

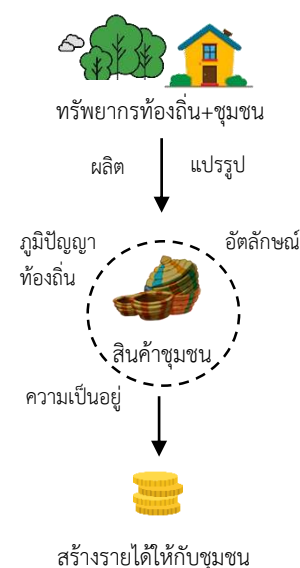
ยกระดับฐานรากด้วยสินค้าชุมชน

ในปัจจุบันภาครัฐมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐภายใต้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” และ “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโดยตั้งอยู่บนฐานของวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่น ให้สามารถพึ่งตนเองและจัดการตนเอง ผ่านแนวทางหนึ่งคือ การยกระดับสินค้าและบริการของชุมชนให้มีศักยภาพ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการตลาด ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศในระยะยาว ดังนั้น ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน จึงทำการศึกษาแนวทางในการยกระดับสินค้าชุมชนที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานหรือบุคคลที่สนใจได้ใช้ประโยชน์ต่อไป

สินค้าชุมชนคืออะไร?

สินค้าชุมชน หมายถึง การผลิตสินค้าที่ดำเนินการโดยชาวบ้านในชุมชนที่ไม่จำเป็นต้องเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อผลิตสินค้า โดยนำทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาผลิตหรือนำมาแปรรูป ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง

ดังนั้น สินค้าชุมชน จึงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน รวมถึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างความเท่าเทียม ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคง



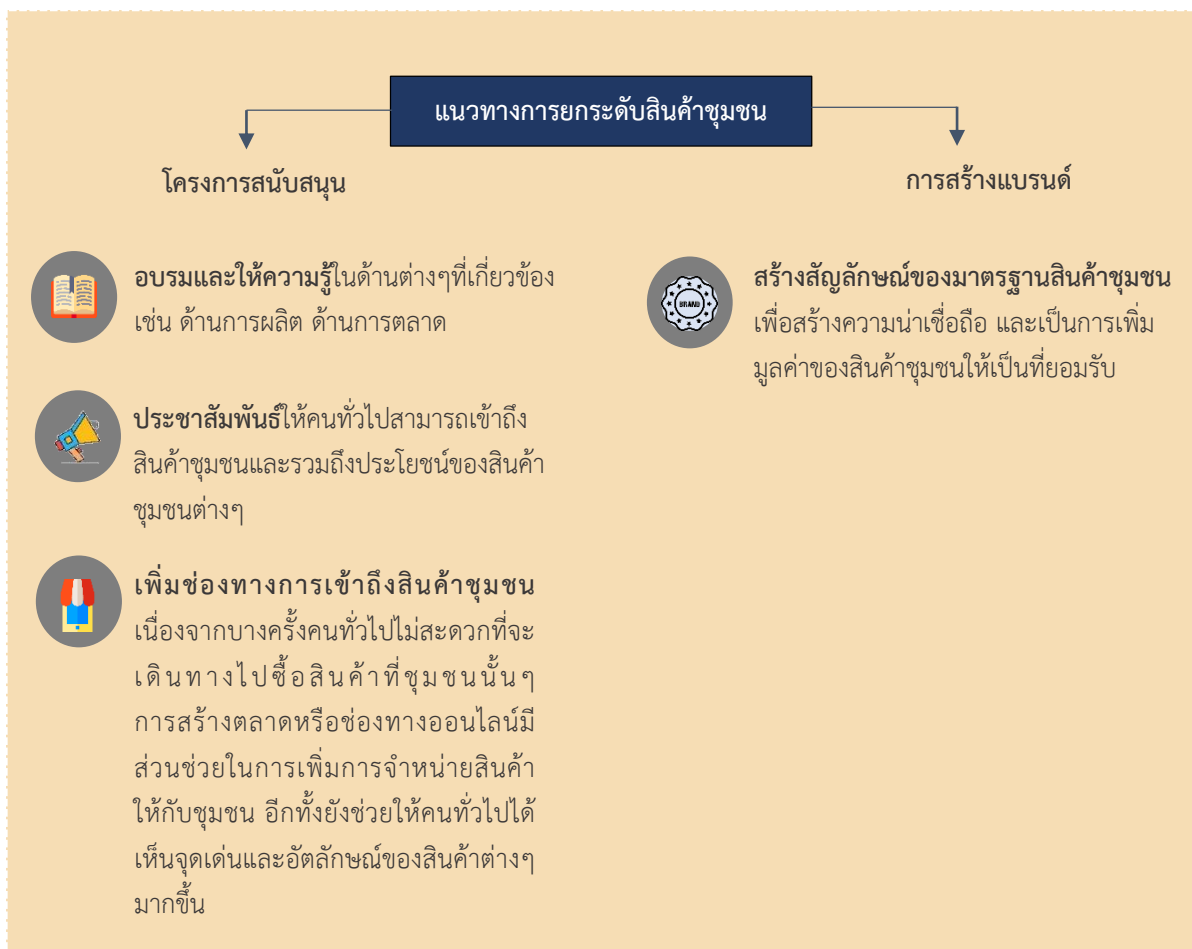


แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน

สินค้าชุมชนได้รับการพัฒนามาจากทรัพยากรภายในชุมชนเอง โดยผู้พัฒนาสินค้าชุมชนส่วนใหญ่จึงเป็นคนภายในชุมชนเอง ทำให้ที่ผ่านมามีสินค้าชุมชนบางส่วนยังขาดการพัฒนาในด้านคุณภาพและการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวบางส่วนยังขาดความเชื่อมั่นในสินค้าชุมชน

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและมีการพัฒนาแนวทางการยกระดับสินค้าชุมชนทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชนหรือการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ คุณภาพสินค้า การวางแผนการตลาด เป็นต้น เพื่อให้สินค้าชุมชนมีความเข้มแข็งทางธุรกิจเพิ่มขึ้นและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีงานทำและสร้างรายได้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาแนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน ศูนย์วิจัยธนาคารออมสินสามารถสรุปได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ ดังนี้



