบหมายงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	6	24	10	38.5	2	100
มี	19	76	16	61.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 110 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร และกลุ่มสินค้าอาหาร มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน จำนวน 19 ชุมชนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 76 และ 61.5 (เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ไม่มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชน

ตารางที่ 111 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามฝ่ายงานหรือ
กลุ่มกิจกรรม

ฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายการเงิน	32	91.4
ฝ่ายการผลิต	34	97.1
ฝ่ายบัญชี	32	91.4
ฝ่ายจัดซื้อ	31	88.6
ฝ่ายบุคคล	11	31.4
ฝ่ายการตลาด	21	60
ฝ่ายอื่นๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ ฯ	4	11.4

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 35 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 111 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 97.1 มีฝ่ายงานการผลิต จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 96.4 มีฝ่ายงานการเงินและฝ่ายงานบัญชีทำกัน จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88.6 มีฝ่ายงานจัดซื้อ จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 มีฝ่ายงานการตลาดจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีฝ่ายงานบุคคลและจำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.4 มีฝ่ายงานอื่นๆ เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายออกแบบ เป็นต้น

ตารางที่ 112 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามฝ่ายงานหรือ
กลุ่มกิจกรรมของแต่ละกลุ่มสินค้า

ฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายการเงิน	16	64	15	57.7	1	50
ฝ่ายการผลิต	16	64	17	65.4	1	50
ฝ่ายบัญชี	17	68	14	53.8	1	50
ฝ่ายจัดซื้อ	17	68	13	50	1	50
ฝ่ายบุคคล	9	36	1	3.8	1	50
ฝ่ายการตลาด	12	48	9	34.6	-	-
ฝ่ายอื่นๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ ฯ	2	8	1	3.8	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 112 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่
อาหาร มีฝ่ายงานบัญชีและฝ่ายจัดซื้อ จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 68 เท่ากัน กลุ่มที่ดำเนินการ
ผลิตสินค้าอาหาร มีฝ่ายงานการผลิตมากที่สุด จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และกลุ่มที่ผลิต
สินค้าทั้ง 2 ชนิด มีฝ่ายงานการเงิน การผลิต การบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคลและฝ่ายอื่นๆ เช่น
ประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับ
การบังคับบัญชา

ระดับการบังคับบัญชา	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้างานหรือประธานชุมชน	34	64.1
คณะกรรมการ	17	32.1
หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน	16	30.2
สมาชิกหรือพนักงาน	17	32.1
อื่นๆ เช่น มีระดับเดียว ไม่มีหัวหน้าฯ	3	5.6

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 113 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.1 มีหัวหน้างานหรือประธานชุมชน จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.1 มีคณะกรรมการและสมาชิกหรือพนักงาน จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีหัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างานและจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.6 มีระดับการบังคับบัญชาอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 114 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการบังคับ
บัญชาของแต่ละกลุ่มสินค้า

ระดับการบังคับบัญชา	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้างานหรือประธานชุมชน	17	68	17	65.4	-	-
คณะกรรมการ	14	56	2	7.7	1	50
หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน	8	32	7	26.9	1	50
สมาชิกหรือพนักงาน	10	40	7	26.9	-	-
อื่นๆ เช่น มีระดับเดียว ไม่มีหัวหน้าฯ	-	-	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 114 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมีหัวหน้าหรือประธานจำนวนมากที่สุด 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 68 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารมีหัวหน้าหรือประธานจำนวนมากที่สุด 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 65.4 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดมีคณะกรรมการและหัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 115 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการพิจารณาค่าตอบแทนสมาชิก

วิธีการพิจารณาค่าตอบแทน	จำนวน	ร้อยละ
พิจารณาตามผลงานหรือระเบียบอัตราเดียว	26	49.1
พิจารณาตามคุณภาพหรือความยากง่ายของงาน	12	22.6
อื่นๆ เช่น เวลาในการทำงาน ฯ	15	28.3
รวม	53	100

จากตารางที่ 115 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีวิธีการพิจารณาค่าตอบแทนตามผลงานหรือระเบียบอัตราเดียว และจำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีวิธีการพิจารณาค่าตอบแทนตามคุณภาพหรือความยากง่ายของงานและจำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีวิธีการพิจารณาค่าตอบแทนด้วยวิธีอื่นๆ เช่น เวลาในการทำงาน ฯ

ตารางที่ 116 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการพิจารณา
คำตอบแทนสมาชิกของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการพิจารณาคำตอบแทน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พิจารณาตามผลงานหรือ ระเบียบอัตราเดียว	12	48	13	50	1	50
พิจารณาตามคุณภาพหรือความ ยากง่ายของงาน	5	20	7	26.9	-	-
อื่นๆ เช่น เวลาในการทำงาน ฯ	8	32	6	23.1	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 116 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร จำนวนมากที่สุด 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 48 มีวิธีการพิจารณาคำตอบแทนตามผลงานหรือระเบียบอัตราเดียว และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวิธีการพิจารณาคำตอบแทนตามผลงานหรือระเบียบอัตราเดียว และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวิธีการพิจารณาคำตอบแทนผลงานหรือระเบียบอัตราเดียวและวิธีอื่นๆ เช่น เวลาในการทำงาน ฯ

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามชนิดของการจ่าย
ค่าตอบแทน

ชนิดการจ่ายค่าตอบแทน	จำนวน	ร้อยละ
รายชั่วโมง	4	7.5
รายวัน	23	43.4
รายเดือน	11	20.7
รายหน่วย	15	28.3
อื่นๆ เช่น รายสัปดาห์ ราย 2 สัปดาห์ ฯลฯ	7	13.2
รวม	53	100

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 117 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวัน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายหน่วย จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน และจำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายชั่วโมงและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 มีการจ่ายค่าตอบแทนชนิดอื่นๆ

ตารางที่ 118 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดการจ่าย
ค่าตอบแทนของแต่ละกลุ่มสินค้า

ชนิดการจ่ายค่าตอบแทน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายชั่วโมง	2	8	2	7.7	-	-
รายวัน	7	28	15	57.7	1	50
รายเดือน	7	28	2	7.7	2	100
รายหน่วย	8	32	7	26.9	-	-
อื่นๆ เช่น รายสัปดาห์ ราย 2 สัปดาห์ ฯลฯ	5	20	2	7.7	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 118 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร
การจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายหน่วย จำนวนมากที่สุด 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32 กลุ่มผู้ผลิตสินค้า
อาหารส่วนใหญ่ การจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวัน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มผู้
ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ทำการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนจำนวนมากที่สุด 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ
100

ตารางที่ 119 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการให้-
ค่าตอบแทนพิเศษ

ค่าตอบแทนพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีค่าตอบแทนพิเศษ	33	62.3
มีค่าตอบแทนพิเศษ	20	37.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 119 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการจำนวน 33 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 62.3 ไม่มีค่าตอบแทนพิเศษและจำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีค่าตอบแทนพิเศษให้แก่พนักงานหรือสมาชิก

ตารางที่ 120 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษของแต่ละกลุ่มสินค้า

