แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

ณัชชา เพ็ชรพินิจ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
กรกฎาคม 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

60213619_1129716974

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

ณัชชา เพ็ชรพินิจ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
กรกฎาคม 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

GUIDELINES FOR DEVELOPING AND RAISING THE STANDARD OF THE PRODUCTS UNDER THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT" PROJECT: A CASE STUDY OF PHAYAO PROVINCE

NATCHA PECHPINIJ

An Independent Study in Partial Fulfillment of Requirements

for the Master of Public Administration in Public Policy

July 2019

Copyright of University of Phayao

1129716974 uP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

ของ ณัชชา เพ็ชรพินิจ

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุรเชษฐ์ ชิระมณี)

..... คณบดีคณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ พรรณยุพา นพรัก)

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

เรื่อง: แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

ผู้ศึกษาค้นคว้า: ณัชชา เพ็ชรพินิจ, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: รป.ม. (นโยบายสาธารณะ), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2562

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุรเชษฐ์ ชิระมณี

คำสำคัญ การคัดสรร OTOP, OTOP, ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์, การพัฒนา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกระดับมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์ 1 ประการ คือ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประธานหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 18 กลุ่ม แบ่งเป็น อำเภอเมือง 2 กลุ่ม อำเภอแม่ใจ 2 กลุ่ม อำเภอดอกคำใต้ 1 กลุ่ม อำเภอปง 3 กลุ่ม อำเภอเชียงคำ 3 กลุ่ม และอำเภอภูซาง 7 กลุ่ม การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Intviews) การวิเคราะห์แบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และแบบองค์รวม(Holistic)

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น นั้นมีอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ 1) กลุ่มและการบริหารจัดการภายในกลุ่ม โดยกลุ่มจะเป็นกลุ่มมีโครงสร้างมีการบริหารจัดการกลุ่มประกอบด้วยการผลิต การตลาด การเงินและการบัญชี และการจัดการทรัพยากรบุคคล 2) สมาชิกและการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยกลุ่มจะมีการประชุมกันภายในทุกเดือนเพื่อระดมความคิด และจะมีการเข้าร่วมการฝึกอบรม การศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาตนเองและนำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 3) การช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชนเริ่มตั้งแต่การบริหารจัดการภายในกลุ่มด้านการผลิต การจัดหาวัตถุดิบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด ช่องทางการจำหน่าย การตั้งราคา และการบัญชีโดยจะมีการสอนจัดทำบัญชีอย่างง่ายโดยให้สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบ รวมไปถึงการอบรมเพื่อขอมาตรฐานการรับรองต่าง ๆ เพื่อใช้ในการคัดสรร 4) ผู้นำจะประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 7 ประการ คือ 1. มีความซื่อสัตย์จริงใจ 2. มีความยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอ 3. มีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิก 4. รักการเรียนรู้ 5.กล้าตัดสินใจ รู้จักที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้ง 6. มีวิสัยทัศน์ 7. การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ แนวการพัฒนาสำหรับผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่มีระดับมาตรฐานอยู่ในระดับเท่าเดิมและมาตรฐานที่ลดลงนั้น ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มและการบริหารงานภายในกลุ่ม การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิกการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนในด้านต่าง ๆ และพัฒนาผู้ประกอบการให้มีลักษณะของผู้นำ 7 ประการตามข้างที่กล่าวมา

Title: GUIDELINES FOR DEVELOPING AND RAISING THE STANDARD OF THE PRODUCTS UNDER THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT" PROJECT: A CASE STUDY OF PHAYAO PROVINCE

Author: Natcha Pechpinij, Independent Study: M.P.A. (Public Policy), University of Phayao, 2019

Advisor: Associate Professor Dr. Surachet Chiramanee

Keyword OTOP, OTOP Selection, Development, One Tambon One Product

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ABSTRACT

The study entitled "Guidelines for developing and raising the standard of the "One Tambon One Product" (OTOP): A case study of Phayao Province has an aim to seek a way to develop the products under the OTOP project in order to have a higher standard. The target participants used were 18 groups of the chairmen or the owners of the products (i.e. two groups of Muang District, two groups of Mae Chai District, one group of Dok Khamtai District, three groups of Pong District, three groups of Chiang Kham District, and seven groups of Phu Sang District). The data were obtained from structured interviews (using an in-depth interview approach) and the data analysis process was done by the use of interactive analysis and holistic analysis.

Results of the data analysis suggested four possible aspects to be used to develop the OTOP's standard. They included: 1) Groups and the management within the group – the groups have to have a structure and their group management should consist of production, marketing, finance and accounting,and human resource management; 2) Members and their participation – the groups need to have a monthly meeting to brainstorm ideas, and they should participate in training to self-develop and to gain knowledge for the group's product development; 3) The assistance from public/ private sectors – beginning with the management within the production group, the procurement of raw materials, marketing, market seeking, price setting, accounting (by providing easy accounting instruction and requesting the group to take responsibility as well as training them to request various standards used in certification and selection; 4) Leaders who possess seven important characteristics including: 1. being honest, sincere, and straightforward 2. being flexible and always be open to listen to others' opinions; 3. being prepared for themselves and other members; 4. being passionate to learn; 5. being encouraged to decide and knowing how to deal with conflicts; 6. having a vision; and 7. being concerned about public interests. From the results received, this study has some suggestions for the OTOP products that have the same and lower standard levels. That is, there should be a study concerning more about the groups; their administration within the group, their learning and members' participation, different supports that they received from public/ private sectors, and their development of entrepreneurs to have the seven characteristics of the leaders as mentioned above.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเชษฐ์ ชิระมณี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขจนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ในการตรวจเครื่องมือวิจัยให้คำแนะนำปรับปรุงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้เพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนคณาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และประสบการณ์ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่กรุณาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ณัชชา เพ็ชรพินิจ

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4

ขอบเขตของการวิจัย 4

ข้อตกลงเบื้องต้น 5

นิยามคำศัพท์ 5

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย 5

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6

กรอบแนวคิดการวิจัย 6

แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) 7

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ 8

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม 11

การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม 12

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม 13

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา 14

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร 15
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 29
การเก็บรวบรวมข้อมูล 29
การวิเคราะห์ข้อมูล 30
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 31
บทที่ 5 บทสรุป 51
สรุปผลการวิจัย 51
อภิปรายผลการวิจัย 53
ข้อเสนอแนะ 59
บรรณานุกรม 60
ภาคผนวก 64
ประวัติผู้วิจัย 84

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงกลุ่มประชากรเป้าหมาย.....27

ตาราง 2 แสดงผลการเปรียบเทียบข้อมูลผลการคัดสรรผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในระยะเวลา 2 ปี ล่าสุด 31

ตาราง 3 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ.....32

ตาราง 4 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกอายุ 33

ตาราง 5 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามการศึกษา.....33

ตาราง 6 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นลักษณะของกลุ่ม 34

ตาราง 7 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่ม 34

ตาราง 8 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นประเภทลักษณะที่ทำการกลุ่ม.....35

ตาราง 9 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นโครงสร้างกลุ่ม 35

ตาราง 10 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นความเป็นมาของกลุ่ม 36

ตาราง 11 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม.....36

ตาราง 12 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นกฎระเบียบของกลุ่ม 36

ตาราง 13 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต 37

ตาราง 14 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับจำนวนผลผลิตที่ผลิตต่อเดือน.....37

ตาราง 15 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการผลิต.....38

ตาราง 16 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง.....38

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 17 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการทำสต๊อกวัตถุดิบ 39

ตาราง 18 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับแหล่งที่มา ของวัตถุดิบ 39

ตาราง 19 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ 40

ตาราง 20 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....40

ตาราง 21 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 41

ตาราง 22 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับราคา..... 41

ตาราง 23 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับช่องทาง การจัดจำหน่าย.....42

ตาราง 24 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางตลาดออนไลน์.....42

ตาราง 25 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด.....43

ตาราง 26 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกหรือแรงงานในกลุ่ม 43

ตาราง 27 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการใช้ช่างฝีมือและทักษะ.....44

ตาราง 28 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการคัดเลือกคนเข้ามาเป็นสมาชิก 44

ตาราง 29 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ 45

ตาราง 30 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก.....45

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 31 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับสวัสดิการของสมาชิก 46

ตาราง 32 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย 46

ตาราง 33 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับแหล่งเงินทุน 47

ตาราง 34 แสดงการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก 47

ตาราง 35 แสดงการสนับสนุนจากภาครัฐ/ภาคเอกชน 48

ตาราง 36 แสดงลักษณะของผู้นำ 49

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 แสดง กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา.....6

ภาพ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารบ้านก๊อหลวง 71

ภาพ 3 แสดงผลิตภัณฑ์รองเท้าเทวราช คุณอิทธิ มนต์ชูตา..... 71

ภาพ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ฉลุลายไม้จากเศษไม้ กลุ่มฉลุไม้จากเศษไม้..... 71

ภาพ 5 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้า กลุ่มทอผ้าบ้านป่าคา.....72

ภาพ 6 แสดงผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำหว้าอบตราเรือนไทย กลุ่มอาชีพกล้วยอบเรือนไทย 72

ภาพ 7 แสดงผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ 73

ภาพ 8 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักโคเชต์ คุณศรีพรรณ วงศ์ประเสริฐ.....73

ภาพ 9 แสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าผักตบชวา กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง 74

ภาพ 10 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายถักและปักมือ คุณสุดา ธีรวณิชนันท์.....74

ภาพ 11 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้งใยกัญชง กลุ่มสตรีประชาภักดี.....75

ภาพ 12 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา กลุ่มผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา 75

ภาพ 13 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักสตรี คุณมยุรี วงศ์ประเสริฐ 76

ภาพ 14 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักมือชาวเขา คุณกมล เลิศจินดาวัฒน์.....76

ภาพ 15 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักโคเชต์ กลุ่มถักโครเชต์บ้านธาตุภูซาง 77

ภาพ 16 แสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายจากหญ้าแฝก กลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์จากหญ้า แฝกบ้านก๊อซาว.....77

ภาพ 17 แสดง ผลิตภัณฑ์แคบหมูอัจฉรา กลุ่มแม่บ้าเกษตรสันกลาง 78

ภาพ 18 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักนิ๊ตติ้ง กลุ่มผ้าถักโครเชต์นิตติ้ง.....78

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 uP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) มีกรอบแนวคิดในการพัฒนาการผลิตและการบริการให้ประชาชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ในส่วนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศ การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจให้มีการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในหลายปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพต่อเนื่องกันมาเป็นเวลาหลายปีซึ่งมีผลกระทบมาจากเศรษฐกิจของโลก และผลจากเศรษฐกิจภายในของประเทศเอง ตามกรอบแนวคิดดังกล่าวข้างต้น การพัฒนา 5 ปีต่อจากนี้จะเน้นการพัฒนา ให้เศรษฐกิจมีเสถียรภาพ เติบโตอย่างมีศักยภาพ ส่งเสริมภาคการส่งออกของไทยซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยให้ขยายตัว การลงทุนของภาครัฐและภาคเอกชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดความร่วมมือกันมากขึ้นของประชนและผู้ประกอบการในการค้า การลงทุนให้เข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น ภาคเกษตรเน้นเกษตรกรรมที่ยั่งยืน ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวให้มีรายได้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ประกอบด้วยการบริหารการจัดการเศรษฐกิจส่วน การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงิน และสถาบันการเงินให้สามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต และการบริการ เชื่อมโยงภาคการเกษตร อุตสาหกรรม บริการ การค้าการลงทุนเพื่อยกระดับการแข่งขันของประเทศ โดยมีการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย และกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม และอำนวยความสะดวก ด้านการค้า การลงทุน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

เมื่อประเทศเผชิญปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาที่สำคัญของประชาชนในระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศนั้น คือ ปัญหาความยากจน โครงการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่ให้คนในชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้พัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ที่ทันสมัย การบริหาร และการจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการ รวมไปถึงการนำสินค้าสู่ตลาดทั้งใน และต่างประเทศ โดยระบบเครือข่ายการใช้เทคโนโลยี การส่งเสริมและสนับสนุนนี้เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติหรือเรียกย่อว่า “กอ.นตผ” มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ แผนแม่บทในการดำเนินงานกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีและประสิทธิภาพโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการเพิ่มอาชีพ และรายได้ให้กับชุมชนในระดับรากหญ้า ซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับผิดชอบทั้งในส่วนของกระทรวง ทบวง กรม และฝ่ายสนับสนุนที่เป็นเอกชนและถือเป็นรูปแบบของการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่ดีที่สุดในรูปแบบหนึ่ง กอ.นตผ ได้ริเริ่มโดยมีการคัดสรร OTOP ระดับจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ โดยโครงการ OTOP Product Champion–OPC โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และเพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ 1) ประเภทอาหาร 2) ประเภทเครื่องดื่ม 3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย 4) ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก 5) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์

1129716974 UP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

(Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน ดังนี้ ระดับ 5 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 90–100 คะแนน เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 80–89 คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70–79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนา สู่ระดับ 4 ดาว ระดับ 2 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 50–69 คะแนน เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ ระดับ 1 ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนายาก ได้ซึ่งก่อนการคัดสรรภาครัฐจะจัดฝึกอบรม สัมมนาให้กับผู้ผลิตที่ลงทะเบียน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบครบกระบวนการโดยเริ่มตั้งแต่การลงทุน การดูต้นทุนการผลิตของสินค้าหรือบริการแต่ละชิ้น ต่อหน่วยมีต้นทุนเท่าไหร่ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้วยการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าทำให้สินค้าหรือบริการนั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เมื่อเกิดการผลิตสินค้าและบริการเกิดขึ้นภาครัฐจะเข้าไปช่วยในการบริหารการผลิต และแนะนำเรื่องการจัดการรวมไปถึงการช่วยแนะนำเรื่องการตั้งราคาขายของผลิตภัณฑ์หรือบริการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เป็นการสร้างความเจริญและยกระดับรายได้ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ สร้างจุดเด่น และความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ในภูมิภาคต่าง ๆ ที่สำคัญมีการจัดการด้านการตลาดที่ดีสามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศทั้งนี้หลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self–Reliance–Creativity) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ซึ่งตามแนวคิด”หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” “ผลิตภัณฑ์” ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่รวมไปถึงการบริการในด้านต่าง ๆ ซึ่งสินค้า และบริการนั้นจะเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์และยกระดับสินค้าโดยสร้างนวัตกรรมที่กลมกลืนกับวิถีชุมชน รูปแบบสินค้ามีความร่วมสมัยมีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลกมีการพัฒนาศักยภาพที่สามารถทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจ กรมการพัฒนาชุมชน, ม.ป.ป.)

