

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวความคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยได้มีพัฒนาการต่อเนื่องกันมาตั้งแต่เริ่มมีแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในระยะแรก ๆ นั้นรัฐบาลไทยพยายามพัฒนาประเทศโดยเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเบื้องต้นก่อน เพราะมีความเชื่อว่าหากเศรษฐกิจดี ประชาชนก็จะอยู่ดีมีความสุข รัฐบาลจึงได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก (สุวกิจ ศรีปีดถา, 2549, หน้า 1) กล่าวคือ มีการพัฒนาการคมนาคม ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการจัดสร้างระบบชลประทานอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เป็นศักยภาพของสังคมที่จะพัฒนาเศรษฐกิจต่อไปการพัฒนาดังกล่าวได้ใช้ทุนจากต่างประเทศ เช่น ธนาคารโลกเป็นฐานสำคัญจึงทำให้เกิดปัญหาด้านการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมอย่างมากมาย แม้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม ปรากฏว่า รายได้อยู่กับกลุ่มคนบางกลุ่มไม่เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างแท้จริง การพัฒนาในช่วงต้น ๆ ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้นมักจะเน้นไปที่การลงทุนขนาดใหญ่ ที่สุดเอาทรัพยากรธรรมชาติจากพื้นที่รอบ ๆ ไปอย่างมากมาย ทำให้คนที่อยู่บริเวณเหล่านั้นไม่ได้มีรายได้อะไรเพิ่มขึ้น บางครอบครัวกลับมีความยากจนลง ปัญหาการกระจายรายได้ยังคงมีอยู่ต่อไป จึงถือเป็นการพัฒนาแบบไม่มีรากฐาน คือโตแบบไม่แข็งแรง ไม่มีการใช้และรักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

เมื่อเกิดปัญหาเศรษฐกิจอย่างรุนแรง รัฐบาลประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัวในวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 ผลกระทบคือ ทำให้คนตกงานถูกเลิกจ้างงาน อพยพกลับชุมชนเดิม บ้านเดิม ซึ่งอยู่ในชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ หนีกลับมาทำอาชีพเกษตรกรรมและยังนำเป็นห่วง เพราะปัจจัยการผลิต มีราคาสูงขึ้น เกษตรกรไม่มีทุนไม่ว่าจะขายได้ราคาดีก็ไม่คุ้มทุน และผลผลิตได้ถูกเปลี่ยนมือเป็นของเจ้าหนี้ตั้งแต่ยังไม่เก็บเกี่ยว เกษตรกรแทบไม่ได้อะไรจากอาชีพนี้เลย ทำให้เกิดปัญหาในคนส่วนใหญ่ และส่งผลกระทบในวงกว้างต่อวิถีชีวิตผู้คนทุกระดับในสังคมไทย จึงทำให้ทุกฝ่ายเริ่มตระหนักถึงแนวทางการพัฒนา โดยให้ความสำคัญต่อการรักษาเสถียรภาพและพัฒนาฐานรากให้เข้มแข็ง ดังนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา รัฐจึงต้องปรับยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยจากเดิมที่เน้น “เงิน” เป็นตัวตั้ง

มาเน้น “คน” เป็นตัวตั้ง (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2543, หน้า 83-85) อีกทั้งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดวิสัยทัศน์ของสังคมไทยและแนวทางการพัฒนาประเทศ

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และฉบับที่ 10 ได้ัญเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพระราชทาน “เศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและการบริหารประเทศโดยยึดทางสายกลาง ดำเนินการสู่ความสมดุล มุ่งให้ดำเนินชีวิตแบบพอประมาณ มีเหตุผลและสร้างภูมิคุ้มกันให้เกิดขึ้น เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤติ สามารถดำรงอยู่ให้มั่นคงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

เนื่องจากชีวิตของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นในปัจจุบันมีวิถีการผลิตที่สามารถใช้วิทยาการสมัยใหม่เข้ามาช่วยมากมาย แม้แรงงานก็มีการจ้างงาน จึงพบได้ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นมีลักษณะเป็นปัจเจกมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากแนวคิดการพัฒนาโดยน้อมนำปรัชญาพระราชทาน “เศรษฐกิจพอเพียง” ได้ทำให้ชุมชนหลายแห่งมีการปรับตัวและปรับเปลี่ยนความคิดใหม่เพื่อการดำรงอยู่อย่างพึ่งพาตนเองและพึ่งพากันและกันให้มากที่สุด โดยหันกลับมามองที่ฐานรากเดิมของชุมชนคือการรวมพลัง การรวมกลุ่ม พื้นคุณค่าของความสามัคคี การเอื้อเฟื้อแบ่งปัน และการร่วมแรงร่วมใจในกิจกรรมเศรษฐกิจ ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 จึงเน้นการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีสาระสำคัญคือการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฐานรากให้เข้มแข็งและแก้ปัญหาความยากจน โดยต้องพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในลักษณะองค์รวมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และภูมิปัญญาที่พึ่งพาตนเองได้ พัฒนาชนบทและเมืองให้มีความเชื่อมโยงพึ่งพากัน กระจายการพัฒนาให้ทั่วถึงเพื่อลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในสังคม (สรรเสริญ วงศ์อุ่ม, 2546, หน้า 14) ในหลักการเดียวกันนี้ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2548, หน้า 36) กล่าวว่า เศรษฐกิจชุมชนจะต้องมีความแตกต่างจากแนวคิดเศรษฐกิจรัฐหรือเศรษฐกิจทุน กล่าวคือ เศรษฐกิจชุมชนต้องมีลักษณะเป็นความเจริญที่ไม่กระจุกตัว การติดต่อค้าขายจะเป็นแนวนอนที่มีการติดต่อซื้อขายกัน โดยตลาดท้องถิ่นซึ่งมีการช่วยเหลือกันและกันเป็นเครือข่าย แทนการแข่งขัน เพราะเศรษฐกิจชุมชนเป็นเศรษฐกิจของชาวบ้านที่มีมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความสงบสุขและจิตใจที่ดีงาม ผสมผสานอยู่อย่างกลมกลืน

หลักการสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนของรัฐ คือ การส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านอันมีรากฐานมาจากวิถีการดำรงชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีของคนในกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่งที่ได้ใช้ความเฉลียวฉลาด ความรู้ความสามารถขั้นพื้นฐานในการประดิษฐ์คิดค้นหรือการสรรสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการต่าง ๆ และได้มีการ

ถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นของสังคมไทยจึงมีคุณค่าทางจิตใจต่อคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะเป็นสิ่งที่ผูกพันคนในท้องถิ่นเข้าด้วยกันและเป็นความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น

รูปแบบการส่งเสริมให้มีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ รัฐบาลได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ขึ้นในปีพุทธศักราช 2545 โดยเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตนเองซึ่งต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้แนวคิดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่ในโครงการดังกล่าวนี้ ยังหมายถึง การบริการ การดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษามรดกภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนจนถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยให้ภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม มีบทบาทและภารกิจในการส่งเสริมสนับสนุนความรู้ที่ทันสมัย กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการพัฒนาคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ (เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม, 2547, หน้า 9-13) อาจกล่าวได้ว่าหน่วยงานที่กล่าวมาข้างต้นช่วยเป็นพี่เลี้ยงในการทำธุรกิจของกลุ่มที่เคยทำงานพัฒนาร่วมกันอย่างใกล้ชิด จึงมีกลุ่มธุรกิจชุมชนจำนวนมากเกิดขึ้น

ธุรกิจชุมชนเป็นหนึ่งในกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่มีหลากหลายแนวทางที่ได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยกิจกรรมนี้จะกลายเป็นความหวังในการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนของทางราชการ จนถึงกับมีการประกาศเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองของกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2541 (มงคล คำานานินทร์, 2541, คำานิยม) และไม่เพียงแต่ทางราชการเท่านั้น นักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชนก็ได้คาดหวังให้ธุรกิจชุมชนเป็นตัวนำในการทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้น ด้วยการดึงดูรายได้จากภาคเมืองคืนสู่ชนบทบ้าง และช่วยป้องกันการต่อรองมิให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมมากเกินไป (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542, หน้า 21)

จังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้มีการดำเนินธุรกิจชุมชนโดยอยู่ในรูปของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามนโยบายของรัฐบาล มีชุมชนเข้าร่วมโครงการจาก 11 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ โดยมียอดขายรวมทั้งจังหวัด พ.ศ. 2547 จำหน่ายได้ 144,256,025 บาท พ.ศ. 2548 จำหน่ายได้ 204,419,000 บาท พ.ศ. 2549 จำหน่ายได้ 269,257,439 บาท สินค้าที่

ชุมชนใกล้เคียงกันที่มีผลผลิตทางการเกษตรเหมือนกัน มีภูมิปัญญาด້ายคลึงกันย่อมผลิตสินค้าออกมาใกล้เคียงกัน ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ โจนาธาน พลอยดี (อ้างใน อัจฉริยา เนตรเชย, 2547, หน้า 108) ที่ชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จเริ่มต้นของธุรกิจชุมชนต้องอาศัยความรู้ และการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยเฉพาะทางด้านการตลาดเป็นสำคัญ

ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนดังกล่าวนี้สอดคล้องกับรายงานการศึกษาชุมชนของจันทราทองประดิษฐ์และคณะ (2548, หน้า 191) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดมหาสารคาม พบว่าปัญหาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านเหล่าดอกไม้ หมู่ที่ 8 ตำบลเหล่าดอกไม้ กิ่งอำเภอชื่นชม จังหวัดมหาสารคาม คือ ประการแรก กลุ่มทอผ้าประสบปัญหาการขาย เนื่องจากขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ขาดตลาด และผู้ซื้อมีเฉพาะข้าราชการในจังหวัดมหาสารคามเท่านั้น ประการที่สอง สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังมีน้อยคือที่พัฒนาชุมชนกิ่งอำเภอชื่นชม ศูนย์ OTOP จังหวัด ประการที่สาม ผลิตภัณฑ์บ้านเหล่าดอกไม้ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ประการที่สี่ กลุ่มสมาชิกทอผ้าไหมบ้านเหล่าดอกไม้ยังไม่มีบรรจุกัลณ์ท์ ประการที่ห้า ตลาดสายสีตันยังไม่ทันสมัย ประการที่หก ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง นอกจากนี้ กฤติกา แสนโภชน์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาด้านการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจชุมชน สินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งได้ข้อค้นพบว่า สภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในด้านการตลาดนั้น มักไม่มีการสำรวจตลาด ไม่ได้วางแผนการตลาด ทำให้การผลิตสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้า ปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของพรพิมล เถлимมีประเสริฐ (2548, หน้า 2) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญด้านการตลาด โดยกล่าวว่า ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เราต้องการเสนอขายจะดีแค่ไหนก็ตาม แต่คงไม่มีประโยชน์อะไรมากนักถ้าผู้บริโภคไม่สามารถจะหาซื้อได้ในเวลาที่ต้องการและในสถานที่ที่จะหาซื้อได้สะดวก เช่นเดียวกับการที่จังหวัดมหาสารคามมีชื่อเสียงเปรียบในด้านการทำตลาด เพราะพื้นที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาแวะเวียนอยู่เสมอมากนัก วัตถุประสงค์ของการทำยอดขายที่สำคัญ คือ การนำผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งนโยบายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของการเป็นส่วนประสมทางการตลาด (ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด) และการสร้างเครือข่ายไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ มีความสำคัญอย่างมากต่อกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมด

จากปัญหาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว หากภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจจะยืดเยื้อไปหลายปี “ธุรกิจชุมชน” จึงเป็นทางเลือกที่สำคัญทางหนึ่งในการแก้ปัญหา เพื่อเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพในชนบทและบรรเทาภาวะวิกฤติและแรงงานที่กำลังว่างงานคืนสู่ชนบท เป็นโอกาสเหมาะสมที่จะศึกษาช่องทางที่จะพัฒนาธุรกิจชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพในชนบท เพื่อบรรเทาวิกฤติที่มีผลต่อชนบทในระยะยาว ธุรกิจชุมชนคือทางเลือกที่จะทำให้

ชนบทได้มีโอกาสดึงดูดรายได้จากเมืองสู่ชนบท และป้องกันการต่อรองเพื่อความเป็นธรรมมากขึ้น และธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและเศรษฐกิจของประเทศเจริญรุ่งเรือง ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม เพื่อเป็นสารสนเทศในการวางแผนและเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจทอผ้าพื้นบ้าน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานทั่วไปของธุรกิจชุมชน และปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม

คำถามการวิจัย

สภาพการดำเนินงานทั่วไปของธุรกิจชุมชน และปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม เป็นอย่างไร

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาของการวิจัย เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน คือผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน เนื่องจากสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปขายต่างประเทศได้ ดังเช่น ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมหาสารคาม โดยผู้วิจัยจะศึกษาสภาพการดำเนินงานทั่วไปของธุรกิจชุมชน ปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ผสมผสานกับการศึกษาแนวคิดทฤษฎีแล้วสรุปเป็นรายงานการศึกษา

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยธุรกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน 13 แห่ง จากทุกอำเภอในจังหวัดมหาสารคาม เนื่องจากจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีความเข้มแข็งในการทอผ้ามานาน หากสามารถพัฒนาสินค้าของธุรกิจชุมชนให้เป็นธุรกิจระดับประเทศ จนสามารถส่งออกให้กับประเทศต่าง ๆ ได้แล้ว จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเข้มแข็งต่อไป

3. ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตการศึกษาสภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกรณีผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ของจังหวัดมหาสารคาม เท่านั้นเนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านระยะเวลาและงบประมาณในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงสภาพการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ซึ่งจะเป็นสารสนเทศในการวางแผนและเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจทอผ้าพื้นบ้าน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

การดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการของการมุ่งไปสู่เป้าหมายขององค์กร จากการทำงานร่วมกันโดยใช้ปัจจัยในการจัดการหรือทรัพยากรทางธุรกิจที่มีอยู่ ในการวิจัยครั้งนี้พิจารณาเฉพาะการดำเนินงานภายในองค์กร โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัยในการจัดการซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าของธุรกิจชุมชน 4 ด้านคือ คน (Man) เงิน (Money) เครื่องมืออุปกรณ์ (Material) และการบริหารจัดการ (การตลาด การผลิต) (Management) หรือ 4 M's ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการดำเนินงาน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการของคนภายในชุมชนในด้านการผลิต โดยการนำปัจจัยการผลิตซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ อุปกรณ์หรือเครื่องจักร แรงงานของคนในท้องถิ่น หรือนำเข้าจากต่างท้องถิ่น สำหรับแปรรูปให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ทั้งที่เป็นสินค้าอุปโภคและบริโภค

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน หมายถึง ผ้าผืนที่ได้จากการทอผ้า โดยใช้วัตถุดิบ คือไหม ผ้าย ด้าย ทั้งการย้อมสีธรรมชาติ และสีเคมี ซึ่งผลิตโดยคนในชุมชน