ค่าตอบแทนพิเศษ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีค่าตอบแทนพิเศษ	16	64	16	61.5	1	50
มีค่าตอบแทนพิเศษ	9	36	10	38.5	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 120 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร ไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนพิเศษ จำนวนกลุ่มละ 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64 และ 61.5 (เรียงตามลำดับกลุ่ม) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหารจำนวนกลุ่มละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 121 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของการจ่าย
ผลตอบแทนพิเศษ

ชนิดของการจ่ายผลตอบแทนพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารกลางวัน	6	37.4
ชุดทำงาน เสื้อคลุม ฯลฯ	5	31.3
อื่นๆ เช่น มีบริการรถรับ-ส่ง ฯ	5	31.3

หมายเหตุ จากแบบสอบถามจำนวน 20 ราย มีผู้ไม่ตอบจำนวน 4 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 121 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.4 มีการให้ค่าตอบแทนพิเศษ จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 31.3 มีการให้ค่าตอบแทนพิเศษเป็นชุดทำงาน เสื้อคลุมและอื่นๆ เช่น มีบริการรถรับ-ส่ง ฯ

ตารางที่ 122 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามของชนิดของ
การจ่ายผลตอบแทนพิเศษของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ชนิดของการจ่ายผลตอบแทน พิเศษ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารกลางวัน	3	42.9	3	37.5	-	-
ชุดทำงาน เสื้อคลุม ฯลฯ	1	14.2	3	37.5	1	100
อื่นๆ เช่น มีรถรับ-ส่ง ฯ	3	42.9	2	25	-	-
รวม	7	100	8	100	1	100

จากตารางที่ 122 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นอาหารกลางวันและอื่นๆ เช่นรถรับ-ส่ง ฯ จำนวนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 42.9 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นอาหารกลางวันและชุดทำงาน เช่น รถรับ-ส่ง ฯ จำนวนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดมีการให้ค่าตอบแทนเป็นชุดทำงานทั้งหมด

ตารางที่ 123 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการทำการควบคุม และติดตามการทำงานของสมาชิก

การควบคุมและติดตามการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการควบคุมและติดตาม	13	24.5
มีการควบคุมและติดตาม	40	75.5
รวม	53	100

จากตารางที่ 123 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 40 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ไม่มีการควบคุมและติดตามการทำงานด้านต่างๆ ของสมาชิกและจำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีการควบคุมและติดตามการทำงานด้านต่างๆ ของสมาชิก

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและติดตามการทำงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

การควบคุมและติดตามการทำงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการควบคุมและติดตาม	6	24	7	26.9	-	-
มีการควบคุมและติดตาม	19	76	19	73.1	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 124 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีการควบคุมและติดตามการทำงานมากกว่าไม่มีการควบคุมและติดตามการทำงาน จำนวนกลุ่มละ 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 76 และ 73.1(เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการควบคุมและติดตามการทำงานทั้งหมด 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 125 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ใน
การควบคุมการทำงานของสมาชิก

เครื่องมือควบคุมการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณงาน	19	35.8
คุณภาพสินค้า	34	64.1
เวลา	21	39.6
ค่าใช้จ่าย	19	35.8
วิธีการปฏิบัติงาน	21	39.6
อื่นๆ	-	-
รวม	53	100

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 40 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 125 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.1 ใช้คุณภาพสินค้าเป็นเครื่องมือในการควบคุมการทำงาน จำนวนอย่างละ 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ใช้เวลาและวิธีการปฏิบัติงานเป็นเครื่องมือในการควบคุมการทำงาน จำนวนอย่างละ 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ใช้ปริมาณงานและค่าใช้จ่ายเป็นเครื่องมือในการควบคุมการทำงาน

ตารางที่ 126 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามเครื่องมือควบคุมการทำงานของแต่ละกลุ่มสินค้า

เครื่องมือควบคุมการทำงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณงาน	10	40	8	30.7	1	50
คุณภาพสินค้า	21	84	12	46.1	1	50
เวลา	12	48	8	30.7	1	50
ค่าใช้จ่าย	7	28	11	42.3	-	-
วิธีการปฏิบัติงาน	8	32	11	42.3	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 126 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ใช้คุณภาพสินค้าเป็นเครื่องมือในการควบคุม จำนวนมากที่สุด 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ใช้คุณภาพสินค้าเป็นเครื่องมือในการควบคุม จำนวนมากที่สุด 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.1 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการใช้วิธีการปฏิบัติงาน เป็นเครื่องมือควบคุมการทำงาน ของสมาชิก จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการทำกา
ประเมินผลสมาชิกในชุมชน

การประเมินผลการทำงานของสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำการประเมินผลการทำงานของสมาชิก	23	43.4
ทำการประเมินผลการทำงานของสมาชิก	30	56.6
รวม	53	100

จากตารางที่ 127 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4
ไม่ทำการประเมินผลการทำงานของสมาชิกและจำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีการทำ
การประเมินผลการทำงานของสมาชิก

ตารางที่ 128 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการประเมินผล
การทำงานของสมาชิกในชุมชน

การประเมินผลการทำงาน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำการประเมินผลการทำงาน	10	40	12	46.2	1	50
ทำการประเมินผลการทำงาน	15	60	14	53.8	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 128 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร
ส่วนใหญ่ทำการประเมินผลการทำงาน จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร
ส่วนใหญ่ทำการประเมินผลการทำงาน จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2
กลุ่ม ไม่ทำการประเมินผลการทำงานและทำการประเมินผลการทำงาน ในสัดส่วนเท่าๆ กัน คิด
เป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามรายละเอียดที่ใช้
ในการประเมินผลสมาชิก

รายละเอียดการประเมินผล	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ ความสามารถผลิตงาน	29	54.7
ความสามารถนอกเหนือจากงานที่ได้รับมอบหมาย	16	30.2
ความขยันและรับผิดชอบ	18	33.9
การให้ความร่วมมือกับผู้อื่น	30	100
ความคิดริเริ่ม	27	50.9
ปริมาณและคุณภาพงานที่ทำ	27	50.9
ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	18	33.9
ผลประโยชน์ที่สมาชิกทำให้แก่ชุมชน	18	33.9

หมายเหตุ จากผู้ตอบ 30 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 129 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100 ใช้
การพิจารณาการให้ความร่วมมือกับผู้อื่นมาทำการประเมินผลการทำงานของสมาชิกจำนวน 29 ชุม
ชน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ใช้ข้อพิจารณาในด้านความรู้ ความสามารถผลิตงานมาใช้ในการดำเนินงาน
ทางธุรกิจ จำนวน 27 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 90 ใช้ข้อพิจารณาผลิตความคิดริเริ่มและปริมาณ คุณ
ภาพของงานที่ทำเท่ากัน จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 ใช้ข้อพิจารณาผลิต ความขยันและ
ความรับผิดชอบต่อ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและผลประโยชน์ที่สมาชิกทำให้แก่ชุมชน
เท่ากันและ จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ใช้การพิจารณาความสามารถนอกเหนือจากงาน
ที่ได้รับมอบหมายเป็นรายละเอียดในการประเมิน ตามลำดับ