ตัวอย่างการยกระดับสินค้าชุมชนที่น่าสนใจ

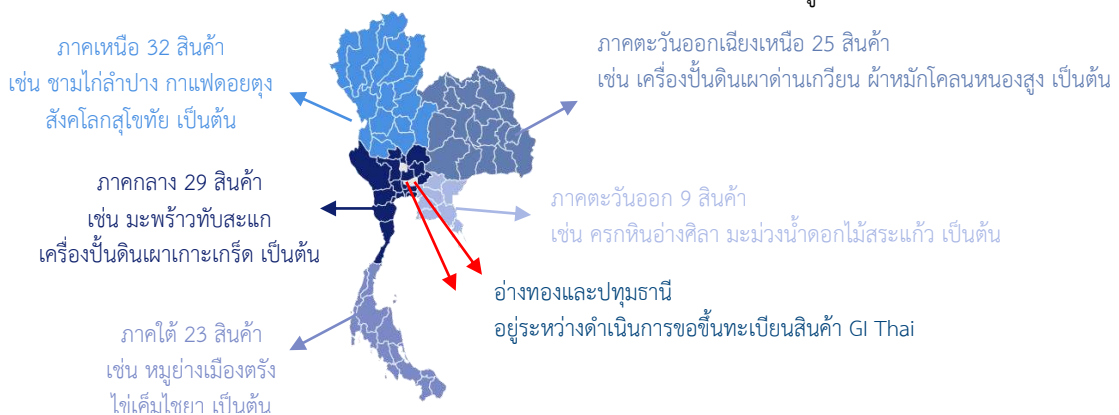
โครงการ	แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน		ผลการดำเนินงาน
	ประเภท	แนวทาง	
 OTOP นวัตกรรม ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน	โครงการสนับสนุน - อบรมและให้ความรู้ - ประชาสัมพันธ์	- จัดชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้าน และเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าชุมชน - ให้ความรู้กับชุมชนไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว ด้านการจัดทำธุรกิจ ในชุมชน เป็นต้น	ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2562 พบว่า รายได้รวมจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP 1,601 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.40 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยว โครงการ OTOP นวัตกรรม
 OTOP รสไทยแท้ (OTOP Authentic) ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน	การสร้างแบรนด์	- โครงการอยู่ภายใต้การดำเนินโครงการ OTOP นวัตกรรม - ให้ตราสัญลักษณ์สำหรับอาหารไทยหรืออาหารถิ่น ที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่นของผู้ประกอบการในชุมชน - หลักเกณฑ์การมอบตราสัญลักษณ์พิจารณาจากด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพการผลิต ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์	N/A
 อบบสินธุ์รักษ์ถิ่น ดำเนินการโดย : ธนาคารอบบสินธุ์	โครงการสนับสนุน - อบรมและให้ความรู้ - ประชาสัมพันธ์ - เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า	การให้นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาที่ร่วมมือกับธนาคารอบบสินธุ์ลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อร่วมพัฒนาสินค้าชุมชนในด้านต่างๆ เช่น เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโลโก้สินค้า เป็นต้น	ในปี 2562 กลุ่มที่เข้าร่วม - รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 151.15% - เกิดการกระจายรายได้กว่า 2,800 ครัวเรือน - ช่วยรักษาภูมิปัญญาผ่านสื่อองค์กรความรู้งานวิจัย เพื่อเผยแพร่ให้คงอยู่สืบไป
 ตลาดต้องชม ดำเนินการโดย : กรมการค้าภายใน	โครงการสนับสนุน เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า	การพัฒนาตลาดและศักยภาพของผู้ค้าที่เข้าร่วมโครงการโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร หัตถกรรม OTOP และสินค้าชุมชนโดยเป็นตลาดที่ชูอัตลักษณ์วิถีชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อดึงดูดคนในท้องถิ่นหรือผู้มาเยือนจากต่างถิ่นต้องแวะเวียนเข้าไปจับจ่ายใช้สอย	ณ มีนาคม 2563 มีจำนวนตลาดนัดต้องชม 224 แห่ง

โครงการ	แนวทางการยกระดับ		ผลการดำเนินงาน																								
	ประเภท	แนวทาง																									
 OTOP สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน 	การสร้างแบรนด์	- โครงการสร้างแบรนด์สินค้า OTOP สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการตีตราผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ละตำบล - ลงทะเบียนสินค้าได้ที่สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอ/เขต ที่สถานประกอบการ ตั้งอยู่ และลักษณะของสินค้าต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทย และไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม	รายได้จากสินค้า OTOP มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับชุมชน หน่วย:ล้านบาท 20,214.78 16,250.62 7,539.56 2559 2560 2561 รายได้จากการจำหน่าย สินค้า OTOP																								
 OTOP Product Champion (OPC) ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน 	การสร้างแบรนด์	ประเมินคุณภาพสินค้า OTOP สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนด เพื่อส่งเสริมให้เกิดการส่งออกสินค้า โดยแบ่งคุณภาพของสินค้า OTOP ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ <table><tr><th>ระดับดาว</th><th>ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก</th></tr><tr><td>★</td><td>คุณภาพต่ำ</td></tr><tr><td>★★</td><td>คุณภาพต่ำแต่พัฒนาได้</td></tr><tr><td>★★★</td><td>คุณภาพปานกลาง แต่พัฒนาเพื่อส่งออกได้</td></tr><tr><td>★★★★</td><td>คุณภาพสูง แต่ต้องได้รับการปรับปรุง</td></tr><tr><td>★★★★★</td><td>คุณภาพสูง มีศักยภาพในการส่งออก</td></tr></table>	ระดับดาว	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก	★	คุณภาพต่ำ	★★	คุณภาพต่ำแต่พัฒนาได้	★★★	คุณภาพปานกลาง แต่พัฒนาเพื่อส่งออกได้	★★★★	คุณภาพสูง แต่ต้องได้รับการปรับปรุง	★★★★★	คุณภาพสูง มีศักยภาพในการส่งออก	จำนวนสินค้า OTOP ที่ผ่านการประเมินในโครงการ OPC ในปี 2562 <table><tr><th>ระดับดาว</th><th>จำนวนผลิตภัณฑ์ (สินค้า)</th></tr><tr><td>★</td><td>107</td></tr><tr><td>★★</td><td>1,616</td></tr><tr><td>★★★</td><td>5,127</td></tr><tr><td>★★★★</td><td>7,823</td></tr><tr><td>★★★★★</td><td>3,689</td></tr></table>	ระดับดาว	จำนวนผลิตภัณฑ์ (สินค้า)	★	107	★★	1,616	★★★	5,127	★★★★	7,823	★★★★★	3,689
ระดับดาว	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก																										
★	คุณภาพต่ำ																										
★★	คุณภาพต่ำแต่พัฒนาได้																										
★★★	คุณภาพปานกลาง แต่พัฒนาเพื่อส่งออกได้																										
★★★★	คุณภาพสูง แต่ต้องได้รับการปรับปรุง																										
★★★★★	คุณภาพสูง มีศักยภาพในการส่งออก																										
ระดับดาว	จำนวนผลิตภัณฑ์ (สินค้า)																										
★	107																										
★★	1,616																										
★★★	5,127																										
★★★★	7,823																										
★★★★★	3,689																										
 OTOPTODAY .COM ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน 	โครงการสนับสนุน	เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า	แหล่งรวบรวมสินค้า OTOP และเป็นช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อสินค้า OTOP โดยครอบคลุมสินค้าทั้งสิ้น 5 หมวด ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้และของตกแต่ง ผ้าและเครื่องแต่งกาย สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ณ มีนาคม 2563 - สินค้าเข้าร่วม 12,741 สินค้า - มีการเข้าชมสินค้ามากกว่า 1.7 ล้านครั้ง - มีรายการสั่งซื้อ 253,562 ครั้ง																								

