

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งแต่เดิมรู้จักกันในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อป (OTOP) เป็นนโยบายที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือ ตำบล โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่น สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ด้วยการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งด้านการตลาด การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเองเป็นหลัก “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (จกกลบดินทร์ แสงอาศวกวีริยะ. 2551 : 4) ขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มีเป้าหมายในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจให้เป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี พ.ศ. 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำท้ายความสำเร็จ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือ

สินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว

ดังนั้น จึงเป็น โอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาธรรมเนียมและพฤติกรรมกรบริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTO คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้าสมาคมการค้าต่าง ๆ เป็นต้น (ยุทธศักดิ์ สุภสร. 2556 : เว็บไซต์)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวน 403 กลุ่ม (ไทยตำบล คอท คอม. 2555 : เว็บไซต์) แต่ละกลุ่มอาชีพมีการสืบสานภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีลักษณะโดดเด่นแตกต่างกันออกไป ตามความถนัดและองค์ความรู้ของแต่ละกลุ่ม สินค้าที่มีลักษณะโดดเด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีหลายประเภท และหนึ่งในนั้นมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์และสืบทอดกันมานาน คือ เครื่องจักสาน ดังจะเห็นได้จากสัญลักษณ์ของงานมหกรรมโลกเวสต์เอ็กซ์โป 2020 ที่ผ่านมา เป็นปลาตะเพียนโบราณซึ่งเป็นงานหัตถศิลป์ที่สำคัญของจังหวัด (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556 : เว็บไซต์) หัตถกรรมเครื่องจักสานเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตตั้งแต่สมัยอยุธยาจนถึงปัจจุบัน เป็นตัวอย่างหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาอันเฉลียวฉลาดของคนไทยใน

ท้องถิ่น ที่ใช้ภูมิปัญญาสามารถนำสิ่งที่มืออยู่ในชุมชนมาประยุกต์ทำเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ ซึ่งมีประโยชน์ในการดำรงชีวิต ดังจะเห็นได้ว่าหัตถกรรมเครื่องจักสานมีมานาน แล้วและได้มีการพัฒนามาตลอดเวลา โดยอาศัยการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่น หนึ่ง การดำรงชีวิตประจำวันของชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่ได้เอาความรู้จากหนังสือมาเกี่ยวข้อง การ เรียนรู้ต่าง ๆ อาศัยวิธีการฝึกหัด และบอกเล่าซึ่งไม่เป็นระบบในการบันทึกสะท้อนให้เห็นการ เรียนรู้ ความรู้ที่สะสมที่สืบทอดกันมาจากอดีตมาถึงปัจจุบันหรือที่เรียกกันว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้นกระบวนการถ่ายทอดความรู้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นคงอยู่ต่อเนื่อง และยั่งยืน (วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย. 2556 : เว็บไซต์) เครื่องจักสานจึงเป็นสินค้าที่มีความโดดเด่น และควรได้รับการส่งเสริมทั้งทางด้านการผลิต และการบริหารจัดการ แต่ยังคงประสบปัญหาบาง ประการไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ส่วนใหญ่ ไม่สามารถรับการสั่งซื้อสินค้าครั้งละ มาก ๆ ได้ สินค้าแต่ละครั้งคุณภาพไม่เหมือนกัน ไม่สม่ำเสมอ กรรมวิธีการผลิตไม่ทันสมัย ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาด ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่มีการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ไม่เข้าใจ วิธีการและขั้นตอนการขอใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ และด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน และขายตัดราคากัน ช่องทางการจัดจำหน่ายจํานวนน้อยโดยเฉพาะการส่งออก และ ผู้ผลิตขาดความรู้เรื่องการบริการจัดการด้านการตลาด และไม่มีศักยภาพในการจำหน่ายต่างท้องถิ่น และต่างจังหวัด (ซูวีเนียร์. 2556 : เว็บไซต์) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ศักยภาพการบริหาร จัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็น แนวทางในการพัฒนาความสามารถ และศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่การผลิตสินค้าที่ ผ่านการรับรองและได้มาตรฐานเป็นสากลต่อไป