ตารางที่ 130 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามรายละเอียด
การประเมินผลของแต่ละกลุ่มสินค้า

รายละเอียดการประเมินผล	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ ความสามารถผลิตงาน	12	48	16	61.5	1	50
ความสามารถนอกเหนือจาก งานที่ได้รับมอบหมาย	11	44	5	19.2	-	-
ความขยันและรับผิดชอบ	8	32	10	38.5	-	-
การให้ความร่วมมือกับผู้อื่น	14	56	16	61.5	1	50
ความคิดริเริ่ม	14	56	12	46.1	1	50
ปริมาณและคุณภาพงานที่ทำ	16	64	10	38.5	1	50
ความสามารถในการทำงาน ร่วมกับผู้อื่น	13	52	5	19.2	-	-
ผลประโยชน์ที่สมาชิกทำให้แก่ ชุมชน	6	24	12	46.1	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 130 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ใช้รายละเอียดการประเมินเกี่ยวกับปริมาณและคุณภาพงานที่ทำจำนวนมากที่สุด 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร มีรายละเอียดการประเมินเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือกับผู้อื่นจำนวนมากที่สุด 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 กลุ่ม ใช้รายละเอียดการประเมินเกี่ยวกับความรู้ ความสามารถผลิตงาน การให้ความร่วมมือกับผู้อื่น การมีความคิดริเริ่มและปริมาณและคุณภาพงานที่ทำ ในสัดส่วนเท่าๆ กันทั้ง 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 131 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามข้อมูลที่ใช้เป็น
แนวโน้ม การดำเนินงานของธุรกิจ

การรวบรวมข้อมูลแนวโน้มธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	34	64.2
มี	19	35.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 131 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.2
ไม่มีการรวบรวมข้อมูลแนวโน้มธุรกิจ จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีการรวบรวมข้อ
มูลแนวโน้มธุรกิจ

ตารางที่ 132 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามข้อมูลที่ใช้เป็น
แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจของแต่ละกลุ่มสินค้า

การรวบรวม ข้อมูลแนวโน้มธุรกิจ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	14	56	20	76.9	-	-
มี	11	44	6	23.1	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 132 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและ
กลุ่มสินค้าอาหาร ไม่มีการรวบรวมข้อมูลแนวโน้มทางธุรกิจมาใช้ในการดำเนินงาน จำนวน 14
และ 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 และ 76.9 (เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้
ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการรวบรวมข้อมูลแนวโน้ม
ธุรกิจ ทั้งหมดรวม 2 ชุมชน

ตารางที่ 133 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาที่ชุมชนหรือผู้ประกอบ
การประสบในการดำเนินงานทางด้านการจัดการ

ปัญหาหรือ กิจกรรมด้าน การจัดการ	ระดับปัญหา									ค่า เฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวม	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดการวางแผน การทำงาน	8	1.51	17	32.1	16	30.2	41	12	22.6	1.80 ปานกลาง
การแบ่งฝ่ายไม่ชัดเจน	-	-	12	22.6	17	32.1	29	24	45.3	1.41 น้อย
ขาดการประสานงาน ที่ดี	2	3.8	12	22.6	12	22.6	26	27	50.9	1.62 ปานกลาง
การขาดความรัก ความสามัคคีในกลุ่ม สมาชิก	3	5.7	12	22.6	11	20.8	26	27	50.9	1.69 ปานกลาง
ขาดการยอมรับในตัว หัวหน้าหรือประธาน ชุมชน	5	9.4	1	1.9	9	17	15	38	71.7	1.73 ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.00 มีปัญหามาก , ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.50 มีปัญหาปานกลาง ,
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีปัญหาน้อย

จากตารางที่ 133 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ ประสบปัญหาในระดับปานกลาง
เกี่ยวกับปัญหาการขาดการวางแผนการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.80 ประสบปัญหาในระดับปาน
กลาง เกี่ยวกับการขาดการยอมรับในตัวหัวหน้าหรือประธานชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.73 ประสบ
ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรักความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.69
ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดการประสานงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.62 และชุม
ชนประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการแบ่งฝ่ายไม่ชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 134 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของการดำเนินงานด้านการจัดการของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัญหาหรือกิจกรรมด้านการจัดการ	กลุ่มสินค้า		
	กลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร	กลุ่มสินค้าอาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การขาดการวางแผนการทำงาน	1.88 ปานกลาง	1.71 ปานกลาง	1.44 น้อย
การแบ่งฝ่ายงานไม่ชัดเจน	-	1.42 น้อย	1.65 ปานกลาง
ขาดการประสานงานที่ดี	1.00 น้อย	1.67 ปานกลาง	1.67 ปานกลาง
การขาดความรัก ความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก	1.33 น้อย	1.83 ปานกลาง	1.55 ปานกลาง
ขาดการยอมรับในตัวหัวหน้าหรือประธานชุมชน	1.40 น้อย	3.00 มาก	1.67 ปานกลาง

จากตารางที่ 134 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ประสบปัญหาในการดำเนินงานทางด้านการจัดการ ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดการวางแผนการทำงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.88 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดการยอมรับในตัวหัวหน้าหรือประธานชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.40 ประสบปัญหาในระดับน้อยเกี่ยวกับปัญหาการขาดความรัก ความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.33 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดการประสานงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.00 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร ประสบปัญหาในระดับมาก เกี่ยวกับการปัญหาการขาดการยอมรับในตัวหัวหน้าหรือประธานชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.00 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรัก ความสามัคคีในหมู่สมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.83 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดการวางแผนการทำงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.71 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาด

การประสานงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับปัญหาการแบ่งฝ่าย
งานไม่ชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.42 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ประสบ
ปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดการประสานงานที่ดีและการขาดการยอมรับในตัว
หัวหน้าหรือประธานชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 เท่ากัน ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับ
ปัญหาการแบ่งฝ่ายงานไม่ชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.65 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับ
ปัญหาการขาดความรัก ความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.55 และประสบปัญหาใน
ระดับน้อย เกี่ยวกับปัญหาการขาดการวางแผนการทำงานที่ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.44 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการดำเนินงานด้านบุคลากรของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 135 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามความพอใจเพียงของ
จำนวนสมาชิกต่อการดำเนินงาน

จำนวนสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	42	79.3
ไม่เพียงพอ	11	20.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 135 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 42 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 79.3 มี
จำนวนสมาชิกในชุมชนเพียงพอ และจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 มีสมาชิกไม่เพียงพอ

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนสมาชิก
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

จำนวนสมาชิก	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	22	88	18	69.2	2	100
ไม่เพียงพอ	3	12	8	30.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 136 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่มีสมาชิกเพียงพอ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ มีสมาชิกเพียงพอ จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชนมีสมาชิกเพียงพอ

ตารางที่ 137 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามนโยบายในการ
รับสมาชิกของชุมชน

นโยบายการรับสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
รับตลอดเวลา	31	58.5
รับเมื่อมีงาน	17	32.1
อื่นๆ เช่น มีสมาชิกลาออกจากกลุ่มหรือผู้มีความสามารถ	5	9.4
รวม	53	100