โครงการ	แนวทางการยกระดับ		ผลการดำเนินงาน
	ประเภท	แนวทาง	
 OTOP Trader เพื่อสังคม ดำเนินการโดย : กรมการพัฒนาชุมชน 	โครงการสนับสนุน • เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า	- OTOP Trader เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตสินค้า OTOP และผู้บริโภค - OTOP Trader เป็นผู้พัฒนาสินค้า OTOP ด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการ คุณภาพสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ตรงความต้องการของตลาด - ผู้ผลิตสินค้า OTOP กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มที่ได้รับการประเมินให้เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D หรือ OTOP กลุ่ม 1-3 ดาว)	อยู่ระหว่างดำเนินการ (ระยะเวลาดำเนินการ กุมภาพันธ์ – กันยายน 2563)
 สินค้าบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ (GI Thai) ดำเนินการโดย : กรมทรัพย์สินทางปัญญา 	การสร้างแบรนด์	ผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องรวมกลุ่มกันเพื่อยื่นคำขอจดทะเบียนต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อรับตราสัญลักษณ์ให้เป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือ GI Thai ซึ่งเปรียบเสมือนแบรนด์ท้องถิ่นที่บ่งชี้ถึงคุณภาพและชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มมูลค่าของสินค้า	ขึ้นทะเบียนสินค้า GI Thai แล้วทั้งสิ้น 75 จังหวัด (ยกเว้นจังหวัดอ่างทองและปทุมธานี ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างดำเนินการ) จำนวนสินค้าทั้งสิ้น 118 สินค้า (ดังภาพที่ 1)
 โครงการพัฒนา บรรจุภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ ดำเนินการโดย : กรมทรัพย์สินทางปัญญา 	โครงการสนับสนุน • อบรมและให้ความรู้	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า GI Thai ให้มีความพรีเมียม โดดเด่นและทันสมัย โดยสร้าง Packaging ต้นแบบให้กับสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางการตลาด	ตลอดระยะเวลาการดำเนินตั้งแต่ ปี 2560-2562 ผู้ประกอบการสามารถสร้างได้รายได้เพิ่มขึ้นกว่า 20-100%

รวบรวมโดย : ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน

ภาพที่ 1 แสดง จำนวนสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสินค้า GI Thai ในประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา ข้อมูล ณ 12 มีนาคม 2563