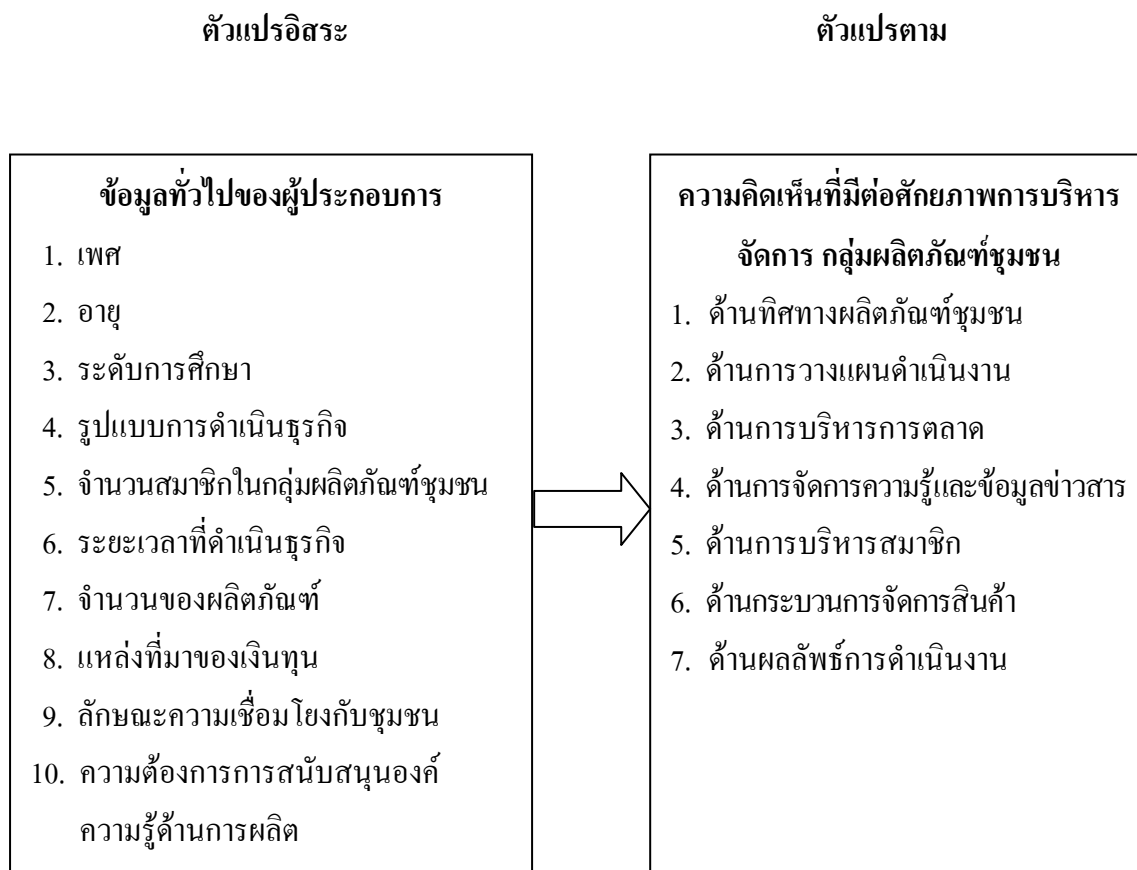
### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีต่อศักยภาพการบริหาร จัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดกรอบ

แนวคิด ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวคิดในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนของ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548 : 6) รายละเอียดแสดงในภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมุติฐานการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการต่างกัน มีความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนแตกต่างกัน

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษา ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทเครื่องจักสาน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 234 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ จำนวนสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ จำนวนของผลิตภัณฑ์ แหล่งที่มาของเงินทุน ลักษณะความเชื่อมโยงกับชุมชน และ ความต้องการการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการผลิต

2.2 ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ด้านทิศทางการผลิตชุมชน ด้านการวางแผนดำเนินงาน ด้านการบริหารการตลาด ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริหารสมาชิก ด้านกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และ ด้านผลลัพธ์การดำเนินงาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ และความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะนำไปสู่ศักยภาพการบริหารจัดการที่ดี

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบข้อมูลของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและวางแผนสนับสนุนได้ตาม บทบาทหน้าที่

### นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องจักสาน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ดำเนินธุรกิจในรูปของ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียวและผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ จำนวน

สมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ จำนวนของผลิตภัณฑ์แหล่งที่มาของเงินทุน ลักษณะความเชื่อมโยงกับชุมชน และ ความต้องการการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการผลิต

ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความสามารถ ความพร้อมหรือคุณสมบัติในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านทิศทางการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการวางแผนดำเนินงาน ด้านการบริหารการตลาด ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร ด้านการบริหารสมาชิก ด้านกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และ ด้านผลลัพธ์การดำเนินงาน