จากตารางที่ 137 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 31 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีนโยบายการเปิดรับสมัครสมาชิกตลอดเวลา จำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.1 มีนโยบายการเปิดรับสมาชิกเมื่อมีงานและจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีนโยบายการเปิดรับสมัครสมาชิกด้วยเหตุผลอื่นๆ เช่น มีสมาชิกลาออกจากกลุ่ม เจอผู้มีความสามารถ ฯลฯ

ตารางที่ 138 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามนโยบายการ
รับสมาชิกของแต่ละกลุ่มสินค้า

นโยบายการรับสมาชิก	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับตลอดเวลา	14	56	17	65.4	-	-
รับเมื่อมีงาน	9	36	6	23.1	2	100
อื่นๆ เช่น มีสมาชิกลาออกจากกลุ่มหรือพบผู้มีความสามารถ	2	8	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 138 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีนโยบายการรับสมาชิกตลอดเวลา จำนวน 14 และ 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 และ 65.4 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชนมีนโยบายการรับสมาชิกเมื่อมีงาน

ตารางที่ 139 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการกำหนด
คุณสมบัติสมาชิกใหม่

คุณสมบัติสมาชิกใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติ	27	50.9
มีการกำหนดคุณสมบัติ	26	49.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 139 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 27 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50.9 ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่และจำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่

ตารางที่ 140 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการกำหนด
คุณสมบัติสมาชิกใหม่ของแต่ละกลุ่มสินค้า

คุณสมบัติสมาชิกใหม่	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติ	11	44	15	57.7	1	50
มีการกำหนดคุณสมบัติ	14	56	11	42.3	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 140 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิก จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอาหาร ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติสมาชิก จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคุณสมบัติสมาชิกทั้ง 2 วิธี จำนวนเท่าๆ กัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 141 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามคุณสมบัติ สมาชิกใหม่ของชุมชน

คุณสมบัติ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	14	53.8
การศึกษา	10	38.5
ความสามารถ/ประสบการณ์	18	69.2
ฐานะการเงิน	3	11.5
อายุ	12	46.2
บุคลิกภาพ	4	15.4
ภูมิฐานะ	10	38.5
อื่นๆ เช่น มีพาหนะเดินทาง มีผู้รับรอง ฯลฯ	11	42.3

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 26 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 141 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 69.2 มีการระบุความสามารถและประสบการณ์เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 53.8 มีการระบุเพศเป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีการระบุภูมิฐานะเป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 มีการระบุอายุเป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38.5 มีการระบุการศึกษา จำนวน 4 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีการระบุบุคลิกภาพ เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่ จำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีการระบุฐานะการเงินเป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่และจำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.3 มีการระบุคุณสมบัติอื่นๆ เช่น มีพาหนะเดินทาง มีผู้รับรอง ฯลฯ เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่

ตารางที่ 142 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามคุณสมบัติสมาชิกใหม่ของแต่ละกลุ่มสินค้า

คุณสมบัติสมาชิกใหม่	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	8	32	6	23.1	-	-
การศึกษา	6	24	4	15.4	-	-
ความสามารถ/ประสบการณ์	9	36	7	26.9	2	100
ฐานะการเงิน	-	-	3	11.5	-	-
อายุ	3	12	8	30.7	-	-
บุคลิกภาพ	2	8	1	3.8	-	-
ภูมิฐานะ	6	24	3	11.5	1	50
อื่นๆ เช่น มีพาหนะเดินทาง มีผู้รับรอง ฯลฯ	2	8	9	34.6	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 142 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหารและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ทำการพิจารณาความสามารถและประสบการณ์เป็นคุณสมบัติของสมาชิกใหม่เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 9 7 และ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 36 26.9 และ 100 (เรียงตามลำดับกลุ่ม)

ตารางที่ 143 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัยในการจูงใจสมาชิก

ปัจจัยในการจูงใจสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มเปอร์เซ็นต์ขาย	23	43.4
เพิ่มค่าล่วงเวลา	19	35.8
ฝึกอบรมมากยิ่งขึ้น	30	56.6
อื่นๆ เช่น มีเพลงหรือเสียงตามสาย สถานที่สะอาดและสวยงาม ฯลฯ	7	13.2

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 143 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ทำการจูงใจสมาชิกให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยการฝึกอบรมสมาชิกมากยิ่งขึ้น จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ทำการจูงใจสมาชิกให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยการเพิ่มเปอร์เซ็นต์ขาย จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ทำการจูงใจสมาชิกให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยการเพิ่มค่าล่วงเวลาและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ทำการจูงใจสมาชิกให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยวิธีอื่นๆ เช่น มีเพลงหรือเสียงตามสาย สถานที่สะอาดและสวยงาม ฯลฯ

ตารางที่ 144 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัยในการงูใจสมาชิกของแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัจจัยในการงูใจสมาชิก	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มเปอร์เซ็นต์ขาย	13	52	8	30.7	2	100
เพิ่มค่าล่วงเวลา	10	40	9	34.6	-	-
ฝึกอบรมมากยิ่งขึ้น	16	64	13	50	1	50
อื่นๆ	3	12	4	15.4	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 144 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร ใช้ปัจจัยงูใจสมาชิกด้วยการอบรมให้ความรู้และทักษะการปฏิบัติ - งาน จำนวน 16 และ 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64 และ 50 (เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ใช้ปัจจัยงูใจสมาชิกด้วยการเพิ่มเปอร์เซ็นต์ในการขายสินค้าให้แก่สมาชิก จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 145 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในการดำเนินงานทางด้านบุคลากร
ของชุมชนหรือผู้ประกอบการ

ปัญหาหรือ กิจกรรมด้าน บุคลากร	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวม	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดความรู้ ความสามารถ ของบุคลากร	5	9.4	17	32.1	10	18.8	32	21	39.6	1.84 ปานกลาง
ความขัดแย้ง ระหว่างสมาชิก	3	5.7	4	7.5	20	37.7	27	26	49.1	1.37 น้อย
ความขัดแย้ง ระหว่างสมาชิก กับหัวหน้า ชุมชน	-	-	5	9.4	19	35.8	24	29	54.7	1.21 น้อย

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.00 มีปัญหาในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 มีปัญหาในระดับปานกลาง,
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีปัญหาในระดับน้อย

จากตารางที่ 145 พบว่าชุมชนหรือสถานประกอบการ ประสบปัญหาด้านบุคลากรใน
ระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถของบุคลากร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.84 ชุมชน
ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.37 และประสบ
ปัญหาระดับน้อย เกี่ยวกับปัญหาความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.21
ตามลำดับ

ตารางที่ 146 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของการดำเนินงานด้านบุคลากรของผู้ผลิตแต่ละ
กลุ่มสินค้า