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตามที่รัฐบาลได้ดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2544 เพื่อสร้างเศรษฐกิจให้เข้มแข็งโดยมั่นคงก้าวหน้าไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากล สนับสนุนการดำเนินงานด้านองค์ความรู้เทคโนโลยีทุนบริหารจัดการพร้อมทั้งตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนชุมชนและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างจังหวัดการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาที่ผ่านมามีผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีแต่ในขณะเดียวกันก็ยังประสบปัญหาโดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา และผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 1 ถึง 3 ดาวในบางส่วนจะมีข้อจำกัดในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานที่จะทำรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่สวยงามโดดเด่นและไม่ตอบสนองกับความต้องการของตลาดผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้กลุ่มระดับ 1 ถึง 3 ดาวหรือกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนามีการพัฒนาระดับยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2560)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น : กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกระดับให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา พื้นที่ 9 อำเภอในจังหวัดจังหวัดพะเยา

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ จำนวน 18 กลุ่ม กลุ่มเป้าหมายมาจากผลการเปรียบเทียบข้อมูลผลการคัดสรรผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในระยะเวลา 2 ปีล่าสุด คือ 2557–2559 ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการเพิ่มมาตรฐาน(การเพิ่มดาว) ของผลิตภัณฑ์ ในปี 2557-2559 ซึ่งการคัดสรรจะถูกดำเนินการขึ้นทุก ๆ 2 ปี โดยกรมการพัฒนาชุมชนจะเป็นผู้กำหนดแนวทางหลักเกณฑ์

นิยามคำศัพท์

1. การพัฒนา หมายถึง การทำให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับ 1-2 ดาว ให้มีระดับมาตรฐานที่สูงขึ้นเป็นระดับ 3-5 ดาว

2. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ให้มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ทั้งนี้มีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

3. การคัดสรร OTOP คือ จัดระดับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนา จัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

4. OTOP คือ ONE TAMBON ONE PRODUCT “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตัวเองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

จะทำให้ทราบแนวทางการยกระดับเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

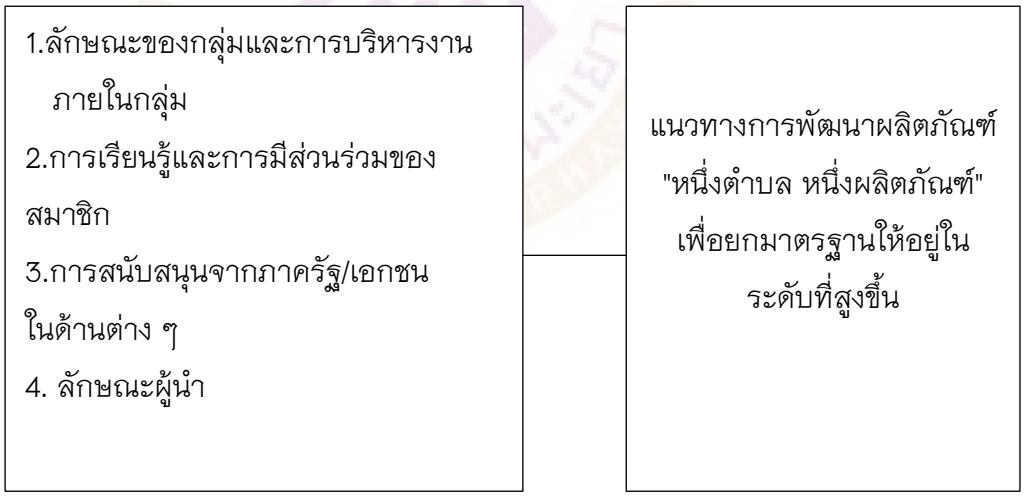
บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดการวิจัย
2. แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP)
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ
4. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม
5. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา
7. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 แสดง กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตราฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP)

นโยบายการพัฒนาในประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1–7 ให้ความสำคัญในการพัฒนาการเจริญเติบโต แต่ทั้งนี้ได้สร้างปัญหาสังคมซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนจนกระทั่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จึงได้สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเน้นที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิต การมีส่วนร่วมของประชาชนและความเข้มแข็งชุมชนแต่ทั้งนี้ในช่วงปี 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผลที่สะท้อนว่าแนวทางการพัฒนาดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จ ประชาชนประสบปัญหาความยากจน เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 จึงได้นำเอาแนวพระราชดำริฯ เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางหลักในการแก้ปัญหา ได้แก่การพัฒนาธรรมมาภิบาลความเข้มแข็งของชนชั้นรากหญ้าในสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในชุมชนชนบทและชุมชนเมือง และเพื่อที่จะให้แนวทางดังกล่าวประสบความสำเร็จ จึงต้องนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นวาระแห่งชาติในการแก้ไขปัญหาความยากจน การกระจายรายได้และการพัฒนาทุนทางสังคมด้วยความมุ่งหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของรัฐบาลในแต่ละสมัยที่ได้มีความพยายามที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนจึงมีนโยบายที่จะแก้ไขปัญหาความยากจนโดยเฉพาะประชาชนในระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยภายใต้นโยบาย ดังกล่าว มีโครงการเกิดขึ้นมากมาย อาทิเช่น โครงการกองทุนพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านและชุมชน รวมถึงโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย แต่ละโครงการล้วนมีจุดมุ่งหมายอันเดียวกัน คือการบรรเทาความยากจนซึ่งรัฐบาลได้ดำเนินโครงการดังกล่าวมาโดยตลอด โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(One Tambon One Product: OTOP) เป็นโครงการที่เกิดขึ้นภายใต้ความต้องการสนับสนุนประชาชนระดับรากหญ้า เพื่อให้ประชาชนสามารถพัฒนาศักยภาพของ ชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยการใช้ภูมิปัญญาที่สร้างสมมา ทักษะ วัตถุดิบที่พบได้ในท้องถิ่นและยังรวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการต่อยอดทางภูมิปัญญาอันเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน แม้ว่าโครงการ OTOP จะเน้นให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น การอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมดั้งเดิม ในขณะเดียวกัน ยังต้องตระหนักถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่ตลาดโลก ได้ การริเริ่มโครงการ OTOP เกิดขึ้นในสมัยรัฐบาลพรรคไทยรักไทย นำโดย พตท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร ที่มีนโยบายที่จะขจัดความยากจนให้แก่ประชาชนระดับรากหญ้าซึ่งเป็นประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศโดยมีวัตถุประสงค์คือ สร้างงานสร้างรายได้ตลอดจนความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้เลือนหาย และส่งเสริมการพัฒนา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ทรัพยากรมนุษย์ โดยรัฐบาลได้ยึดเอาแนวคิดโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product : OVOP) ของประเทศญี่ปุ่น มาประยุกต์ใช้ใน ประเทศไทย โดยยึดถือหลักปรัชญา 3 ประการ เช่นเดียวกับของประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรก คือ เพื่อใช้ OTOP เป็นวิธีการหารายได้เสริมของประชาชนท้องถิ่น และประการที่สอง คือเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โครงการ OTOP ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาลซึ่งเป็นโครงการภายใต้นโยบายของรัฐบาลอันมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ควบคุม ดูแลและกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงาน เป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ และมีคณะกรรมการ ระดับจังหวัดและระดับอำเภอจะนำนโยบายดังกล่าวมาสู่การปฏิบัติต่อไป (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจ กรมการพัฒนาชุมชน, ม.ป.ป.)

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

กระบวนการที่ผู้นำโน้มน้าว และใช้อิทธิพลต่อผู้ตามผ่านสายสัมพันธ์เหนียวแน่นด้วนความไว้วางใจ และให้การสนับสนุนตามความเหมาะสามของบริบทที่เป็นอยู่เพื่อบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร หน้าที่ความรับผิดชอบของผู้นำ มีดังนี้ 1) การบริหารงาน (Task Management) ซึ่งผู้นำมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานปัจจุบันตามทิศทางให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการท่ามกลางความหลากหลาย ความซับซ้อน และยากของงานผ่านการสร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้คนสามารถสร้างผลงานอันยอดเยี่ยมสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น การบริหารงานของผู้นำคือ การขับเคลื่อนระบบงานไปสู่เป้าหมายขององค์กรด้วยการมุ่งเน้นที่การดำเนินงานปัจจุบันที่เป็นหลักมากกว่ามุ่งเน้นงานในอนาคต 2) การบริหารคน (People Management) ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการทำงานร่วมกับผู้อื่นภายใต้เป้าหมายเดียวกันผ่านนกสร้างระบบคนที่เหมาะสม และสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ระบบคนจึงต้องได้รับการพัฒนาและเอาใจใส่อย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อศักยภาพสูงสุดในการทำงาน โดยเฉพาะยุคสมัยที่คนถือเป็นทุนทรัพย์ที่สำคัญและมีคุณค่าขององค์กร การดูแลรักษาและพัฒนาระบบคนให้ดีและมีคุณภาพ ย่อมช่วยสร้างการเจริญเติบโตให้กับองค์กร 3) การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการรับมือเปลี่ยนแปลงที่ส่งกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรและเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงนั้นๆ รวมทั้งสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ เพื่อจัดเตรียมองค์กร จัดสรรพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมที่จะรับมือและนำกระแสการเปลี่ยนแปลงด้วยดังนี้ 1) กำหนดทิศทางองค์กรให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลง 2) กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้อง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

กับวิสัยทัศน์และพันธกิจ 3) สนับสนุนส่งเสริมให้คนภายในองค์กรสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเตรียมความพร้อมและพัฒนาคนทำงานให้พร้อมอยู่เสมอ 4) เตรียมความพร้อมและพัฒนาคนทำงานให้พร้อมอยู่เสมอ 5) เปิดโอกาสให้คนทำงานมีส่วนร่วมในการบริการการเปลี่ยนแปลงการบริหารทั้ง 3 ด้านมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันเพราะการบริหารแต่ละด้านล้วนเป็นส่วนส่งเสริมเติมเต็มซึ่งกันและกัน และจะขับเคลื่อนองค์ไปสู่ความสำเร็จ (พัชรา วาณิชวศิน, 2560)

ภาวะผู้นำในยุค 4.0 ในพลวัตศววรรษที่ 21

การพัฒนาและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร บุคลากร และผู้ที่มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนา ตระหนักรู้หน้าที่ความรับผิดชอบ ความเสมอภาค ยึดหลักธรรมาภิบาลบริหารจัดการให้บรรลุเป้าหมายการรองรับการเปลี่ยนแปลงนั้น หากพิจารณาจะพบความเกี่ยวโยงสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยเป็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยภายใน” เพื่อให้ทันและเข้ากับสิ่งภายนอกที่เกี่ยวข้องกันเป็น “ปัจจัยภายนอก”เพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งภายในได้รับความกระทบกระเทือนเสียหาย “ทักษะผู้นำ 4.0” คือ ความสามารถที่จะชักนำ บุคลากรให้ปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยกระบวนการ ที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน จะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรม ได้แก่ ทักษะการนำบุคลากร ทักษะความรู้ ทักษะการก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และทักษะการใช้เทคโนโลยี ของการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การมุ่งเน้นพัฒนาองค์กร การมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากร การมุ่งเน้นความร่วมมือ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงปัจเจคบุคคล และประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ (พรชัย เจดามาน, 2560)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

ผู้นำมีต่อผู้ร่วมงาน และผู้ตามโดยเปลี่ยนแปลงความพยายามให้สูงขึ้นพัฒนาความสามารถ ให้เพิ่มมากขึ้นโดยทำให้ทุกนในองค์กรรู้ภารกิจขององค์กร ร่วมกันทำงานเป็นทีมและจูงใจเพื่อประโยชน์ของกลุ่มองค์การหรือสังคมซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามนี้จะกระทำโดยการที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่างเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจ และต้องการเลียนแบบผู้นำ มีการสร้างแรงบันดาลใจสร้างแรงจูงใจที่เกิดจากภายใน การทำงานเป็นทีมโดยใช้ความคิดในแง่บวก ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังที่ผู้นำต้องการอย่างชัดเจนผู้นำจะอุทิศตนจะแสดงให้เห็นความเชื่อมั่น และความตั้งใจว่าจะสามรถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) การที่ผู้นำตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับองค์กร และช่วยให้เกิดข้อสรุปที่ดีกับทุกฝ่ายเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและการแก้ปัญหา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