Case Study

จากการศึกษาชุมชนตัวอย่างที่ผ่านการเข้าร่วมโครงการยกระดับสินค้าชุมชนของหน่วยงานต่างๆ ทั้งสิ้น 4 ชุมชน ได้แก่

- ชุมชนบ้านปาละ จังหวัดปัตตานี
- ชุมชนบ้านกุดตาไถ่พัฒนา จังหวัดกาฬสินธุ์
- วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองไทร จังหวัดนครปฐม
- กลุ่มแปรรูปอาหารชาววัง จังหวัดตาก

มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

ประเด็นที่น่าสนใจ	สินค้าชุมชน	รายละเอียด
1. ชุมชนสามารถสร้างรายได้และ โอกาสทางอาชีพเพิ่มขึ้น	 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า กระเป๋าพิมพ์ลายไม้ ชุมชนบ้านปาละ จังหวัดปัตตานี	เดิมเป็นชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวแต่เมื่อเข้าร่วม“โครงการ OTOP นวัตกรรม” ได้สร้างสินค้าของชุมชนและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาสินค้ากว่าร้อยละ 275 หน่วย:บาท 8,000 → 30,000 ม.ค. 62 → เม.ย 62 รายได้จากการขายสินค้า
	 กลุ่มแปรรูปอาหารชาววัง จังหวัดตาก	“โครงการ ออมสิน ยุวพัฒนารักษ์ถิ่น” มีส่วนช่วยพัฒนาบรรจุภัณฑ์และโลโก้ที่โดดเด่นส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในระหว่างการเข้าร่วมโครงการ ก่อนดำเนินการ → ระหว่างดำเนินการ 5%
	 สินค้าออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองไทร จ.นครปฐม	“โครงการออมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น” มีส่วนช่วยในการลดการสูญเสียผลผลิตจากขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและตกแต่งผัก โดยแปรรูปผลผลิตดังกล่าว เป็นลักษณะผงในรูปแบบซองที่ออกแบบทันสมัย และสวยงาม ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนกว่าร้อยละ 1,000 ก่อนดำเนินการ → ระหว่างดำเนินการ 1,000%

ประเด็นที่น่าสนใจ	สินค้าชุมชน	รายละเอียด
2. ชุมชนมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงถือเป็นช่องทางในการเข้าถึงโอกาสต่างๆ ได้ง่าย	 สินค้าออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองไทร จ.นครปฐม	ชุมชนมีศักยภาพในด้านการผลิตผักเคลออร์แกนิกอยู่แล้ว และเมื่อเข้าร่วม “โครงการออมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น” ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าที่มีความทันสมัยและช่วยตอบโจทย์กลุ่มคนรักคนรักสุขภาพจึงทำให้ชุมชนกลายเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
	 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า กระเป๋า พิมพ์ลายไม้ ชุมชนบ้านป่าละ จังหวัดปัตตานี	การพัฒนาสินค้าที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะผนวกกับการเข้าร่วม “โครงการ OTOP นวัตกรรม” ส่งผลให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น สามารถวางจำหน่ายได้หลากหลายช่องทาง เช่น Outlet จังหวัดปัตตานี ซึ่งเข้ามาติดต่อกับทางชุมชนเอง
3. การกลับคืนถิ่นของคนในชุมชน	 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า กระเป๋าพิมพ์ลายไม้ ชุมชนบ้านป่าละ จังหวัดปัตตานี	เดิมคนในชุมชนส่วนใหญ่มีก๊อปปี้ไปทำงานที่ประเทศมาเลเซียแต่เมื่อชุมชนมีการพัฒนาจนเป็นที่รู้จักผ่าน “โครงการ OTOP นวัตกรรม” และสามารถสร้างรายได้ ทำให้เกิดการกลับคืนถิ่นเพื่อเข้ามา มีส่วนร่วมและช่วยเหลือชุมชน