ปัญหาหรือ กิจกรรมทางด้านบุคลากร	กลุ่มสินค้า		
	กลุ่มสินค้า ที่ไม่ใช่อาหาร	กลุ่มสินค้า อาหาร	ทั้ง 2-กลุ่ม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การขาดความรู้ ความสามารถของบุคลากร	1.40 น้อย	1.53 ปานกลาง	1.60 ปานกลาง
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิก	2.00 ปานกลาง	1.58 ปานกลาง	1.35 น้อย
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้า ชุมชน	1.60 ปานกลาง	1.58 ปานกลาง	1.58 ปานกลาง

จากตารางที่ 146 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.00 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.60 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถของบุคลากร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.40 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างสมาชิกและปัญหาความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.58 เท่ากัน ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดความรู้ ความสามารถของบุคลากร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.53 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 กลุ่ม ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาการขาดความรู้ ความสามารถของบุคลากร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.60 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.58 และประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างสมาชิก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดลำปาง

ตารางที่ 147 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามแหล่งที่มาของ
เงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชนหรือเจ้าของ	13	24.5
สมาชิก	19	35.8
สถาบันการเงิน	15	28.3
หน่วยงานรัฐบาล	26	49
อื่นๆ เช่น แหล่งเงินทุนอิสระฯ	3	5.6

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 147 พบว่าแหล่งที่มาของเงินทุนของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49 มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากหน่วยงานของรัฐบาล จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากสมาชิก จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากสถาบันการเงิน(ทั้งรัฐและเอกชน) จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากหัวหน้าหรือเจ้าของชุมชนและจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.6 มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากแหล่งอื่นๆ เช่น ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกที่ให้เงินทุนในการผลิตสินค้า เครื่องมือฯ ฯลฯ

ตารางที่ 148 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินทุนของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

แหล่งที่มาของเงินทุน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชนหรือเจ้าของ	7	28	5	19.2	1	50
สมาชิก	4	16	13	50	2	100
สถาบันการเงิน	10	40	4	15.4	1	50
หน่วยงานรัฐบาล	12	48	12	46.1	2	100
อื่นๆ เช่น แหล่งเงินทุนอิสระฯ	1	4	2	7.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 148 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการ ที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากหน่วยงานรัฐบาล จำนวนมากที่สุด 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 48 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร ได้เงินทุนมาจากสมาชิก จำนวน 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ได้เงินทุนมาจากสมาชิกและหน่วยงานรัฐบาล แห่งละ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100 เท่ากัน

ตารางที่ 149 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการระดม
เงินทุนจากสมาชิก

วิธีการระดมเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
ขายหุ้นให้สมาชิก	3	5.7
การเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก	50	94.3
รวม	53	100

จากตารางที่ 149 พบว่าวิธีการระดมเงินทุนจากสมาชิกของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 50 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 94.3 มีวิธีการระดมเงินทุนจากสมาชิกด้วยการให้สมาชิกเข้าร่วมลงทุนในกิจการของชุมชนและจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีวิธีการระดมเงินทุนจากสมาชิกด้วยวิธีการขายหุ้นให้สมาชิก

ตารางที่ 150 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการระดม
เงินทุนของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการระดมเงินทุน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายหุ้นให้สมาชิก	2	8	1	3.8	-	-
การเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก	23	92	25	96.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 150 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่มีวิธีการระดมเงินทุนจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 92 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่มีวิธีการระดมเงินทุนจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก จำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 2 ชุมชน ทำการระดมเงินทุนจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก ทั้งหมด

ตารางที่ 151 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ในการจัดหาเงินทุน

ปัจจัยที่ใช้ในการจัดหาเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ย	11	20.7
วงเงินกู้ยืม	9	16.9
หลักประกันการกู้	1	1.8
ค่าใช้จ่ายในการกู้	7	13.2
ระยะเวลาในการชำระหนี้	8	15.1
อื่นๆ เช่น จำนวนเงินงวดที่ผ่อนชำระ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ฯลฯ	17	32.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 151 พบว่าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ทำการจัดหาเงินทุนโดยการพิจารณาอัตราดอกเบี้ย จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 16.9 ทำการจัดหาเงินทุนโดยการพิจารณาวงเงินกู้ยืม จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ทำการจัดหาเงินทุนโดยการพิจารณาค่าใช้จ่ายในการกู้ยืมเงินทุน จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ทำการจัดหาเงินทุนโดยการพิจารณาหลักประกันการกู้และจำนวน 17 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ทำการจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่นๆ เช่น จำนวนเงินงวดที่ผ่อนชำระ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ฯลฯ

ตารางที่ 152 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ในการ
จัดหาเงินทุนของแต่ละกลุ่มสินค้า

ปัจจัยที่ใช้ในการจัดหาเงินทุน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ย	6	24	5	19.2	-	-
วงเงินกู้ยืม	3	12	5	19.2	1	50
หลักประกันการกู้	1	4	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการกู้	1	4	5	19.2	1	50
ระยะเวลาในการชำระหนี้	2	8	6	23.1	-	-
อื่นๆ เช่น จำนวนเงินงวดที่ ผ่อนชำระ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ฯลฯ	9	36	8	30.7		
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 152 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่
อาหาร มีการพิจารณาใช้ปัจจัยอัตราดอกเบี้ยในการจัดหาเงินทุน จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 24
กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่เป็นอาหาร มีการพิจารณาปัจจัยด้านระยะ
เวลาในการชำระหนี้ในการจัดหาเงินทุน จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และกลุ่มชุมชน
หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการพิจารณาใช้ปัจจัยด้าน
วงเงินกู้ยืมและค่าใช้จ่ายในการกู้ยืม ทั้ง 2 ชุมชน จำนวนปัจจัยละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่า
กัน

ตารางที่ 153 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามการวางแผน
การจ่ายเงินล่วงหน้า

การวางแผนการใช้จ่ายเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	32	60.4
มีการวางแผน	21	39.6
รวม	53	100

จากตารางที่ 153 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 32 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60.4 ไม่มีการวางแผนการจ่ายเงินล่วงหน้า และจำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 39.6 มีการวางแผนการจ่ายเงินล่วงหน้า

ตารางที่ 154 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามการวางแผนการ
ใช้เงิน ของแต่ละกลุ่มสินค้า

การวางแผนการใช้จ่ายเงิน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	11	44	21	80.8	-	-
มีการวางแผน	14	56	5	19.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 154 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินก่อนล่วงหน้า จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่เป็นอาหาร ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินก่อนล่วงหน้า จำนวน 21 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 80.8 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินก่อนล่วงหน้า จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 155 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามรายการจ่ายเงิน
ของชุมชน

ชนิดของค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
การผลิต	45	84.9
การบริหารจัดการ	27	50.9
ค่าใช้จ่ายการประมาณการเงินสดหมุนเวียน	24	45.3
การขาย	22	41.5
การจ่ายค่าแรง	34	64.1
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์	8	15.1
รวม	53	100

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 53 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 155 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 45 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.9 มีค่าใช้จ่ายการผลิต จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.1 มีการจ่ายค่าแรง จำนวน 27 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50.9 มีค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการ จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีค่าใช้จ่ายหมุนเวียน จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