อย่างเป็นระบบมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีการตั้งสมมุติฐานการเปลี่ยนกรอบ (Reframing) การมองปัญหา และการเผชิญกับสถานการณ์เก่าๆด้วยวิถีทางใหม่แบบใหม่ ๆ มีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆในการพิจารณาปัญหาและการหาคำตอบของปัญหามีการให้กำลังใจผู้ตามให้พยายามหาทางแก้ปัญหาด้วยวิธีใหม่ๆ ผู้นำจะกระตุ้นให้แสดงความคิดสร้างความเชื่อมั่นว่าปัญหาทุกอย่างต้องมีวิธีแก้ไข ผู้นำจะดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเข้าใจความรู้สึกให้ความสำคัญผู้นำจะเป็นทั้งโค้ช และที่ปรึกษาให้กับผู้ตาม โดยผู้นำจะสามรถพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและคนในองค์กรให้สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้นำจะให้โอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่สร้างบรรยากาศของการให้การสนับสนุน คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านความจำเป็นและความต้องการ การประพฤติของผู้นำแสดงให้เห็นว่าเข้าใจและยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลเปิดโอกาสให้ผู้ตามได้ใช้ความสามารถพิเศษอย่างเต็มที่และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่ท้าทายความสามารถผู้นำจะดูแลผู้ตามว่าต้องการคำแนะนำการสนับสนุนและการช่วยให้ก้าวหน้าในการทำงานที่รับผิดชอบอยู่ (แพรภัทร ยอดแก้ว, 2555)

ภาวะผู้นำกับทศวรรษแห่งการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำกับทศวรรษแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นยุคที่กล่าวกันว่าเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง ทุกองค์การต้อง เผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับสังคม ระดับองค์การ ระดับกลุ่ม และระดับบุคคล ทั้งในด้านสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ค่านิยม ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี และอื่น ๆ และผลจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลทั้งทางบวกและทางลบ การเป็นผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Evolutionary Leadership) คือ การผสมผสานระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมการส่งเสริมความรวดเร็วและความยืดหยุ่นเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดในระบบเศรษฐกิจแบบใหม่การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องกล้าหาญที่จะทิ้งรูปแบบการค้าเก่า ๆ ท้าทายความเชื่อและสมมติฐานเดิม ๆ ยกเลิกระบบที่ทำกันมานานเป็น การเรียนรู้จากระบบเก่าเพื่อนำไปสู่แนวทางใหม่ เพื่อความอยู่รอดในอนาคตสิ่งที่สำคัญที่สุดของการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงหาใช่เป็นการเชื่อมต่อสื่อสารทางเทคโนโลยี แต่เป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างคนกับคน และการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังหมายถึงการค้นหาแนวทางใหม่ในการเป็นผู้นำ กล่าวคือ แนวทางในการกระตุ้นพนักงานที่เราแทบไม่ได้พบกันทุกวันแนวทางใหม่ ๆ การถ่ายทอดวิสัยทัศน์การสร้างวัฒนธรรมการทำงานใหม่ ๆ และแนวทางใหม่ ๆ ที่จะคำนึงว่าบริษัทคืออะไร หรือควรให้บริษัทมีลักษณะอย่างไร ผู้นำการเปลี่ยนแปลงควรมีคุณลักษณะดังนี้ 1) มีความซื่อสัตย์จริงใจ 2) มีความยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอ 3) มีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิก 4) รักการเรียนรู้ 5) กล้าตัดสินใจ รู้จักที่จะแก้ปัญหา

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ความขัดแย้ง 6) มีวิสัยทัศน์ 7) การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม จากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการแข่งขัน วิธีที่จะทำให้ผู้บริหารประสบความสำเร็จสูงสุด คือ ผู้บริหารต้องเปลี่ยนแปลงตนเอง ความเป็นผู้นำจะเกิดขึ้นเมื่อการบริหารจัดการทำให้เกิดแรงจูงใจ และนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อผู้ตาม ความเป็นผู้นำถือว่าเป็นรูปแบบพิเศษของการใช้อำนาจ (Special form of power) (นงเยาว์ คำตา, ม.ป.ป.)

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม

บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกัน มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน เพื่อให้กิจกรรมนั้น บรรลุจุดหมายปลายทาง ที่กลุ่มกำหนดไว้ โดยที่ทุกคนอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขด้วย โดยมีสาเหตุของการเกิดระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง การถูกชักชวนพอใจในเป้าหมาย การได้รับคัดเลือกหรือแต่งตั้ง ความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมงานบางอย่างด้วยกัน ปกป้องผลประโยชน์ โดยความสำคัญของกลุ่ม คือ 1) ด้านการพัฒนาบุคคลกลุ่มสามารถพัฒนาบุคคลที่เป็นสมาชิกได้เป็นอย่างดีการดำเนินงานในกลุ่มหลายอย่างจะสนองความพึงพอใจของบุคคลแตกต่างกันไป เป็นต้นว่า สนองความต้องการด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ความรู้สึกปลอดภัยความต้องการการยอมรับของกลุ่มรวมทั้งการพัฒนาทางด้านอารมณ์ สังคม สติปัญญา ความสนใจและความสามารถอีกด้วย 2) ด้านการวินิจฉัย ผู้นำกลุ่มจะสามารถสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มได้ ทำให้เข้าใจแล้วมองเห็นลักษณะแบบต่าง ๆ ของสมาชิก บางคนไม่สามารถติดต่อกับคนอื่นได้ บางคนก้าวร้าว บางคนยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง ลักษณะดังกล่าวถ้าบุคคลไม่เข้ากลุ่มจะไม่มีโอกาสสังเกตเห็นได้เลย ดังนั้น ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกสามารถวินิจฉัยหรือประเมินลักษณะและพฤติกรรมเหล่านั้นได้ และจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจบุคคลในกลุ่มได้ดีขึ้น 3) ด้านการปฏิบัติงานการปฏิบัติงานเป็นกลุ่มสมาชิกกลุ่มจะมีโอกาสคิดร่วมกันวางแผนร่วมกันประสานงานกัน และทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ผลผลิตทั้งหลายทั้งปวงในโลกปัจจุบันนี้เป็นผลงานของกลุ่มคนแทบทั้งสิ้น กลุ่มจึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานอย่างมากประเภทของกลุ่ม 1) กลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ (Primary and Secondary Group) การแบ่งกลุ่มแบบนี้ยึดถือความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่มเป็นหลัก นั่นคือ พิจารณาความเกี่ยวข้องมาก–น้อย ชิด–ห่าง ของสมาชิกเป็นสำคัญ กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) เป็นกลุ่มที่สมาชิกมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากมีการพบปะสังสรรค์หรือพบหน้าค่าตากันอยู่เสมอ มีการร่วมมือกันทำงานโดยไม่หวังประโยชน์ตอบแทน ส่วนกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เป็นกลุ่มที่สมาชิกมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นทางการ หรือโดย

หน้าที่ ไม่มีความสัมพันธ์ส่วนตัว 2) กลุ่มทางด้านสังคมและกลุ่มทางจิตวิทยา (Socio-group and Psycho-group) การแบ่งกลุ่มแบบนี้มีรากฐานมาจากจุดมุ่งหมายของการจัดกลุ่มที่แตกต่างกันคือ กลุ่มทางด้านสังคม (Socio-group) กลุ่มประเภทนี้มีจุดมุ่งหมายที่ไม่เกี่ยวข้องกับสมาชิกเป็นรายบุคคล แต่จะมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งหรือแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนกลุ่มทางจิตวิทยา (Psycho-group) เป็นกลุ่มที่สมาชิกมารวมกันตามความพอใจของสมาชิกเอง หรือมีจุดมุ่งหมายเพื่อพบปะกันระหว่างเพื่อนสนิท 3) กลุ่มที่สมาชิกรู้สึกว่าตนเองอยู่ในกลุ่มกับกลุ่มที่สมาชิกรู้สึกว่าตนเองอยู่นอกกลุ่ม (In-Group and Out-Group) กลุ่มประเภทนี้แบ่งตามความรู้สึก และเจตคติของสมาชิกกลุ่มเป็นสำคัญกลุ่มที่สมาชิกรู้สึกว่าตนเองอยู่ในกลุ่ม (In-Group) กลุ่มประเภทนี้สมาชิกมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม และมีความสุขที่จะได้ทำงานกับบุคคลในกลุ่ม เมื่อมีการทำงานทุกคนจะมีเจตคติแบบเห็นอกเห็นใจ มีมิตรภาพต่อเพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานกลุ่ม ส่วนกลุ่มที่สมาชิกรู้สึกว่าตนเองอยู่นอกกลุ่ม (Out-Group) กลุ่มประเภทนี้สมาชิกไม่มีความภาคภูมิใจในกลุ่ม ไม่อยากเป็นสมาชิก ไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ เมื่อมีการทำงานร่วมกัน จำนวนไม่มากนัก ไม่มีระเบียบหรือกฎเกณฑ์หรือกฎหมายรองรับที่ชัดเจนไม่มีการระบุเป้าหมายที่เด่นชัด เกิดขึ้นง่าย สลายตัวง่าย (วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรศุภกุล, ม.ป.ป.)

การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม

“การบริหาร” หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุม การปฏิบัติการในองค์การและการใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรหรืออีกความหมายหนึ่ง คือกระบวนการทำงานเพื่อก่อให้เกิดการทำงานที่เป็นผลสำเร็จด้วยการใช้บุคคลและทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุซึ่งเป้าหมายของความต้องการ

“การมีส่วนร่วม” หมายถึง การมีส่วนในกระบวนการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และควบคุมการปฏิบัติในแต่ละส่วน ๆ อย่างเต็มความสามารถ

“การบริหารแบบมีส่วนร่วม” หมายถึง การที่บุคคลในองค์กรหรือต่างองค์กรได้ร่วมกันเพื่อจัดการงานให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและสำเร็จ โดยขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ข้อจำกัดขององค์กรในแต่ละกระบวนการของการดำเนินการบริหารเป็นเกณฑ์

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ความสำคัญของการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม

1. ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงานที่มุ่งหวัง

2. กระบวนการตัดสินใจสามารถรองรับพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรได้กว้างขวางและเกิดการยอมรับได้

3. เป็นหลักการของการบริหารที่เป็นผลต่อการดำเนินการเชิงวิเคราะห์ด้วยเหตุผล วิวัฒนาการเพื่อความคิด(การเปิดกว้าง) การระดมความคิด (ระดมสมอง) ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจได้

4. ลดช่องว่างของระบบการสื่อสารในองค์กรและขจัดปัญหาความขัดแย้งได้

แนวทางการสร้างและสนับสนุนการมีส่วนร่วม

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์บนพื้นฐานแห่งความที่บุคคลมีความมั่นใจว่าเหตุและผลทางความคิดจะได้รับการสนับสนุน แสดงออกของบุคคล การเปิดโอกาสเพื่อการแลกเปลี่ยนย่อมเป็นผลดีต่อกลุ่มและบุคคลได้ในระดับกระทำเพราะโอกาสเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใด ๆ หรือประสบการณ์มักถูกปิดกั้นด้วยคำสั่งหรือความคิดเบื้องบน การเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนย่อมส่งผลต่อเหตุ และผลในการพัฒนาความคิดต่าง ๆ ได้การสนับสนุนแนวความคิดที่สามารถเป็นแบบอย่างได้ ซึ่งการสนับสนุนแนวคิดเหล่านั้นสามารถดำเนินการในทิศทางของงบประมาณหรืออื่นใดเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลแห่งการสร้างสถานะบุคคลให้ไว้วางใจองค์กรให้ความร่วมมือต่อองค์กรได้มาก สถานการณ์เพื่อการบริหารหรือจัดการผู้บริหารต้องคำนึงถึงสถานการณ์ในการจัดการงานด้วยเสมอเพื่อผลสูงสุด การเลือกแบบการบริหารใด ๆ ย่อมส่งผลต่อการมีส่วนร่วมได้ปัจจุบัน การบริหารส่วนใหญ่ มุ่งแบบการมีส่วนร่วมเพราะเป็นการเปิดโอกาสแห่งบรรยากาศการริเริ่มสร้างสรรค์ การมองหาความคิดเฉพาะในส่วนที่ดีเป็นมุมมองของการบริหารที่ต้องการผลสัมฤทธิ์เห็นความเหมาะสมและทิศทางการเสนอของบุคคลอื่น ๆ ด้วยดี มิใช่มุ่งแนวทางเพื่อความขัดแย้งหรือสร้างฐานการไม่ยอมรับให้เกิดขึ้นจูงใจ ให้เกิดการสร้างกระบวนการความคิดให้เกิดในทุกกลุ่มงาน การสร้างแรงจูงใจย่อมเป็นผลต่อการมีส่วนร่วม (วันชัย โกลละสุต, ม.ป.ป.)