ปัจจัยเสี่ยงที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม

ปัจจัยเสี่ยง	สินค้าชุมชน	รายละเอียด
โครงการไม่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของชุมชน	 ผลิตภัณฑ์ผ้าเย็บคราม และผ้าลายขิด ชุมชนบ้านกุดตาโกฬพัฒนา จังหวัดกาฬสินธุ์	ชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าเย็บครามและผ้าลายขิด ให้เป็นที่รู้จักและมีตลาดรองรับ โดยชุมชนได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วม “โครงการ OTOP นวัตกรรม” ซึ่งได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นจุดจำหน่ายสินค้า แต่ชุมชนไม่มีแหล่งท่องเที่ยวจึงทำให้ไม่สามารถต่อยอดโครงการได้ตามความต้องการของชุมชน
	 กลุ่มแปรรูปอาหารชาววัง จังหวัดตาก	ชุมชนได้รับการพัฒนาโลโก้ บรรจุภัณฑ์ของสินค้า และการประชาสัมพันธ์สินค้าทางออนไลน์จากการเข้าร่วม “โครงการออมสินยุวพัฒนารักษ์ถิ่น” แต่ชุมชนยังไม่มีความรู้มากพอในด้านช่องทางออนไลน์จึงทำให้หลังจบโครงการชุมชนไม่ได้ต่อยอดในด้านช่องทางออนไลน์

มุมมองศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน

จากการศึกษาพบว่าแนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของโครงการสนับสนุน หรือการสร้างแบรนด์ต่างก็สามารถช่วยให้ชุมชนมีชื่อเสียงและเกิดการพัฒนาในชุมชน ทั้งในด้านของรายได้ และโอกาสทางอาชีพรวมถึงก่อให้เกิดการกลับคืนถิ่นของคนในชุมชน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้ชุมชน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น **แต่สิ่งที่ควรพิจารณาเพื่อให้การยกระดับเป็นไปอย่างยั่งยืน คือ แนวทางการยกระดับ เพื่อการพัฒนาสินค้าชุมชนที่นำไปใช้ต้องสอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของชุมชน** เนื่องจากแต่ละชุมชนมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่างกัน รวมไปถึงความพร้อมทั้งในด้านงบประมาณ โครงสร้างพื้นฐาน และ สิ่งสำคัญอื่นใดคือด้านบุคลากรที่ต้องมีใจที่มุ่งพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ดังนั้น ภาครัฐและ

ภาพที่ 2 แสดงข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรทำความเข้าใจกับชุมชนเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและ ศักยภาพที่แท้จริงที่มีอยู่ของชุมชน เช่น บางชุมชนอาจมีความต้องการขยายช่องทางการขาย แต่ในขณะที่บางชุมชนต้องการที่จะ พัฒนาแปรรูปหรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เป็นต้น ซึ่งการรู้จักและเข้าใจชุมชนจะทำให้ สามารถจับคู่ชุมชนเข้ากับโครงการตามแนวทางการยกระดับสินค้าชุมชนและ จะสามารถ พัฒนาได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ ควรมีการ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน อีกทั้ง ควรดำเนินโครงการต่างๆ ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การยกระดับสินค้าชุมชนมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน

สำหรับธนาคารออมสินตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจวบจนปัจจุบัน เป็นอีกหนึ่งสถาบัน ที่ให้ความช่วยเหลือเพื่อช่วยยกระดับสินค้าชุมชนอย่างต่อเนื่องทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการสนับสนุนเงินทุนผ่านการให้สินเชื่อ เช่น สินเชื่อวิสาหกิจชุมชน สินเชื่อ OTOP เป็นต้น และการเป็นสถาบันให้ความรู้เชิงปฏิบัติการจริงผ่านโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ ถิ่น ซึ่งมีชุมชนที่เข้าร่วมกับธนาคารเพื่อพัฒนาและยกระดับสินค้าชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในปี 2561 มีทั้งสิ้น 105 ชุมชน และปี 2562 จำนวน 411 ชุมชน โดย ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 151.15 ก่อให้เกิดการกระจาย รายได้กว่า 2,800 ล้านบาท อีกทั้งมีส่วนช่วยรักษาภูมิปัญญาผ่านสื่อองค์ความรู้ งานวิจัย เพื่อเผยแพร่ให้คงอยู่สืบไป