ตารางที่ 156 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของ
ค่าใช้จ่ายของแต่ละกลุ่มสินค้า

ชนิดของค่าใช้จ่าย	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การผลิต	23	92	20	76.9	2	100
การบริหารจัดการ	13	52	12	46.1	2	100
ค่าใช้จ่ายการประมาณการเงิน สดหมุนเวียน	10	40	13	50	1	50
การขาย	15	60	5	19.2	2	100
การจ่ายค่าแรง	21	84	11	42.3	2	100
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์	5	20	3	11.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 156 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่
อาหาร มีการทำแผนการผลิตมากที่สุด จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 92 กลุ่มชุมชนหรือผู้
ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีการทำแผนการ
ผลิต กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดมีการทำแผนการผลิต แผนการจัดการ แผนการขายและการจ่ายค่า
แรง จำนวนอย่างละ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 100 เท่ากัน

ตารางที่ 157 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามผู้จัดทำบัญชี
ของชุมชน

ผู้จัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชน	6	11.3
เจ้าของกิจการ	8	15.1
สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงิน	30	56.6
สำนักงานบัญชี	-	-
อื่นๆ เช่น นักศึกษาจากสถานศึกษาต่างๆ สมาชิกหรือทุกคนในชุมชนเป็นผู้จัดทำบัญชี บุตรหลาน ฯลฯ	9	17
รวม	53	100

จากตารางที่ 157 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ให้สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้จัดทำบัญชี จำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 เจ้าของกิจการเป็นผู้จัดทำบัญชี จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ให้หัวหน้าชุมชนเป็นผู้จัดทำบัญชี และจำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17 ให้บุคคลอื่นๆ เช่น นักศึกษาจากสถานศึกษาต่างๆ สมาชิกหรือทุกคนในชุมชนเป็นผู้จัดทำบัญชี ฯลฯ

ตารางที่ 158 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามผู้จัดทำบัญชีของผู้ผลิตแต่ละกลุ่มสินค้า

ผู้ทำหน้าที่จัดทำบัญชี	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชน	3	12	3	11.5	-	-
เจ้าของกิจการ	5	20	3	11.5	-	-
สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงิน	16	64	13	50	1	50
สำนักงานบัญชี	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น เยาวชนหรือกลุ่มองค์กรทางการศึกษา ฯลฯ	1	4	7	27	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 158 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร มีการมอบหมายให้สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้ทำหน้าที่จัดทำบัญชี จำนวน 16 และ 13 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64 และ 50 (เรียงลำดับตามกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการมอบหมายให้สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงินกับบุคคลอื่นๆ เช่น เยาวชนหรือกลุ่มองค์กรทางการศึกษา ฯลฯ จำนวนกลุ่มละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 159 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของ
งบบุการเงินที่จัดทำ

ชนิดของงบบุการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
งบกำไรขาดทุน	30	56.6
งบดุล	-	-
งบกำไรสะสม	11	20.8
งบกระแสเงินสด	6	11.3
รายงานอื่นๆ เช่น สมุดรายวันทั่วไป บันทึกการรับจ่ายเงินที่ไม่เป็นรูปแบบรายงานทางบัญชี	6	11.3
รวม	53	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 159 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีการจัดทำงบกำไรขาดทุน จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีการจัดทำงบกำไรสะสม จำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีการจัดทำงบกระแสเงินสดและจำนวน 6 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีการจัดทำงบหรือรายงานอื่นๆ เช่น สมุดรายวันทั่วไป บันทึกการรับจ่ายเงินที่ไม่เป็นรูปแบบรายงานทางบัญชี เป็นต้น

ตารางที่ 160 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามชนิดของ
งบการเงินของแต่ละกลุ่มสินค้า

ชนิดของงบการเงิน	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งบกำไรขาดทุน	11	44	17	65.4	2	100
งบดุล	-	-	-	-	-	-
งบกำไรสะสม	6	24	5	19.2	-	-
งบกระแสเงินสด	4	16	2	7.7	-	-
รายงานอื่นๆ เช่น สมุดรายวัน ทั่วไป บันทึกการจับจ่ายเงินที่ ไม่เป็นรูปแบบรายงานทาง บัญชี ฯลฯ	4	16	2	7.7	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 160 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่
อาหาร มีการจัดทำงบกำไรขาดทุนมากที่สุด จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 กลุ่มชุมชนหรือผู้
ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่ มีการจัดทำงบกำไรขาดทุน จำนวน 17 ชุมชน
คิดเป็นร้อยละ 65.4 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด มีการจัดทำ
งบกำไรขาดทุน ทั้งหมด จำนวน 2 ชุมชน

ตารางที่ 161 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิ

วิธีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินสด	47	88.6
จ่ายเช็ค	3	5.7
จ่ายทั้งเงินสดและเช็ค	1	1.9
อื่นๆ เช่น จ่ายเป็นสินค้าเพื่อแลกเปลี่ยนกับวัสดุคิ เป็นต้น	2	3.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 161 พบว่าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 47 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88.6 มีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยเงินสด จำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยเช็ค จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิทั้งเงินสดและเช็คและจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยวิธีอื่นๆ เช่น จ่ายเป็นสินค้าเพื่อแลกเปลี่ยนกับวัสดุคิ เป็นต้น

ตารางที่ 162 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจ่ายชำระค่าวัสดุคิ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินสด	23	92	22	84.7	2	100
จ่ายเช็ค	1	4	2	7.7	-	-
จ่ายทั้งเงินสดและเช็ค	-	-	1	3.8	-	-
อื่นๆ	1	4	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 162 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่จ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยเงินสด จำนวน 23 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 92 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่จ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยเงินสด จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.7 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดจ่ายชำระค่าวัสดุคิด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 2 ชุมชน

ตารางที่ 163 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการมีหนี้ค้างชำระ

หนี้ค้างชำระ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีหนี้ค้างชำระ	41	77.4
มีหนี้ค้างชำระ	12	22.6
รวม	53	100

จากตารางที่ 163 พบว่าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 41 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 77.4 ไม่มีหนี้ค้างชำระและจำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีหนี้ค้างชำระ

ตารางที่ 164 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการมีหนี้ค้างชำระของแต่ละกลุ่มสินค้า

หนี้ค้างชำระ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีหนี้ค้างชำระ	20	80	20	76.9	1	50
มีหนี้ค้างชำระ	5	20	6	23.1	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 164 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร ไม่มีหนี้ค้างชำระ จำนวนกลุ่มละ 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 80 และ 76.9 (เรียงตามลำดับกลุ่ม) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร จำนวนกลุ่มละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 165 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทหนี้

ประเภทหนี้	จำนวน	ร้อยละ
ระยะสั้น	22	41.5
ระยะยาว	5	9.4
ทั้ง 2 ประเภท	26	49.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 165 พบว่าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีหนี้ระยะสั้นและระยะยาว จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีหนี้ระยะสั้นและจำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีหนี้ระยะยาว ตามลำดับ

ตารางที่ 166 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทหนี้ของแต่ละกลุ่มสินค้า