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

เป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของกลุ่มบุคคลในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมอย่างหนึ่ง การมีส่วนในการสนับสนุนที่เป็นไปในรูปของผู้เข้าร่วมมีส่วนกระทำให้เกิดผลของกิจกรรมที่เข้าร่วมมิใช่เป็นผู้ร่วมคิดตัดสินใจหรือผู้ได้รับประโยชน์เท่านั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมพัฒนาไม่ใช่กระทำถึงประชาชนเข้ามาทำกิจกรรมตามที่ได้จัดทำขึ้น และ

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

หมู่บ้านหรือชุมชนมีกิจกรรมและวิธีดำเนินงานของตนเองอยู่แล้ว ประชาชนมีศักยภาพที่จะพัฒนาชุมชนของตนองได้ การที่ประชาชนหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสำหรับการกำหนดนโยบายการพัฒนาที่เป็นกระบวนการขั้นต้นของการวางแผน การพัฒนาชุมชนในส่วนที่เป็นที่อยู่อาศัยในการดำรงชีวิตของตนเองนอกจากนี้ การกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนร่วมกันก็เป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังกล่าว และมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากการบริการรวมทั้งมีส่วนร่วมในการควบคุมประเมินโครงการของชุมชนซึ่งอาจเป็นไปโดยการมีส่วนร่วมแบบตัวแทนหรือเป็นไปโดยการได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วยตนเอง (สรฤทธ จันสุข, 2555)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

การพัฒนา (Development) มีความหมายเป็นสองนัย ก็คือ 1. ในความหมายอย่างแคบ การพัฒนา หมายถึง การประดิษฐ์คิดค้นหรือริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาและนำมาใช้เป็นครั้งแรก เช่นการคิดค้นกระแสไฟฟ้า การกระดิษฐ์เครื่องคอมพิวเตอร์ 2. ในความหมายอย่างกว้าง การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นของระบบต่าง ๆ ในสังคมที่ได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนั้น โดยมีหลักที่ใช้ในการพิจารณาโดยมีจุดเน้นอยู่ที่ลักษณะของการพัฒนา คือการเปลี่ยนแปลงในด้านปริมาณ คุณภาพ และสิ่งแวดล้อม ทุกด้านให้ดีขึ้น หรือเหมาะสมกว่าสภาพที่เป็นอยู่เดิมมีลักษณะ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกันไป แนวคิดที่สำคัญของการพัฒนา ก็คือ ทิศทางของการเปลี่ยนแปลง (Direction for Change) ในลักษณะที่ก้าวหน้าหรือการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นเท่านั้น คำว่า “พัฒนา” เกิดขึ้น และนำมาใช้ครั้งแรกในคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยนักเศรษฐศาสตร์ได้นำมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรป ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงจากการใช้แรงงานคน และสัตว์มาเป็นพลังงาน จากเทคโนโลยี เช่น เครื่องจักร เครื่องยนต์ต่าง ๆ อาชีพของคนในสังคมเปลี่ยนจากเกษตรกรรมเป็นการประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรม วิถีการผลิตเปลี่ยนจากเพื่อการยังชีพเป็นวิถีการผลิตเพื่อการค้าที่อยู่อาศัยเปลี่ยนจากชนบทเป็นเมือง สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนจากสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น หลังจากนั้น คำว่าพัฒนา ก็ได้แพร่กระจายออกไปทั่วโลก ความหมายทั่วไปหมายถึง การกระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามีอยู่สามส่วน คือ ผู้กระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เจตนารมณ์ อุดมการณ์ วิธีการรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (จอมยุทธ แห่งบ้านจอมยุทธ, ม.ป.ป.)

1129716974
up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่มไม่อยู่อย่างโดยเดี่ยว การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว (family) เผ่าพันธุ์ (tribe) ชุมชน (community) สังคม (society) และประเทศ (country) เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติอีกที่ในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” รวมทั้งมี “แนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม” เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา โดยผู้นำกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ในระดับประเทศของภาครัฐในปัจจุบันอาจเรียกว่า “ผู้บริหาร” ขณะที่การควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มนั้น เรียกว่า การบริหาร (administration) หรือการบริหารราชการ (public administration)

ส่วนคำว่า การจัดการ (management) นิยมใช้ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ ในการจัดตั้งเพื่อมุ่งแสวงหากำไร (profits) หรือกำไรสูงสุด (maximum profits) สำหรับผลประโยชน์ที่จะตกแก่สาธารณะถือเป็นวัตถุประสงค์รองหรือเป็นผลพลอยได้ (by product) เมื่อเป็นเช่นนี้จึงแตกต่างจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการสาธารณะทั้งหลาย (public services) แก่ประชาชน

การบริหารและการบริหารจัดการมีแนวคิดมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมซึ่งจะต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม โดยจะต้องมีผู้นำกลุ่มและมีแนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย ซึ่งอาจเรียกว่าผู้บริหารและการบริหาร ตามลำดับ ดังนั้น ที่ใดมีกลุ่มที่นั่นย่อมมีการบริหาร (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, ม.ป.ป.)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล (2559) ได้ศึกษา ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: เปลี่ยนแปลงท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จ พบว่า มีภาวะผู้นำที่เก่งและดีเพื่อนำองค์การไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์การ ผู้นำจำเป็นต้องมีคุณสมบัติ ประการแรก เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ เพื่อหาเส้นทางที่ดีที่สุดให้กับองค์การ ประการที่สอง ผู้นำต้องมีทักษะการบริหาร 4 ประการ ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ประพฤติตนเป็น แบบอย่างที่ดี ความมั่นใจในการที่จะเอาชนะอุปสรรค และมุ่งสู่เป้าหมาย สร้างความเชื่อมั่น และเป็นที่ยอมรับของ ผู้ร่วมงาน รวมถึงการสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ร่วมงาน 2) การสร้างแรงบันดาลให้ผู้ร่วมงานมีกำลังใจและตั้งใจปฏิบัติงาน ที่ดีและคิดเชิงบวก เพื่อเห็นภาพที่ดีขององค์การ ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงาน มีความสามัคคีในการปฏิบัติงาน เสียสละผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนร่วม 3) การกระตุ้น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ทางปัญญา ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานรู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้เหตุผลและข้อมูลสนับสนุน และเห็นแนวทางใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหารวมถึงการให้อิสระทางความคิด และสนับสนุนวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีขึ้นกว่าเดิม 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและพัฒนาจุดด้อยของตนเองอยู่เสมอ ประการที่สาม ผู้นำต้องมีหน้าที่ในการปรับเปลี่ยน จัดวางและใช้ทรัพยากรในองค์การได้เหมาะสม ประการที่สี่ การสร้างเสริมพลังอำนาจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ด้วยการสร้างกระบวนวิธีที่ทำให้บุคลากร ในองค์การได้ดึงเอาความสามารถของ ตนออกมาใช้ในการปรับปรุง และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เมื่อผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีคุณสมบัติเป็นแบบอย่างที่ดีตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นก็จะนำองค์การก้าวข้ามการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความมุ่งหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความผาสุกในองค์การซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จขององค์การอย่างยั่งยืน

ชัญญา แว่นทิพย์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของอำเภอสุวรรณภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่ากลุ่มที่ประสบผลสำเร็จคือคณะกรรมการมีความโปร่งใสในการบริหารงาน มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ขอตัวเองและสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทอผ้าไหมเป็นอย่างดีโดยมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและสมาชิกทุกคนให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน ซึ่งกลุ่มมีการแสวงหางบประมาณ ช่องทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดการใช้แรงงาน ส่งเสริมให้สมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมและไปศึกษาดูงานเพื่อเรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ส่วนกลุ่มที่ไม่ประสบผลสำเร็จคือคณะกรรมการไม่มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งกลุ่มไม่มีการแสวงหางบประมาณ ช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเป็นรูปแบบเดิม ๆ ไม่มีการพัฒนาลวดลายไม่มีการนำเทคนิคนาโนมาใช้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ 1. จัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ แผนการตลาดเพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 2. ประสานหน่วยงานภาคีการพัฒนามาให้ความรู้กับ สมาชิกในด้านต่าง ๆ 3. มีการส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์ และการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ 4. ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มต้องได้มาตรฐาน 5. ควรสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้เป็น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

เอกลักษณ์ของกลุ่ม 6. ควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล 7. มุ่งการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล และจิรศักดิ์ จิยะจันทน์ (2561) ได้ศึกษา แนวทางการบริหารจัดการองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอทอป กรณีศึกษา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในพื้นที่ภาคใต้ พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรที่ดีเริ่มตั้งแต่การกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการ การแบ่งหน้าที่งาน การกระจายงานความยืดหยุ่นและคล่องตัว ในการดำเนินกิจกรรมนอกจากนี้องค์กรต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และนำสู่การปฏิบัติ โดยกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมกับวิสาหกิจคือกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์คุณลักษณะจำเพาะ ด้านราคาต้องมีการกำหนดราคาที่ดีสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์การส่งเสริมการขายควรใช้การส่งเสริมการขายที่ไม่ใช่โฆษณา (Below the line) และสามารถสื่อสารตรงลูกค้าเป้าหมาย ในด้านบุคลากรผู้นำกลุ่มจัดเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญ ต้องสรรหาผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูงมีความสามารถในการปกครองคน รูปแบบการบริหารจัดการเน้นการบริหารจัดการตามแผนชุมชน และแผนวิสาหกิจมีการควบคุมจัดการในทุกกระบวนการของการผลิต ในด้านทักษะ สำหรับระบบที่ต้องนำมาใช้ในการควบคุมงานและกลุ่มคือ ระบบจีเอ็มพี นอกจากนี้ต้องส่งเสริมให้กลุ่มมีทักษะด้านการผลิต และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านค่านิยม กลุ่มควรมีค่านิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและผลิตภัณฑ์จากชุมชน ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จเชิงธุรกิจต้องมีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำสูง ดังนี้ 1) ให้ความสำคัญกับชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเองโดยมีการบริหารจัดการกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่มมีการดำเนินงานโดยอาศัยหลักการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ และร่วมแก้ไขพัฒนา 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยเน้นการใช้วัตถุดิบของท้องถิ่น 3) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญา เช่น การผลิตสบู่จากสมุนไพรจากการเผาถ่านมาเป็นส่วนผสม การใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ประดิษฐ์คิดค้นเพื่อประหยัดต้นทุน การสร้างฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัยกับกาลปัจจุบัน การส่งเสริมให้มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เช่น กิจกรรมด้านสังคมชุมชน งานบุญประเพณีต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อชุมชนเกิดความเข้มแข็ง การพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่เกิดในกลุ่มโดยมีการให้ชุมชนต่าง ๆ หรือผู้สนใจเข้าเรียนรู้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนานอกจากนี้จากการวิจัยพบว่า

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

พฤติกรรมผู้นำที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนคือ การบริหารจัดการทีม การสร้างขวัญกำลังใจและการสร้างแรงบันดาลใจในทีม

อัญชลี ชุมนุม และธรรมนิตย์ วราภรณ์ (2557) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการมีส่วนร่วมที่มีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินงานของกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่ พบว่า 1). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของประธานกองทุน หลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่ได้จากการสังเคราะห์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพให้เป็นไปตามแนวทาง และวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ดังนั้น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของประธานกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย (Objective and Goal) ของกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น ตลอดจนเป็นผู้ที่มีบทบาทและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น สามารถชักจูง สั่งการหรือชี้นำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency) 2) การมีส่วนร่วมของประธานกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่ ที่ได้จากการสังเคราะห์ประกอบด้วย5 องค์ประกอบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความร่วมมือในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประธานกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นที่มีต่อการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น กระบวนการจัดการและ ผลการดำเนินงานของกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่ มี 4 ประเด็น ได้แก่ คุณลักษณะของผู้นำ ความชัดเจนของนโยบาย และแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับปัญหาของชุมชน วัตถุประสงค์ของกองทุนฯ และการมีส่วนร่วมเครือข่ายและผู้เกี่ยวข้อง

กฤษณะ ดาราเรือง (2559) ได้ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOP หมูฝอยกรอบโกเนียร พบว่า การจัดทำกลยุทธ์การแข่งขันประกอบด้วย การให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้ากับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐอย่างต่อเนื่องการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐและสถานศึกษาการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้า และบรรจุภัณฑ์รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่าง พัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ การสร้างเครือข่ายมีการรับรู้ข่าวสาร กระบวนการผลิต การตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้า

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีระบบการบริหาร การเงินและบัญชีที่ถูกต้อง และการศึกษาการพัฒนา OTOP ในภาคกลาง พบว่า ศักยภาพการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะประกอบด้วย การวางแผนและการพัฒนากลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านการตลาด

พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ, ชมพูนุท โมราชาติ และกัญญา จึงวิมุติพันธ์ (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอทอป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พบว่า ศักยภาพของการดำเนินงานกลุ่มโอทอป ที่ควรได้รับการพัฒนา ได้แก่ ด้านการบริหารการผลิต ด้านบริหารการจัดการองค์กร ด้านการบริหารด้านการตลาด และการบริหารการเงิน ซึ่งผลสรุปของการวิจับพบว่า

การบริหารจัดการองค์กร มีการบริหารจัดการองค์กรเป็น 2 ระดับ คือ ระดับปฐมภูมิ เป็นการเริ่มก่อตั้งกลุ่ม การบริหารจัดการ การเรียนรู้การบริหารจัดการด้วยตัวกรรมการ และสมาชิกกลุ่มเอง และระดับทุติยภูมิ คือการได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งด้านการฝึกอบรมด้านวิชาการต่าง ๆ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุน การบริหารงบประมาณ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การหาช่องทางจัดจำหน่ายการจัดการองค์กรโดยมีการสร้างการบริหารงานกลุ่มแบบมีโครงสร้างที่ชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ มีการจดทะเบียนให้ถูกต้อง การสร้างกฎระเบียบ มีการประชุมระดมความคิดเห็น เริ่มมีการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย และการปันผลให้กับสมาชิก มีการขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม

การบริหารการผลิต พบว่า กลุ่มสามรถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานโดยมีการนำผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบเพื่อขอการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดและอุตสาหกรรมจังหวัด ผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในครอบครัว กลุ่มและสมาชิกมีการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวหับกระบวนการผลิต การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับวัตถุดิบที่มีและความต้องการของผู้บริโภค

การบริหารการตลาด พบว่า กลุ่มใช้เครือข่ายเป็นช่องทางการตลาด มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ในและต่างประเทศ การตั้งราคาให้สัมพันธ์กับคุณภาพ เน้นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภมิปัญญาท้องถิ่น และการมีอัตลักษณ์ การขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในการช่วยจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