ด้านทิศทางการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การกำหนดทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในประเด็นการบริหารองค์กร ได้แก่ การมีส่วนร่วมกับกลุ่มในการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ การมีส่วนร่วมกับกลุ่มในการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน มีหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่ม ปฏิบัติตามข้อกำหนด/กฎระเบียบ/ข้อบังคับอยู่เสมอ รับทราบข้อมูลทางการเงินของกลุ่ม ข้อมูลทางการเงินมีความโปร่งใส ชัดเจน สามารถตรวจสอบบัญชีการเงินได้ ได้รับการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์อย่างยุติธรรม และมีการเสนอปัญหาให้สมาชิกกลุ่มคนอื่นรับทราบ และประเด็นความรับผิดชอบต่อชุมชน ได้แก่ ผลผลิตของกลุ่มมีคุณภาพ/ปลอดภัย ใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างรู้คุณค่า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชน มีการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์อยู่เสมอ มีการบริจาค/เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน และ ผู้นำของกลุ่มให้การสนับสนุนเกี่ยวกับกิจกรรมของชุมชนเป็นอย่างดี

ด้านการวางแผนดำเนินงาน หมายถึง การวางแผนการดำเนินการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในประเด็นกระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผน ได้แก่ มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าไว้อย่างเป็นระบบ มีการนำผลประกอบการวิเคราะห์ทางการตลาด มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนของกลุ่มเสมอ การเข้าร่วมประชุมเมื่อมีการจัดทำแผนของกลุ่ม และในประเด็นการปฏิบัติตามปฏิบัติการและถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ ได้แก่ รับทราบแผนปฏิบัติการของกลุ่ม และ ปฏิบัติตามแผนของกลุ่มที่ได้วางเอาไว้

ด้านการบริหารการตลาด หมายถึง วิธีการที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้ในการทำความเข้าใจต่อความต้องการของ ลูกค้าและตลาด ซึ่งมีทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชน ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ รับทราบข้อมูลความต้องการของลูกค้าจากกลุ่มอยู่เสมอ มีลูกค้าเข้าเยี่ยมชมดูงานอยู่เสมอ มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน มีแหล่งจำหน่ายสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ และ มีการนำสินค้าไปแสดงในงานต่าง ๆ

ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การจัดการความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเองที่มีการจัดเก็บ และรวบรวม ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีการถ่ายทอดความรู้

ในการผลิตสินค้าภายในกลุ่ม มีการศึกษาจากภายนอกกลุ่ม มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกกลุ่มเข้ามาให้ความรู้กับสมาชิกกลุ่ม มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้กับการผลิตสินค้าของกลุ่ม มีการย่อยออกภูมิปัญญาที่มีอยู่ในการผลิตสินค้าชนิดใหม่ ๆ มีการจัดทำความรู้ในการผลิตไว้เป็นเอกสาร จัดเก็บเอกสารความรู้บันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ สามารถนำข้อมูลออกมาใช้งานได้สะดวก และ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของกลุ่มผ่านอินเทอร์เน็ต

ด้านการบริหารสมาชิก หมายถึง การบริหารสมาชิกมุ่งเน้นการบริหารจัดการชุมชน ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีการกำหนดกฎระเบียบในการรับสมาชิกกลุ่ม ผู้นำกลุ่มมีความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มเป็นอย่างดี มีการสร้างขวัญกำลังใจให้สมาชิกในกลุ่มโดยการยกย่องชมเชยสมาชิกที่สามารถผลิตสินค้าได้ตามเป้าหมาย ได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรม รับทราบการประเมินผลงานจากกลุ่ม รับทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม และร่วมแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น

ด้านกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ มีกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นระบบ มีการผลิตสินค้าและบริการออกสู่ตลาดอย่างตรงเวลา มีการผลิตสินค้าและบริการออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ คุณภาพของสินค้าคงที่/ได้มาตรฐานอยู่เสมอ ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในกระบวนการผลิต พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า และ พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านผลลัพธ์การดำเนินงาน หมายถึง การประเมินผลจากการดำเนินงานในประเด็น

- 1) ประสิทธิภาพตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีรายจ่ายน้อยลง มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ภาระหนี้สินลดลง ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข
- 2) คุณภาพสินค้าและบริการ ได้แก่ สินค้าและบริการมีคุณภาพดี สินค้ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า สินค้าผ่านการรับรองคุณภาพ และ สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด
- 3) ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ได้แก่ สามารถลดต้นทุนการผลิต สามารถลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็น และสามารถพัฒนากระบวนการผลิตให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และ
- 4) พัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสำเร็จของแผน และกิจกรรมการดำเนินงาน คนในชุมชนมีอาชีพ/มีรายได้ สมาชิกมีความรู้ความสามารถมากขึ้น ความพึงพอใจจากการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน ความพึงพอใจจากรายได้/สวัสดิการ และการได้รับการยอมรับจากชุมชน