ประเภทหนี้	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะสั้น	11	44	9	34.6	2	100
ระยะยาว	4	16	1	3.9	-	-
ทั้ง 2 ประเภท	10	40	16	61.5	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 166 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีหนี้ระยะสั้นจำนวนมากที่สุด 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 44 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหารส่วนใหญ่มีทั้งหนี้ระยะสั้นและระยะยาว จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำนวน 2 ชุมชน มีหนี้ระยะสั้นทั้งหมด

ตารางที่ 167 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามสัดส่วนของ
เงินทุนกับรายได้

สัดส่วนของเงินทุนกับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนมากกว่ารายได้	11	20.8
เงินทุนและรายได้พอๆ กัน	24	45.3
เงินทุนน้อยกว่ารายได้	16	30.2
อื่นๆ เช่น ไม่แน่นอน ประเมินไม่ได้ ฯลฯ	2	3.7
รวม	53	100

จากตารางที่ 167 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีเงินทุนและรายได้พอๆ กัน จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีเงินทุนน้อยกว่ารายได้ จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีเงินทุนมากกว่ารายได้และจำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.7 มีสัดส่วนเงินทุนอื่นๆ เช่น ไม่แน่นอน ประเมินไม่ได้ ฯลฯ

ตารางที่ 168 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามสัดส่วนของ
เงินทุนกับรายได้ของแต่ละกลุ่มสินค้า

สัดส่วนของเงินทุนกับรายได้	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนมากกว่ารายได้	2	8	9	34.6	-	-
เงินทุนและรายได้พอๆ กัน	18	72	4	15.4	2	100
เงินทุนน้อยกว่ารายได้	4	16	12	46.2	-	-
อื่นๆ	1	4	1	3.8	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 168 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 3 กลุ่ม
สินค้า มีสัดส่วนของเงินทุนและรายได้พอๆ กันมีจำนวน 18 4 และ 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ
72 15.4 และ 100 (เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า)

ตารางที่ 169 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจ่ายเงิน
ของลูกค้า

วิธีการจ่ายเงินของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ชำระทันที	34	64.2
ให้เครดิตหรือระยะเวลาการชำระ	-	-
จ่ายเป็นงวดๆ	11	20.7
อื่นๆ เช่น ตามความต้องการของลูกค้า ฯ	8	15.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 169 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 34 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.2 ให้ลูกค้าจ่ายชำระค่าสินค้าทันที จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ให้ลูกค้าจ่ายชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆ และจำนวน 3 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ให้ลูกค้าจ่ายชำระค่าสินค้าด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ตามความต้องการของลูกค้า ฯ

ตารางที่ 170 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจ่ายเงิน
ของลูกค้าของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจ่ายเงินของลูกค้า	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระทันที	18	72	15	57.7	1	50
ให้เครดิตหรือระยะเวลาการชำระ	-	-	-	-	-	-
จ่ายเป็นงวดๆ	7	28	4	15.4	-	-
อื่นๆ เช่น ตามความต้องการของลูกค้า ฯ	-	-	7	26.9	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 170 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่จ่ายชำระค่าสินค้าทันที จำนวน 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 72 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่จ่ายชำระค่าสินค้าทันที จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ทำการจ่ายชำระค่าสินค้าทันทีและจ่ายด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ตามความต้องการของลูกค้า ๑ จำนวนวิธีละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 171 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญ

การแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ดำเนินการใดๆ	12	22.6
เจรจากับลูกหนี้	16	30.2
ยึดเอาทรัพย์สิน	-	-
แจ้งความ	-	-
ยืดเวลาชำระหนี้	5	9.4
ตัดเป็นหนี้สูญ	1	1.9
อื่นๆ เช่น ใช้การแก้ปัญหาหลายๆ วิธีการด้วยกัน ฯลฯ	19	35.8
รวม	53	100

จากตารางที่ 171 พบว่าของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 16 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ทำการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญด้วยการเจรจากับลูกหนี้ จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ไม่ได้ทำการดำเนินการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 5 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ทำการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญด้วยการขยายเวลาในการชำระหนี้ จำนวน 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ทำการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญด้วยการตัดเป็นหนี้สูญและจำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ทำการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญด้วยวิธีอื่นๆ เช่น ใช้การแก้ปัญหาหลายๆ วิธีการด้วยกัน ฯลฯ

ตารางที่ 172 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวนตามการแก้ปัญหา
หนี้สงสัยจะสูญของแต่ละกลุ่มสินค้า

การแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ดำเนินการใดๆ	5	20	7	26.9	-	-
เจรจากับลูกหนี้	7	28	8	30.7	1	50
ยึดเอทรัพย์สิน	4	16	1	3.9	-	-
แจ้งความ	-	-	-	-	-	-
ยึดเวลาชำระหนี้	-	-	-	-	-	-
ตัดเป็นหนี้สูญ	1	4	-	-	-	-
อื่นๆ เช่น ใช้การแก้ปัญหา หลายๆ วิธีการด้วยกัน ฯลฯ	8	32	10	38.5	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 172 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่
อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร จำนวน 7 และ 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28 และ 30.7 ทำการแก้ปัญหา
หนี้สงสัยจะสูญด้วยวิธีการเจรจากับลูก และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้า
ทั้ง 2 ชนิด ทำการแก้ปัญหาหนี้สงสัยจะสูญด้วยการเจรจากับลูกหนี้และวิธีอื่นๆ เช่น ใช้การแก้
ปัญหาหลายๆ วิธีการด้วยกัน ฯลฯ จำนวนวิธีละ 1 ชุมชนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 50 เท่านั้น

ตารางที่ 173 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามหนี้สูญ

หนี้สูญ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีหนี้สูญ	45	84.9
มีหนี้สูญ	8	15.1
รวม	53	100

จากตารางที่ 173 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 45 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.9 ไม่มีหนี้สูญและจำนวน 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 15.1 มีหนี้สูญ

ตารางที่ 174 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามหนี้สูญของแต่ละกลุ่มสินค้า

หนี้สูญ	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีหนี้สูญ	22	88	22	84.6	1	50
มีหนี้สูญ	3	12	4	15.4	1	50
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 174 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 88 กลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญ จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 84.6 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ไม่มีหนี้สูญ จำนวน 1 ชุมชน และมีหนี้สูญ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 175 แสดงจำนวน ร้อยละ ของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินงานต่อเดือนของชุมชนหรือ
ผู้ประกอบการ

รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนค่าใช้จ่าย									
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4		อันดับ 5	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าวัสดุคิบ	42	79.2	6	11.3	1	1.9	2	3.8	2	3.8
ค่าขนส่ง	8	15.1	14	26.4	10	18.8	9	17	12	22.6
ค่าแรง	6	11.3	19	35.8	18	33.9	7	13.2	3	5.7
ค่าการหีบห่อ	1	1.9	6	11.3	13	24.5	24	45.3	9	17
ค่าไฟฟ้าและน้ำ ประปา	7	13.2	12	22.6	8	15.1	7	13.2	19	35.8