การบริหารการเงิน พบว่า แหล่งเงินทุน มี 2 ประเภท คือ ทุนจากสมาชิก และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การรวมตัวกันของกลุ่มนั้น ก่อตั้งมาจากการระดมทุนของสมาชิก ซึ่งสถานะทางการเงินและศักยภาพการบริหารจัดการด้านการเงินจะสัมพันธ์กับกำลังการผลิตของกลุ่ม การวางแผนด้านการเงิน การจัดทำบัญชี เป็นการบริหารความเสี่ยงภายในกลุ่มและทำให้ทราบ ต้นทุนการผลิตที่แท้จริง นำไปสู่การกำหนดราคาได้

ลักษณาพร โรจน์พิทักษ์กุล (2556) ได้ศึกษา การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน ตำบลกระทุ่มแพ้ว อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า กระบวนการเรียนรู้ จากปัจจัยเงื่อนไขต่าง ๆ ของการประกอบอาชีพทอเสื่อกก เป็นการเรียนรู้จาการการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอเสื่อกก โดยมีแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญคือการเรียนรู้จากคนในครอบครัว และนอกจากนี้ยังได้รับความรู้จากแหล่งอื่นคือ การที่หน่วยงานราชการได้นำวิทยากรที่มีความรู้มาถ่ายถอดเป็นกระบวนการอย่างมีระบบ การเรียนรู้ของชุมชนจึงได้มาจากภายในชุมชนและภายนอกชุมชน อาจจะสรุปได้ว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกก มี 2 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งโครงสร้างทางสังคมของคนส่วนใหญ่ จะเป็นระบบเครือญาติ มีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น เกิดทักษะความชำนาญ จนสามรถปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน 2. ปัจจัยภายนอก เป็นทุนทางสังคม การช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุน ช่วยเหลือ ส่งเสริมทำให้สามารถพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถให้กับคนในชุมชน

ธันยมัย เจียรกุล (2557) ได้ศึกษา ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC พบว่า ปัญหาของ OTOP ที่สอดคล้องกับกรอบการพัฒนา ASEAN SMEs โดยรวมคือปัญหาด้านการขยายตัวของธุรกิจ การบริหารงาน การจักการและการตลาด การผลิต ด้านการเงินและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การใช้เทคโนโลยี และการสนับสนุนจากรัฐ ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐ ควรมีการให้ความช่วยเหลือ 2 ด้าน คือ 1. หน่วยงานจากภาครัฐควรมีการพัฒนาด้านการช่วยเหลือปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมาย ระเบียบ การเข้าถึงในเรื่องเทคโนโลยี การบริการของรัฐ 2. หน่วยงานภาครัฐต้องเป็นผู้ประสานเรื่องข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับอาเซียน และหน่วยงานรัฐควรลดขั้นตอนการซับซ้อนของการช่วยเหลือและสนับสนุน

ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์, พสชนันท์ บุญช่วย และณัฐปภัสร์ เทียนจันทร์ (2558) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาศักยภาพการตลาด ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าชุมชน โดยมีการศึกษาด้านแหล่งที่มาของวัตถุดิบและต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ขายดีที่สุด ผลิตภัณฑ์ใดตรงกับความต้องการผู้บริโภค ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร ผลการศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP เครื่องจักรสาน (ผักตบชวา) ในจังหวัดนครปฐม สรุปดังนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกอาชีพเครื่องจักสารเพราะมีทรัพยากรในท้องถิ่นโดยส่วนใหญ่เลือกอาชีพจักสานเป็นอาชีพเสริม นอกจากนี้ยังมีความสามรถออกแบบลวดลายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สามรถทำตามลวดลายที่ผู้บริโภคกำหนดได้ สามารถพัฒนาปรับปรุงลวดลายได้ การกำหนดราคายึดต้นทุนเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีช่องทางการจัดทำหน่ายในร้านค้าปลีก และขายทางเว็บไซต์ มีการจูงใจลูกค้าโดยการลดราคา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้ประกอบการในระดับหนึ่ง เพราะสามารถใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทำให้ลดต้นทุน ส่งผลต่อกำไรในการขายผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการได้ยึดอาชีพการจักสานเป็นอาชีพรอง เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจผับผวนก็จะไม่ได้รับผลกระทบมากนัก ยังสมารถดำเนินกิจการต่อไปได้ด้วยดี มีการพัฒนาปรับปรุงลวดลายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการบอกต่อ และกลยุทธ์การจูงใจลูกค้าด้วยการลดราคาทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกระดับเพราะราคาสินค้าไม่แพงเมื่อเทียบกับสินค้าจากวัสดุธรรมชาติอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวามีข้อได้เปรียบคือ คงทน และอายุการใช้งานยืนยาว นอกจากนี้ ช่องทางการจำหน่ายทางเว็บไซต์สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายและซื้อขายกันง่ายขึ้น

2. แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน OTOP เครื่องจักสาน (ผักตบชวา)ในจักหวัดนครปฐม พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบ OTOP เครื่องจักสาน (ผักตบชวา) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในจังหวัดนครปฐมนั้น มีการพิจารณาจากแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ต้นทุน ปัจจุบันวัตถุดิบหายากมากขึ้นเนื่องจากการกำจัดผักตบชวาขององค์การบริหารส่วนตำบล จึงมีการนำเข้าผลผลิตจากที่อื่นมาทดแทน ส่งผลให้สินค้ามีราคาแพงขึ้น ผู้ประกอบการหันมาผลิตสินค้าเป็นประเภทของใช้ทั่วไป เช่น ตระกร้า กระเป๋า กล่องทิชชู กระเช้าต่าง ๆ กล่องใส่ของ กระปุกใส่ปากกา รองเท้า หมวก และผู้ประกอบการได้ผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว บุคคลภายในพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน การผลิตลวดลายให้ทันสมัยใช้ได้นาน เพราะผลิตภัณฑ์มีอายุการใช้งาน 5-6 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี โดยซักฟอกทำความสะอาดได้ รูปทรงไม่เปลี่ยน ทางผู้ประกอบการจึงมีการหาแนวทางใช้เครื่องจักเย็บต่อเนื่อง มีรูปแบบรูปทรงที่หลากหลาย มีการผลิตลานที่เป็นเอกลักษณ์

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สุชาดา คุ้มสลุด, ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส (2560) ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP จากการศึกษาพบว่ากระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม OTOP ได้แก่การนำเอาภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นไปสู่สากล การพึ่งพาตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์ และการนำทรัพยากรมนุษย์มาบูรณาการในหลากหลายส่วน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) การนำภูมิปัญญาท้อถิ่นสู่สากลเป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์มาสร้างเป็นสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างการใช้ความรู้เดิมที่มีการสืบสานต่อกันมามีการสร้างเรื่องราวกลายมาเป็นกลุ่มแต่ยังมีจำนวนน้อย และจะทำเฉพาะเวลาออกงานตามนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ทางภาครัฐจัดขึ้นโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จะเป็นในลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการะบวนการผลิตซึ่งการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลเป็นการนำทรัพยากรท้องถิ่นที่ชุมชนมีอยู่มาสร้างเป็นสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่าง สร้างเรื่องราว จุดสนใจ และมีที่มาเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ 2) การพึ่งพาตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์ จะเริ่มจากกลุ่มชุมชนร่วมกันวางแผนเพื่อจัดตั้งกลุ่มภายในชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนโดยเป็นการพัฒนาจากภายในชุมชนโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนออกมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามรถจับต้องได้ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม การพึ่งพาตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์เป็นการสร้างให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น การดำเนินงานของคนในท้องถิ่นโดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนให้ความรู้ในด้านเทคนิค การตลาด และการเงิน แต่ในด้านความคิดสร้างสรรค์ กลุ่ม OTOP ส่วนหนึ่งยังมองว่าสินค้ายังคงขายได้เลยไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้นำ และสมาชิกของกลุ่มต่างมีความรู้ ทักษะต่าง ๆ ในลักษณะความรู้พื้นฐานการบริหารธุรกิจ เช่น การจัดการระบบการเงินการบัญชี การจัดการด้านการตลาด และกระบวนการผลิตอย่างกว้างๆ ซึ่งเป็นการอบรมภาพรวม แต่ความรู้และทางทักษะเฉพาะผู้ประกอบการจะใช้รูปแบบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การไปศึกษาดูงานในพื้นที่ที่มีการดำเนินการลักษณะเดียวกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการพัฒนาโดยการให้ความรู้จากการศึกษาดูงาน และอบรมให้ความรู้ และฝึกทักษะต่าง ๆ ให้มีความคิดสร้างสรรค์ และมีคุณลักษณะที่เหมาะสม

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล, วริราภรณ์ ภัทโรวาสน์ และพัชราภรณ์ ลิมปิอังคนันต์ (2558) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 1)ด้านการตลาด มีการวางแผนด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

และจำหน่ายไม่มีตรายี่ห้อ (Brand) ส่วนมากได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนมากเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ 2) ด้านการผลิต มีการวางแผนด้านการผลิต การผลิตไม่ได้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการะบวนการผลิต 3) ด้านการจัดการ มีการจ่ายค่าตอบแทนให้สมาชิกภายในกลุ่มเป็นรายวัน ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงาน ตลอดจนความรับผิดชอบอย่างชัดเจน 4) ด้านการเงินและบัญชี ไม่มีการวางแผนด้านการเงินและบัญชี แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานมาจากหัวหน้ากลุ่มหรือเจ้าของเป็นส่วนมาก จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ แนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน พบว่า 1) ด้านการตลาด แนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน คือ การส่งเสริมมาตรฐานสินค้าระดับสากล การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ การพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ 2) ด้านการผลิต แนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตโดยให้มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่ได้รับมาตรฐาน การพัฒนาฝีมือแรงงานการเข้ารับการฝึกอบรมทักษะและเทคนิคในการผลิตนำไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการจัดการแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน คือ การสร้างความรู้เกี่ยวกับการจัดการ การวางแผนธุรกิจ4)ด้านการเงินและบัญชี แนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน คือ การรับความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยภาครัฐจะเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนโดยเฉพาะด้านเงินทุนเพื่อใช้ในการหมุนเวียนภายในกลุ่ม

ศิรินาถ ราชคำ, วัชราพงษ์ อิทรวงศ์ และฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์ (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ การเปลี่ยนความรู้ การทำงานเป็นทีม กับผลการดำเนินงานของกลุ่ม OTOP กรณีศึกษากลุ่มสนุก (สกลนคร นครพนม มุกดาหาร) พบว่าภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน คือผู้นำที่เน้นการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีอุดมการณ์ วิสัยทัศน์ มีความสามรถในการจูงใจทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน

กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย (2560) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า ศักยภาพด้านการผลิตโดยสินค้าส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดลำปาง มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีการพัฒนาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ กระบวนการผลิตสินค้าเป็นการผลิตโดยใช้มือเป็นหลักจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่สินค้ายังไม่ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงาน สินค้ายังไม่มี

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ศักยภาพด้านการส่งออกแม้ว่าจะมีลูกค้าเป็นจำนวนมาก สินค้ามีคู่แข่งจำนวนมาก ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออกและสินค้ายังไม่เป็นที่ต้องการ และนิยมในตลาดต่างประเทศ ส่วนปัญหาศักยภาพด้านการผลิตสินค้าไม่ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้รับการอบรมด้านการผลิตสินค้าอย่างสม่ำเสมอและไม่อุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย ไม่มีการบริหารจัดการด้านการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาศักยภาพด้านการส่งออกไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออก ไม่ได้รับการส่งเสริมการส่งออกจากหน่วยงานของรัฐบาล ไม่เป็นสมาชิกเครือข่ายการส่งออก ไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งออกสินค้า และไม่สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้เอง แนวทางและรูปแบบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ได้ตามมาตรฐานการส่งออก ปัจจุบันไม่มีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจนมีเพียงชาวบ้านบางกลุ่มที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 5–10 คน รวมตัวกันเพื่อประดิษฐ์ดอกไม้ส่วนมากเป็นดอกไม้ที่ทำมาจากกระดาษสาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเน้นที่ประดิษฐ์ดอกไม้เพื่อประดับพวงหรีด เชิงเทียน ปริมาณการผลิตผลิตเป็นช่วง ๆ ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับการสั่งซื้อของลูกค้า หากช่วงใหนมีปริมาณคำสั่งซื้อจากลูกค้าจำนวนมากจะทำให้การผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวจึงส่งผลให้ยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก นอกจากนี้ในประเด็นลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้านกลุ่มจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์และต้องมีการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

วิภาวดี ผกามาส (2560) ได้ศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มอาชีพเพื่อพร้อมรับการเปิด AEC: กรณีศึกษากลุ่มอาชีพใส้เมี่ยงสมุนไพร จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ด้านบริบทในการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อหาอาชีพเสริม และสร้างรายได้แก่ครอบครัว ปัญหาของกลุ่ม คือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ความรู้และทักษะของแรงงานไม่สม่ำเสมอ และในกานความต้องการและแนวทางการพัฒนา คือ การต้องการด้านการฝึกอบรมในเชิงปฏิบัติ

สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ (2558) ได้ศึกษาช่องทางการการกระจายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ของคนไทยสู่ตลาดอาเซียนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน:กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP แปรรูป อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าด้านศักยภาพด้านการบริหารจัดการจากการรวมกลุ่มกันเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มโดยทำเป็นอาชีพหลักและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าทางการเกษตร ซึ่งมีการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตจากบรรพบุรุษมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่รับผิดชอบกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีสมาชิกทำหน้าที่ทางการตลาดโดยตรง แต่มีประธานกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบ

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ทั้งงานบริหาร และจัดการทางการตลาด ด้านการตลาด พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารเฉพาะถิ่นซึ่งได้รับมาตรฐานสินค้าชุมชน และมีผลผลิตทั้งปีขาดการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพสินค้าให้เป็นมาตรฐานได้ เนื่องจากจะต้องใช้กระบวนการตากแดด 2) ด้านราคา กำหนดราคาขายโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอดของกิจการ โดยการกำหนดราคาแบบราคาตลาดมีการกำหนดทั้งราคาขายส่งและราคาขายปลีก 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการกระจายสินค้าโดยผ่านคนกลาง ทั้งการกระจายสินค้าภายในประเทศ และต่างประเทศมีการจัดแสดงสินค้าช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ระบบการขนส่งสินค้าใช้ยานพาหนะของประธานกลุ่มในการกระจายสินค้า ระบบสินค้าคงคลังมีการสต๊อกสินค้าแต่ยังขาดระบบที่ต่อเนื่องการเบิกจ่ายสินค้าโดยระบบเข้าก่อนออกก่อนระบบคลังสินค้าโดยการใช้สถานที่ผลิตเป็นสถานที่จัดเก็บสินค้า 4) การส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านสื่อของรัฐการประชาสัมพันธ์โดยการให้ศึกษาดูงานการบริจาคเงินทุนเพื่อการศึกษาการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการแถมมีการจัดแสดงสินค้าและให้ทดลองชิมด้านการผลิตมีกระบวนการผลิตที่สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนารูปแบบขึ้นสามารถผลิตได้ทั้งปีมีการวางแผนการผลิตโดยคณะกรรมการ และสามารถทำได้ตามแผนที่กำหนดมีการสร้างเครือข่ายของวัตถุดิบในการผลิตจากชุมชนโดยสนับสนุนให้มีการปลูกต้นลูกจันทน์เพิ่มขึ้นในชุมชนและมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนจำหน่ายด้านการเงินได้มีการจดทะเบียนกลุ่มเงินลงทุนมาจากการระดมหุ้นและได้รับเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐกลุ่มมีการบันทึกรายรับรายจ่ายเป็นลายลักษณ์อักษรแต่ไม่ตรงตามมาตรฐานบัญชีโดยผู้บันทึกบัญชีไม่ใช่ผู้ที่มีความรู้ทางการบัญชีโดยตรงแต่บางกลุ่มขาดการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่องย่างต่อเนื่องปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มคือ ขาดความสม่ำเสมอของกำลังการผลิตการวางแผนทางการตลาดช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อยขาดมาตรฐานการผลิตการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังน้อย การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และการขาดผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดที่ชัดเจนการประเมินศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

ปานศิริ พูนพล และทิพวรรณ พรมลาย (2560) ได้ศึกษาปัญหา และแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์OTOP (ระดับ 1–5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1–5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชน มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดและมีความต้องการการได้รับการพัฒนาความรู้ด้านการผลิตสื่อเครือข่ายสังคม (Social Media) ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าได้มาก และปัญหาด้านช่องทางการจัด

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

จำหน่าย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การที่ผู้ประกอบการยังขาดเงินลงทุนสนับสนุนเพื่อการผลิตและการขยายกิจการ ปัญหาด้านราคาผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารต้นทุน โดยแนวทางในการพัฒนาการตลาดเน้นด้านการจัดการอบรมเพิ่มเติมทักษะความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ด้านการบริหารต้นทุนในการผลิต การหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนเพื่อการผลิตและการขยายกิจการ สนับสนุนการผู้ประกอบการในด้านสื่อเครือข่ายทางสังคม (Social Network) เพื่อเกิดการเพิ่มและขยายช่องทางทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้นหาแหล่งจำหน่ายที่กว้างขึ้นผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น

กฤษณะ ดาราเรือง (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์พบว่าวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลมฯ มีประธานกลุ่มฯ ที่มีความรู้ความสามารถในการนำภูมิปัญญามาใช้ในกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานและรางวัลต่าง ๆ และมีการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับจากชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน แต่ในขณะเดียวกันยังคงมีจุดอ่อนในด้านขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ Brand ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ตราสัญลักษณ์สินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ยังขาดความน่าสนใจ อีกทั้งขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิต การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าภายหลังได้รับการพัฒนาแล้วภาพรวมอยู่ในระดับสูงแสดงให้เห็นว่า ตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้ามีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน แผนกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย 1) ออกงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง 2) แสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด Modern Trade 3) ขยายกลุ่มตลาดในกลุ่มธุรกิจสปา และธุรกิจโรงแรม 4) พัฒนาการดำเนินงานด้วนการตลาด 4.0 ผ่าน Social Media และ Digital Marketing 5) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้า ตลอดจนรูปแบบการจัดกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 6) สร้างBrand Online ผ่าน Social Branding 7) พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ 8) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade 9) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด 10) ส่งเสริมการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(qualitative research) ผู้วิจัยขอนำเสนอวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประธาน หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน เจ้าของรายเดียว จำนวน 18 กลุ่ม แบ่งเป็น อำเภอเมือง 2 กลุ่ม อำเภอแม่ใจ 2 กลุ่ม อำเภอดอกคำใต้ 1 กลุ่ม อำเภอปง 3 กลุ่ม อำเภอเชียงคำ 3 กลุ่ม และอำเภอภูซาง 7 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมาจากผลการเปรียบเทียบข้อมูลผลการคัดสรรผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระยะเวลา 2 ปี ล่าสุด คือ 2557–2559 จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา

ตาราง 1 แสดงกลุ่มประชากรเป้าหมาย

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชื่อกลุ่ม	ประเภท	อำเภอ	การพัฒนา
ถั่วทอดสมุนไพร	กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารบ้านก๊อหลวง	อาหาร	ภูซาง	1 เป็น 2
รองเท้าเทวราช	คุณอิทธิ มนต์ชูตา	เครื่องแต่งกาย	เชียงคำ	2 เป็น 3
ฉลุลายไม้จากเศษไม้	กลุ่มฉลุไม้จากเศษไม้	ของใช้	ปง	2 เป็น 3
ผ้าขาม้า	กลุ่มทอผ้าบ้านป่าคา	เครื่องแต่งกาย	ปง	2 เป็น 3
กล้วยน้ำหว้าอบตราเรือนไทย	กลุ่มอาชีพกล้วยอบเรือนไทย	อาหาร	แม่ใจ	2 เป็น 4
กล้วยกรอบ	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ	อาหาร	แม่ใจ	2 เป็น 3

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ชื่อกลุ่ม	ประเภท	อำเภอ	การพัฒนา
เสื้อถักโคเซต์	คุณศรีพรรณ วงศ์ประเสริฐ	เครื่องกาย	ภูซาง	2 เป็น 3
กระเป๋าผักตบชวา	กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง	ของใช้	เมือง	3 เป็น 4
ผ้าฝ้ายถักและปักมือ	คุณสุดา ธีวณิชนันท์	ของใช้	เมือง	3 เป็น 4
กางเกงผ้าปักม้งใยกัญชง	กลุ่มสตรีประชาภักดี	เครื่องแต่งกาย	ปง	3 เป็น 4
ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา	กลุ่มผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา	เครื่องแต่งกาย	ปง	3 เป็น 4
เสื้อถักสตรี	คุณมยุรี วงศ์ประเสริฐ	เครื่องแต่งกาย	ภูซาง	3 เป็น 4
ผ้าปักมือชาวเขา	คุณกมล เลิศจินดาวัฒน์	เครื่องแต่งกาย	ภูซาง	3 เป็น 4
เสื้อถักโคเซต์	กลุ่มถักโครเซต์บ้านธาตุ ภูซาง	เครื่องแต่งกาย	ภูซาง	3 เป็น 4
กระเป๋าสะพายจากหญ้าแฝก	กลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝกบ้านก๊อซาว	ของใช้	ภูซาง	3 เป็น 4
แคบหมูอัจฉรา	กลุ่มแม่บ้านเกษตรสันกลาง	อาหาร	ดอกคำใต้	4 เป็น 5
เสื้อถักนิ๊ตติ้งสีชมพู	กลุ่มผ้าถักโครเชต์นิตติ้ง	เครื่องแต่งกาย	ปง	4 เป็น 5

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร หรือการศึกษาเอกสาร (Documenttary Research)

เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อเก็บรวบรวมเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสร้างแบบสอบถามเจาะลึกรวมทั้งนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการะบวนการวิเคราะห์ และประมวลผลงานวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interivew)

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Intviews)และเก็บรวบรวมเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non–Partcipant Observation) เพื่อสังเกต ในเชิงสำรวจสภาพทั่วไปและสิ่งแวดล้อมภายในของกลุ่ม ภาวะผู้นำของประธานกลุ่มหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวตลอดจนวิธีการทำงานของกลุ่มเพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวคำถาม และเครื่องมือที่จำเป็นที่ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามมีดังนี้

3.1 สมุดบันทึก (Fieldnote)

3.2 เทปบันทึกเสียง ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informat Interview) และเก็บข้อมูลอื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งการใช้เทปอัดเสียงเพื่อช่วยให้เก็บข้อมูลได้ละเอียดยิ่งขึ้น

3.3 กล้องบันทึกภาพใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อความสมบูรณ์ในการวิจัย

3.4 กล้องถ่ายวีดีโอใช้ในการบันทึกภาพระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อดูลักษณะของผู้ให้ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการอ่านและการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลจากเอกสาร เพื่อเป็นพื้นฐานการดำเนินการวิจัยภาคสนาม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interivew) จากประธานกลุ่ม OTOP หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 18 กลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ทำ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และแบบองค์รวม (Holistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพยายามค้นคว้าหาความสัมพันธ์ ซึ่งอาจมีลักการกระทำตอบสนอง หรือกระทำซึ่งเป็นเหตุให้ตอบสนองอีกอย่างหนึ่ง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจะมีมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญ จึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ด้วยกันเองสร้างขึ้นมา ลักษณะของความสัมพันธ์ของมนุษย์มี 2 ลักษณะคือ เป็นผู้กระทำ (เหตุ) และเป็นผู้รับผลจาการกระทำ (ผล) หรือเป็นทั้งผู้กระทำและถูกกระทำโดยมีทิศทางของการกระทำเป็นทั้งทางตรง ทางอ้อม และแอบแฝง (แทรกซ้อน) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบองค์รวม (Holistic Approach)เป็นการมองภาพความสัมพันธ์ (Interactive) ต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับบุคลหรือสิ่งต่าง ๆในชุมชนที่เราศึกษาแบบตานก หรือการมองจากที่สูง (bird-eyes view) จะทำให้เห็นภาพความสัมพันธ์ย่อย ๆ ของส่วนต่าง ๆ หรือภาพตัดต่อชิ้นเล็ก (Jigsaws) เป็นรูปร่างของภาพขนาดใหญ่ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และทำให้มองเห็นถึงความเชื่อมโยงจากสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆที่จะเชื่อมโยงไปสู่ภาพรวมหรือองค์รวมได้อย่างไร (How) และด้วยเหตุผลใด (Why) (สุรเชษฐ์ ชิระมณี, 2561)

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การทำวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประธานหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวในพื้นที่จังหวัดพะเยาที่มีการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มซึ่งกลุ่มเป้าหมายมาจากผลการเปรียบเทียบ ข้อมูลผลการคัดสรรผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในระยะเวลา 2 ปี ล่าสุด คือ 2557-2559 จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยามาเปรียบเทียบกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงผลการเปรียบเทียบข้อมูลผลการคัดสรรผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในระยะเวลา 2 ปี ล่าสุด

การพัฒนาระหว่างปี 2557-2559	จำนวน
พัฒนาจากระดับ 1 ดาว ไป 2 ดาว	1
พัฒนาจากระดับ 2 ดาว ไป 3 ดาว	5
พัฒนาจากระดับ 2 ดาว ไป 4 ดาว	2
พัฒนาจากระดับ 3 ดาว ไป 4 ดาว	9
พัฒนาจากระดับ 4 ดาว ไป 5 ดาว	2
รวม	**18**

จากตารางสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาตรฐานระดับ 1 ดาว ไปเป็นระดับ 2 ดาว จำนวน 1 กลุ่ม คือถั่วทอดสมุนไพร กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารบ้านก๊อหลวง อำเภอภูซาง 2) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาตรฐานระดับ 2 ดาวไปเป็นระดับ 3 ดาวมี 5 กลุ่ม คือ รองเท้าเทวราช คุณอิทธิมนต์ ชูตา อำเภอเชียงคำ, ฉลุลายไม้จากเศษไม้ กลุ่มฉลุไม้จากเศษไม้ อำเภอปง, กล้วยกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ อำเภอแม่ใจ,