หมายเหตุ มีผู้ตอบครบทั้งหมด 53 ชุมชน

จากตารางที่ 175 พบว่าชุมชนหรือสถานประกอบการ มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าวัสดุคิบ เป็นอันดับ 1 จำนวน 42 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 79.2 ค่าแรง เป็นอันดับ 2 และ 3 จำนวน 19 และ 18 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และ 33.9 ค่าหีบห่อ เป็นอันดับ 4 จำนวน 24 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 45.3 และค่าขนส่ง เป็นอันดับ 5 จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6

จากตารางที่ 176 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีรายการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าวัสดุคิด เป็นอันดับ 1 จำนวน 19 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ค่าขนส่งเป็นอันดับ 2 จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17 ค่าแรง เป็นอันดับ 3 จำนวน 10 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ค่าการหีบห่อ เป็นอันดับ 4 จำนวน 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา เป็นอันดับ 5 จำนวน 12 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.6 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร มีรายการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าวัสดุคิด เป็นอันดับ 1 จำนวน 22 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ค่าแรง เป็นอันดับ 2 และ 3 จำนวน 10 และ 8 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ 15.1 ค่าหีบห่อ เป็นอันดับ 4 จำนวน 9 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17 ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา เป็นอันดับ 5 จำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าวัสดุคิดและค่าแรง เป็นอันดับ 1 และ 2 เท่ากัน จำนวนรายการละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา เป็นอันดับ 3 จำนวน 2 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ค่าขนส่งและค่าหีบห่อ เป็นอันดับ 4 และ 5 เท่ากัน จำนวนรายการละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 1.9 เท่ากัน

ตารางที่ 177 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการ
จัดสรรกำไร

วิธีการจัดสรรกำไร	จำนวน	ร้อยละ
จัดสรรให้แก่สมาชิก	26	49.1
จัดสรรเป็นกำไรสะสม	20	37.7
อื่นๆ เช่น จัดสรรไว้สำหรับสาธารณูปโภค ฯลฯ	7	13.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 177 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 26 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิก จำนวน 20 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีการจัดสรรกำไรเป็นกำไรสะสมและจำนวน 7 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.2 มีการจัดสรรกำไรด้วยวิธีอื่นๆ เช่น จัดสรรไว้สำหรับสาธารณูปโภค ฯลฯ

ตารางที่ 178 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีการจัดสรรกำไร
ของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีการจัดสรรกำไร	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดสรรให้แก่สมาชิก	15	60	10	38.5	1	50
จัดสรรเป็นกำไรสะสม	8	32	11	42.3	1	50
อื่นๆ	2	8	5	19.2	-	-
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 178 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร มีการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิก จำนวน 15 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มสินค้าอาหาร มีการจัดสรรกำไรเป็นกำไรสะสม จำนวน 11 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.3 และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกและจัดสรรเป็นกำไรสะสม จำนวนวิธีละ 1 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 179 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์การจัดสรรกำไรสะสม

วัตถุประสงค์การจัดสรรกำไร	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการดำเนินงาน	28	52.8
เพื่อการพัฒนากิจการ	25	47.2
รวม	53	100

จากตารางที่ 179 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำนวน 28 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีการจัดสรรกำไรสะสมเพื่อการดำเนินงานและจำนวน 25 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.2 มีการจัดสรรกำไรสะสมเพื่อการพัฒนา

ตารางที่ 180 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวัตถุประสงค์การจัดสรรกำไรของแต่ละกลุ่มสินค้า

วัตถุประสงค์การจัดสรรกำไร	กลุ่มสินค้า					
	ไม่ใช่อาหาร		อาหาร		ทั้ง 2 กลุ่ม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการดำเนินงาน	14	56	14	53.8	-	-
เพื่อการพัฒนากิจการ	11	44	12	46.2	2	100
รวม	25	100	26	100	2	100

จากตารางที่ 180 พบว่าในกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มสินค้าอาหาร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการจัดสรรกำไรเพื่อการดำเนินงาน จำนวนกลุ่มละ 14 ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 56 และ 53.8(เรียงตามลำดับกลุ่มสินค้า) และกลุ่มชุมชนหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสินค้าทั้งที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร มีวัตถุประสงค์ในการจัดสรรกำไรเพื่อพัฒนามากกว่าที่จะทำการจัดสรรเพื่อการดำเนินงาน จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชน

ตารางที่ 181 แสดงจำนวน ร้อยละ ของความสำคัญของปัญหาการดำเนินงานทางการเงินและ
บัญชีของชุมชนหรือผู้ประกอบการ

ปัญหาหรือ กิจกรรมทางด้าน การเงินและบัญชี	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวม	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดเงินทุน	14	26.4	11	20.8	17	32.1	42	11	20.8	1.93 ปานกลาง
การขาดความรู้ ความสามารถ ในการบันทึก บัญชี	1	1.9	24	45.3	10	18.8	53	18	33.9	1.15 น้อย
การขาดความรู้ ความสามารถ ในการวางแผน ตัดสินใจทาง การเงิน	3	5.7	22	41.5	12	22.6	53	16	30.2	1.23 น้อย
การมีหนี้ค้าง ชำระจำนวน มาก	4	7.5	7	13.2	13	24.5	53	29	54.7	0.74 น้อย

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.00 มีปัญหาในระดับมาก, ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 มีปัญหาในระดับปานกลาง ,
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีปัญหาในระดับน้อย

จากตารางที่ 181 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยว
กับการขาดเงินลงทุน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.93 ประสบปัญหาในระดับน้อยเกี่ยวกับการขาดความรู้
ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.23 ประสบปัญหาในระดับน้อย
เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.15 และประสบปัญหา
ในระดับน้อย เกี่ยวกับการมีหนี้ค้างชำระจำนวนมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 182 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชีของผู้ผลิต
แต่ละกลุ่มสินค้า

ปัญหาหรือ กิจกรรมทางการเงินและบัญชี	กลุ่มสินค้า		
	กลุ่มสินค้า ที่ไม่ใช่อาหาร	กลุ่มสินค้า อาหาร	ทั้ง 2 กลุ่ม สินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การขาดเงินทุน	1.57 ปานกลาง	1.64 ปานกลาง	1.59 ปานกลาง
การขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชี	1.00 น้อย	1.71 ปานกลาง	1.30 น้อย
การขาดความรู้ ความสามารถในการวางแผน ตัดสินใจทางการเงิน	1.67 ปานกลาง	1.73 ปานกลาง	1.42 น้อย
การมีหนี้ค้างชำระจำนวนมาก	1.75 ปานกลาง	1.57 ปานกลาง	1.62 ปานกลาง

จากตารางที่ 182 พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการมีหนี้ค้างชำระจำนวนมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.75 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.67 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดเงินทุน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.57 ประสบปัญหาระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.00 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าอาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.73 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.71 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดเงินทุน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.64 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการมีหนี้ค้างชำระจำนวนมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.57 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการมีหนี้ค้างชำระจำนวนมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.62 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดเงินทุน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.59 ประสบ

ปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.42 และประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.30 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University