ผ้าขาม้า กลุ่มทอผ้าบ้านป่าคา อำเภอปง, เสื้อถักโคเซต์ คุณศรีพรรณ วงค์ประเสริฐ อำเภอภูซาง 3) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาตรฐานระดับ 2 ดาว ไปเป็นระดับ 4 ดาว จำนวน 1 กลุ่ม คือกล้วยอบน้ำว้าตราเรือนไทย กลุ่มอาชีพกล้วยอบเรือนไทย อำเภอแม่ใจ 4) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาตรฐานระดับ 3 ดาวไปเป็นระดับ 4 ดาว จำนวน 9 กลุ่ม คือกระเป๋าผักตบชวา กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา, ผ้าฝ้ายถักและปักมือ คุณสุดา ธีรวณิชนันท์ อำเภอเมืองพะเยา, กางเกงผ้าปักกม้งบนผ้าใยกัญชง กลุ่มสตรีประชาภักดี อำเภอเชียงคำ, ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา กลุ่มผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา อำเภอเชียงคำ เสื้อถักสตรี คุณมยุรี วงศ์ประเสริฐ อำเภอภูซาง, ผ้าปักมือชาวเขา คุณกมล เลิศจินดาวัฒน์ อำเภอภูซาง, เสื้อถักโคเซต์ กลุ่มถักโครเชต์บ้านธาตุภูซาง อำเภอภูซาง, ผ้าทอเจ็ดสี กลุ่มทอผ้าบ้านฮวกหมู่ 12 อำเภอภูซาง, กระเป๋าสะพายจากหญ้าแฝก กลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝกบ้านก๊อซาว อำเภอภูซาง 5) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาตรฐาน 4 ดาวไป 5 ดาว จำนวน 2 กลุ่ม คือเสื้อถักนิ๊ตติ้งสีชมพู กลุ่มผ้าถักโครเชต์นิตติ้ง อำเภอเชียงคำ, แคบหมูอัจฉรา กลุ่มแม่บ้านเกษตรสันกลาง อำเภอดอกคำใต้ จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประธานกลุ่มหรือเจ้าของในกรณีผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประธานกลุ่มหรือเจ้าของในกรณีเจ้าของคนเดียวข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 3 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน
ชาย	2
หญิง	16
รวม	**18**

จากตาราง 3 ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ พบว่า มากที่สุด เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน และเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 4 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน
31–40	1
41–50	7
51–60	5
61–70	5
รวม	**18**

จากตาราง 4 ข้อมูลทั่วไป จำแนกอายุ พบว่า มากที่สุด ช่วงอายุ 41–50 ปี จำนวน 7 คน ช่วงอายุ 51–60 ปี จำนวน 5 คน ช่วงอายุ 61–70 ปี จำนวน 5 คน และช่วงอายุ 31–40 ปี จำนวน 1 คน

ตาราง 5 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน
ประถมศึกษา	3
มัธยมต้น	–
มัธยมปลาย	13
ปวช.	–
ปวส.	–
ปริญญาตรี	2
ปริญญาโท	–
รวม	**18**

จากตาราง 5 ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามการศึกษา พบว่า มากที่สุด การศึกษาระดับมัธยมปลาย จำนวน 13 กลุ่ม การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 3 กลุ่ม และการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 2 กลุ่ม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

<u>ตอนที่ 2</u> ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น โดยผู้วิจัยได้ลงเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประธานกลุ่ม หรือเจ้าของในผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว

ตาราง 6 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นลักษณะของกลุ่ม

รายการ	จำนวน
ผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว	5
กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	12
ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1
รวม	**18**

จากตาราง 6 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นลักษณะของกลุ่ม/ผู้ประกอบการ พบว่ามากที่สุด กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 12 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม และผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 กลุ่ม

ตาราง 7 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่ม

อำเภอ	จำนวน
เมืองพะเยา	2
แม่ใจ	2
ดอกคำใต้	1
จุน	0
ปง	3
เชียงคำ	3
เชียงม่วน	0
ภูซาง	7
ภูกามยาว	0
รวม	**18**

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

จากตาราง 7 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่ม มากที่สุด ตั้งอยู่อำเภอภูซาง จำนวน 7 กลุ่ม ตั้งอยู่อำเภอปง จำนวน 3 กลุ่ม ตั้งอยู่อำเภอเชียงคำ จำนวน 3 กลุ่ม ตั้งอยู่อำเภอเมือง จำนวน 2 กลุ่ม ตั้งอยู่อำเภอแม่ใจ จำนวน 2 กลุ่ม และตั้งอยู่อำเภอดอกคำใต้ จำนวน 1 กลุ่ม

ตาราง 8 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นประเภทลักษณะที่ทำการกลุ่ม

รายการ	จำนวน
อาคารที่พักส่วนบุคคล	16
อาคารอเนกประสงค์หมู่บ้าน	2
รวม	**18**

จากตาราง 8 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นประเภทลักษณะที่ทำการกลุ่ม มากที่สุด ใช้อาคารที่พักส่วนบุคคล จำนวน 16 กลุ่ม และอาคารเอนกประสงค์หมู่บ้าน จำนวน 2 กลุ่ม

ตาราง 9 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นโครงสร้างกลุ่ม

รายการ	จำนวน
เป็นการจัดตั้งแบบมีโครงสร้าง	13
เป็นการจัดตั้งง่ายๆ ไม่มีโครงสร้าง	5
รวม	**18**

ตาราง 9 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นโครงสร้างกลุ่ม มากที่สุด การจัดตั้งแบบมีโครงสร้าง จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวเป็นการจัดตั้งง่ายๆ ไม่มีโครงสร้างแบบกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 10 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นความเป็นมาของกลุ่ม

รายการ	จำนวน
จัดตั้งขึ้นเองโดยเจ้าของรายเดียว	5
รวมกลุ่มจัดตั้งขึ้นเอง	10
รวมกลุ่มขึ้นโดยการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชน	3
รวม	**18**

ตาราง 10 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นความเป็นมาของกลุ่ม มากที่สุด รวมกลุ่มจัดตั้งขึ้นเอง จำนวน 10 กลุ่ม จัดตั้งโดยเจ้าของเพียงรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม และรวมกลุ่มโดยการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชน จำนวน 3 กลุ่ม

ตาราง 11 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม

รายการ	จำนวน
หารายได้เพิ่ม อาชีพเสริม สร้างงานในชุมชน	18
การต่อรองการช่วยเหลือจากภาครัฐ/รัฐชน	18

หมายเหตุ: เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 11 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานในชุมชนและต่อรองการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชน

ตาราง 12 แสดงลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นกฎระเบียบของกลุ่ม

กฎระเบียบ	จำนวน
มี	13
ไม่มี	5
รวม	**18**

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 12 ลักษณะของกลุ่ม จำแนกเป็นกฎระเบียบของกลุ่ม มากที่สุด มีการใช้กฎระเบียบภายในกลุ่ม จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม ไม่มีการใช้กฎระเบียบแบบกลุ่ม

ตาราง 13 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต	จำนวน
มี	18
ไม่มี	0
รวม	**18**

ตาราง 13 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ได้มีการวางแผนการผลิต

ตาราง 14 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับจำนวนผลผลิตที่ผลิตต่อเดือน

จำนวนผลผลิต/เดือน (ชิ้น)	จำนวน
1–100	9
101–300	3
301–500	3
500 ชิ้นขึ้นไป	3
รวม	**18**

ตาราง 14 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับจำนวนผลผลิตต่อเดือน มากที่สุด จำนวนผลผลิตอยู่ในช่วง 1–100 ชิ้น จำนวน 9 กลุ่ม จำนวนผลผลิตในช่วง 101–300 ชิ้น จำนวน 3 กลุ่ม จำนวนผลผลิตในช่วง 301–500 ชิ้น จำนวน 3 กลุ่ม และจำนวน

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ผลผลิต 500 ชิ้น ขึ้นไป จำนวน 3 กลุ่ม ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์เช่น ผ้า เครื่องแต่งกายที่เป็นงานฝีมือ งานเย็บ งานถัก จะใช้เวลามากกว่าผลผลิตของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ตาราง 15 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการผลิต

ศักยภาพการผลิต	จำนวน
มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม	11
มีศักยภาพในการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียง	7
มีศักยภาพในการผลิตต่ำ ไม่สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงเดิม	0
รวม	**18**

ตาราง 15 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการผลิต มากที่สุด มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม จำนวน 11 กลุ่ม และมีศักยภาพในการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณ และคุณภาพใกล้เคียง จำนวน 7 กลุ่ม ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจะมีการรักษาศักยภาพ ด้านการผลิตสูง เพราะต้องรักษามาตรฐานเรื่องของรสชาติให้คงเดิม

ตาราง 16 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง

การใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรงในการผลิต	จำนวน
มี	10
ไม่มี	8
รวม	**18**

ตาราง 16 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง มากที่สุด ใช้การใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรงในการผลิต จำนวน 10 กลุ่ม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

และที่ไม่ใช้เครื่องจักรหรือเครื่องทุ่นแรงในการผลิต จำนวน 8 กลุ่ม เนื่องจากเป็นงานฝีมือและต้องการความประณีตในการทำแต่ละชิ้นงาน

ตาราง 17 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการทำสต๊อกวัตถุดิบ

การทำสต๊อกวัตถุดิบ	จำนวน
มี	18
ไม่มี	0
รวม	**18**

ตาราง 17 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับการทำสต๊อกวัตถุดิบ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการวางแผนเรื่องการใช้วัตถุดิบ และมีการสต๊อกหรือสั่งวัตถุดิบมาจัดเตรียมไว้ไม่ให้ขาด

ตาราง 18 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	จำนวน
วัตถุดิบในท้องถิ่น	18
วัตถุดิบท้องถิ่นอื่น	0
รวม	**18**

ตาราง 18 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการผลิตเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น เช่น การทำกล้วยน้ำว้าอบ จะรับซื้อกล้วยจากชาวบ้านที่ปลูกกล้วยในไร่ลิ้นจี่ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านบริเวณใกล้เคียง ส่วนกล้วยกรอบทางกลุ่มจะรับซื้อกล้วยจากกลุ่มปลูกกล้วยในหมู่บ้านเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่วนกรอบถั่วทอดสมุนไพรจะรับซื้อถั่วดินมาจากชาวบ้านในหมู่บ้านเมื่อถั่วดินราคาถูกจึงมีการนำมาแปรรูปเป็นถั่วทอดสมุนไพร เป็นต้น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 19 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์	จำนวน
อาหาร	4
เครื่องดื่ม	0
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	10
ของใช้	4
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	0
รวม	**18**

ตาราง 19 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ เป็นการจำแนกตามแนวทางและหลักเกณฑ์ที่กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จากตารางฯ มากที่สุดประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 10 กลุ่ม ประเภทอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม และประเภทของใช้ จำนวน4 กลุ่ม

ตาราง 20 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	จำนวน
มีการออกแบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	18
มีการออกแบบและพัฒนานาน ๆ ครั้ง	0
ไม่มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	0
รวม	**18**

ตาราง 20 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการออกแบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

เพราะทุก ๆ 2 ปีจะมีการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้สินค้าดี มีคุณภาพ

ตาราง 21 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน
มีบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานการค้าสากล	0
มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น แต่ไม่มีมาตรฐานการค้าสากล	18
ไม่มีมีบรรจุภัณฑ์	0
รวม	**18**

ตาราง 21 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น แต่ไม่มีมาตรฐานการค้าสากลเช่น ถุงผ้า ถุงกระดาษ กล่อง ถุงพลาสติก บางกลุ่มมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานการค้าสากลครบถ้วน แต่เมื่อใช้แล้วหมดไปก็ไม่ทำขึ้นมาใช้อีกเนื่องจากมีต้นทุนในการทำขึ้นมาใหม่

ตาราง 22 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับราคา

ช่วงราคาผลิตภัณฑ์ (บาท)	จำนวน
10–100	4
101–500	8
501–1,000	4
1,000 บาทขึ้นไป	2
รวม	**18**

ตาราง 22 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับราคา มากที่สุดการตั้งราคาอยู่ในช่วง 101–500 บาท จำนวน 8 กลุ่ม การตั้งราคาอยู่ในช่วง 10–100 บาท จำนวน 4 กลุ่ม การตั้งราคาอยู่ในช่วง 501–1000 บาท จำวน 4 กลุ่ม และการตั้ง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ราคา 1,000 บาท ขึ้นไปจำนวน 2 กลุ่ม ทั้งนี้การตั้งราคาขึ้นอยู่ผลิตภัณฑ์ถ้างานฝีมือ เช่น ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขาซึ่งเป็นงานฝีมือที่ใช้เวลาทำนาน มีความละเอียดสูง ทำให้ราคาแพง ซึ่งราคาจะขึ้นอยู่กับลวดลายของชิ้นงานด้วย

ตาราง 23 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่จัดจำหน่าย	จำนวน
ตลาดในชุมชน	18
ตลาดในจังหวัด	18
ตลาดต่างหวัด	18
ตลาดในต่างประเทศ	0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า1ข้อ

ตาราง 23 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มมีการจำหน่ายสินค้าในชุมชน ในจังหวัด รวมไปถึงต่างจังหวัดแล้วแต่คำสั่งซื้อของลูกค้า

ตาราง 24 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางตลาดออนไลน์

ตลาดออนไลน์	จำนวน
มี	18
ไม่มี	0
รวม	**18**

ตาราง 24 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางตลาดออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการขายผ่านตลาดออนไลน์ เพราะทุกผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผ่านการคัดสรรจะมีการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ของกรมการพัฒนาชุมชน เช่น http://www.otoptoday.com/ ,http://www.thaitambon.com/

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจเพจขายของเป็นของตนเองอีก เช่น กระเป๋าผักตบชวา ที่มีเพจชื่อ พะเยาผักตบชวา http://www.phayaopuktobchawa.com/ เป็นต้น

ตาราง 25 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตาดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

วิธีการส่งเสริมการตลาด	จำนวน
การลดราคา	17
การแถมสินค้า	1
รวม	**18**

จากตาราง 25 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด มากที่สุด ใช้การส่งเสริมการตลาดแบบการลดราคา จำนวน 17 กลุ่ม และใช้การส่งเสริมการตลาดแบบการแถมสินค้า จำนวน 1 กลุ่ม

ตาราง 26 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกหรือแรงงานในกลุ่ม

จำนวนสมาชิก/แรงงาน (คน)	จำนวน
1-10	5
10-50	13
50-100	0
100 คนขึ้นไป	0
รวม	**18**

ตาราง 26 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกหรือแรงงานในกลุ่ม มากที่สุด มีจำนวนสมาชิก/แรงงานอยู่ระหว่าง 10-50 คน จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม จะดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง บางครั้งถ้างานเยอะจะมีการส่งจ้างเป็นชิ้นแทนการจ้างแรงงานแบบประจำ

1129716974
up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 27 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับการใช้ช่างฝีมือและทักษะ

การใช้ช่างฝีมือและทักษะ	จำนวน
มี	18
ไม่มี	0
รวม	**18**

จากตาราง 27 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับการใช้ช่างฝีมือและทักษะ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดต้องใช้ช่างฝีมือหรือคนที่มีทักษะในการทำงาน

ตาราง 28 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับการคัดเลือกคนเข้ามาเป็นสมาชิก

การคัดเลือกคนเข้าเป็นสมาชิก	จำนวน
มี	13
ไม่มี	5
รวม	**18**

ตาราง 28 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับการคัดเลือกคนเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม มากที่สุด มีการคัดเลือกสมาชิก จำนวน 13 กลุ่ม การรวมกลุ่มจะเป็นคนที่มีทักษะด้านเดียวกัน นอกจากนี้กลุ่มยังเปิดรับสำหรับคนใหม่ที่มีความต้องการจะเข้ามารวมกลุ่ม โดยสมาชิกทุกคนต้องมีใจรัก สมัครใจ มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม ไม่มีการคัดเลือกคนเนื่องจากเจ้าของดำเนินการเอง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 29 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	จำนวน
มี	13
ไม่มี	5
รวม	**18**

ตาราง 29 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ มากที่สุด 13 กลุ่ม มีการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบ จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม เจ้าของจะทำหน้าที่ทุกอย่างด้วยตนเอง

ตาราง 30 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับกการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก

การจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก	จำนวน
จ่ายตามชิ้นงานที่ทำในแต่ละเดือน	0
จ่ายตามงานที่ทำได้ทุก 6 เดือน	0
จ่ายตามงานที่ทำได้ทุก 1 ปี	13
ไม่มีการจ่ายค่าตอบแทน	5
รวม	**18**

ตาราง 30 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก มากที่สุด จ่ายค่าตอบแทนสมาชิกทุก 1 ปี จำนวน 13 กลุ่ม จ่ายตามการสรุปงบประมาณของบัญชี และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม จะไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 31 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับสวัสดิการของสมาชิก

สวัสดิการของสมาชิก	จำนวน
มี	13
ไม่มี	5
รวม	**18**

จากตาราง 31 การบริหารภายในกลุ่ม จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล เกี่ยวกับสวัสดิการของสมาชิก มากที่สุด มีสวัสดิการให้กับสมาชิก จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม ไม่มีสวัสดิการ สวัสดิการของกลุ่มจะมีการออมเงิน และมีการจัดให้กู้เมื่อมีความเดือดร้อน การจัดงานเลี้ยง พาไปศึกษาดูงาน เช่น กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวา บ้านสันป่าม่วงทุกปีจะมีการพาสมาชิกไปเที่ยวและมีงานเลี้ยงสำหรับจับของรางวัล มีการจัดงานเลี้ยงเพื่อเชื่อมความสามัคคีภายในกลุ่ม การแจกของรางวัลส่วนมากเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ภายในบ้าน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับสมาชิก

ตาราง 32 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย

การทำบัญชีรายรับรายจ่าย	จำนวน
จัดทำตามระบบบัญชี	18
จัดทำแบบง่ายๆ	0
ไม่มีการจัดทำ	0
รวม	**18**

จากตาราง 32 การบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการจัดทำบัญชีมีการทำรายรับ–รายจ่าย ทุน ค่าใช้จ่าย กำไร สำหรับกลุ่มการทำบัญชีมอบให้เหรัญญิกเป็นผู้จัดทำบัญชี

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 33 แสดงการบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน
แหล่งเงินทุนนอกชุมชน	0
แหล่งเงินทุนในชุมชน	0
ระดมทุนเองไม่มีการกู้ยืม	18
รวม	18

ตาราง 33 การบริหารภายในกลุ่ม การบริหารด้านการเงิน เกี่ยวกับแหล่งของเงินทุนของกลุ่ม จำนวนกลุ่มเป้าหมายหมดเริ่มก่อตั้งกลุ่มหรือเริ่มต้นการทำกิจการด้วยการระดมทุนหรือเงินทุนส่วนตัวโดยไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุนใด ๆ

ตาราง 34 แสดงการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก

รายการ	ทุกเดือน	3 เดือน	6 เดือน	1 ปี
การประชุม	13	5	0	0
การเข้าร่วมอบรม	0	18	0	0
การศึกษาดูงาน	0	0	18	0

หมายเหตุ: เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 34 การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก มากที่สุด มีการประชุมกันทุกเดือน จำนวน 13 กลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือแก้ไขปัญหากรณีที่เกิดปัญหาและผลิตภัณฑ์ชุมชนผู้ประกอบการรายเดียว จำนวน 5 กลุ่มไม่มีการประชุม

การเรียนรู้ของสมาชิก กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด มีการเข้ารับการฝึกอบรม ทุก 3 เดือน และมีการศึกษาดูงาน ทุก 6 เดือน นอกจากนี้ยังมีการนำผู้ประกอบการไปจัดบูธแสดงสินค้าในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ประกอบการพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ตาราง 35 แสดงการสนับสนุนจากภาครัฐ/ภาคเอกชน

หน่วยงาน	ประเภทการช่วยเหลือ	จำนวน
สนง.พัฒนาชุมชน	การฝึกอบรม	18
สนง.พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์	การฝึกอบรม	1
สนง.เกษตร	การฝึกอบรม	18
สนง.พาณิชย์	การฝึกอบรม	18
กศน.	การฝึกอบรม	18
สถาบันการศึกษา	การฝึกอบรม	18
หน่วยงานในท้องถิ่น	การฝึกอบรมด้าน	18
อุตสาหกรรม	การฝึกอบรม/การรับรองมาตรฐาน	18
สนง.สาธารณสุข	การฝึกอบรม/การรับรองมาตรฐาน	4
ศูนย์ศิลปะชีพ	การรับซื้อผลิตภัณฑ์	1
ทหาร	การรับซื้อผลิตภัณฑ์	1

หมายเหตุ: เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 การสนับสนุนจากภาครัฐ/ภาคเอกชน กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนหน่วยงานรัฐในรูปแบบการฝึกอบรมให้ความรู้ จาก 9 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานเกษตร สำนักงานอุตสาหกรรม สำนักงานพาณิชย์ สาธารณสุข กศน. หน่วยงานในท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยพะเยาที่คอยให้คำปรึกษากับกลุ่มกล้วยกรอบรวิวรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่เข้ามาทำการวิจัย และได้สนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มสตรีสหกรณ์หญ้าแฝกก๊อซาวในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องสถานที่ตั้งกลุ่ม บรรจุภัณฑ์ วัตถุดิบ เป็นต้น หน่วยงานครัฐ จำนวน 2 หน่วยงาน ที่เข้ามาช่วยควบคุมในด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คือ อุตสาหกรรมและสาธารณสุข ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (เช่น อย./ Primary GMP/ มผช. /มอก.

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ฯลฯ) หรือมาตรฐานที่ตลาดสินค้าหรือกฎหมายกำหนด และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับสากล(เช่น GMP/ GAP/ HACCP/ ISO ฯลฯ) หรือมาตรฐานการส่งออกหรือมาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด มีหน่วยงานภาครัฐ 2 หน่วยงาน ได้แก่ศูนย์ศิลปะชีพและหน่วยงานทางทหารที่เข้ามาช่วยเหลือรับซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขาซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการไม่ต้องนำสินค้าไปขายที่อื่น โดยทางศูนย์ศิลปะชีพจะเข้ามารับซื้อผ่านประธานกลุ่มโดยมีการกำหนดลวดลาย สี ลักษณะต่าง ๆ ที่ต้องการจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด การช่วยเหลือจากภาครัฐมีความสำคัญมากโดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการช่วยเหลือที่สำคัญไม่ต้องมาในรูปแบบเงินหรือเงินทุนเหมือนสมัยก่อนแต่สิ่งที่ผู้ประการการต้องการคือ ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การทำตลาดอย่างไรให้ทั่วถึงการตั้งราคาสินค้าอย่างไรให้ได้กำไรและกลุ่มอยู่ได้ กลุ่มหัตกรรมผักตบชวา บ้านสันป่าม่วง ได้ให้สัมภาษณ์ว่าตอนนำสินค้าไปขายในต่างจังหวัดครั้งแรกเมื่อแรกเริ่มการมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้นำสินค้าไปขายที่ประตูท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ สินค้าขายดีมาก แต่ขาดทุนเมื่อกลับมาประชุมภายในกลุ่มพบว่าปัญหาคือการตั้งราคาไม่เป็น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบ รูปทรงที่ทันสมัย น่าซื้อ เป็นต้น สำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักที่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มสมัครเข้ามาคัดสรร การให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การตลาด วัตถุดิบ การบริหารจัดการภายในกลุ่มทุก ๆ ด้านนอกจากนี้ยังมีอีกหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานพาณิชย์ที่เข้ามาช่วยเรื่องพื้นที่ขายของ ทั้งในจังหวัดต่างจังหวัด

ตาราง 36 แสดงลักษณะของผู้นำ

ลักษณะผู้นำ	มี	ไม่มี
มีความซื่อสัตย์จริงใจ	18	
มีความยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอ	18	
มีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิก	18	
รักการเรียนรู้	18	
กล้าตัดสินใจ รู้จักที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้ง	18	
มีวิสัยทัศน์	18	
การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม	18	

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

จากตาราง 36 ลักษณะของผู้นำ ผู้วิจัยได้นำหลักการวิเคราะห์ของผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ของ Rick Warren Rick Warren โดยนำหลักการของทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับหลักการ 7 ประการ มากำหนดลักษณะผู้นำจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม/เจ้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของคนเดียว ผู้นำจะประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 7 ประการ คือ 1)มีความซื่อสัตย์จริงใจ 2)มีความยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอ 3)มีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิก 4)รักการเรียนรู้ 5)กล้าตัดสินใจ รู้จักที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้ง 6)มีวิสัยทัศน์ 7)การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกระดับมาตรฐานให้อยู่ ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์ 1 ประการ คือ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประธานหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 18 กลุ่ม แบ่งเป็น อำเภอเมือง 2 กลุ่ม อำเภอแม่ใจ 2 กลุ่ม อำเภอดอกคำใต้ 1 กลุ่ม อำเภอปง 3 กลุ่ม อำเภอเชียงคำ 3 กลุ่ม และอำเภอภูซาง 7 กลุ่ม การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Intviews) การวิเคราะห์ แบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และแบบองค์รวม(Holistic)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น : กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา นำเสนอตามกรอบแนวของการศึกษาได้ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะของกลุ่มและการบริหารงานภายในกลุ่ม จำแนกเป็นลักษณะของกลุ่ม พบว่ามากที่สุดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีสถานที่ตั้งของกลุ่มส่วนใหญ่ตั้งอยู่อำเภอภูซางมีการใช้อาคารที่พักส่วนบุคคลเป็นที่ทำการกลุ่มการจัดตั้งกลุ่มเป็นแบบมีโครงสร้างมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อสร้างงานในชุมชนและต่อรองการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชนภายใต้กฎระเบียบของกลุ่ม การศึกษาเกี่ยวกับการบริหารภายในกลุ่มแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และด้านการบริหารด้านการเงินด้านการผลิตมีการวางแผนการผลิตมีจำนวนผลผลิตอยู่ในช่วงระหว่าง 1–100 ชิ้น/เดือน มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิมมีการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรงการผลิตมีการวางแผนการใช้วัตถุดิบ และใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ด้านการตลาดผลิตภัณฑ์แบ่งเป็นเป็นประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทอาหาร และประเภทของใช้ทุกผลิตภัณฑ์มีการออกแบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นแต่ไม่มีมาตรฐานการค้าสากลการตั้งราคาอยู่ในช่วงระหว่าง 101–500 บาท มีการจำหน่ายสินค้าในชุมชน ในจังหวัดพะเยา ต่างจังหวัด และตลาดออนไลน์ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล จำนวนสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 10–50 คน ใช้ช่างฝีมือหรือคนที่มีทักษะในการทำงานและเข้ามาในกลุ่มโดยการคัดเลือกสมาชิกมีการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบ และปันผลค่าตอบแทนสมาชิกทุก 1 ปี มีสวัสดิการในเรื่องการกู้ยืมภายในกลุ่ม ด้านการบริหารด้านการเงินมีการจัดทำบัญชี และเริ่มก่อตั้งกลุ่มหรือเริ่มต้นการทำกิจการด้วยการระดมทุนและเงินทุนส่วนตัวของสมาชิกโดยไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุนใด ๆ

2. จากการศึกษาเรื่องการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิกส่วนใหญ่มีการประชุมกันเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหากรณีที่เกิดปัญหามีการเข้ารับการฝึกอบรม และมีการศึกษาดูงาน นอกจากนี้ยังมีการนำกลุ่มผู้ประกอบการไปจัดบูธแสดงสินค้าในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ประกอบการพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน

3. จากการศึกษาในด้านการช่วยเหลือจากภาครัฐกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนหน่วยงานรัฐในรูปแบบการฝึกอบรมให้ความรู้ โดยหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาสนับสนุนได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานเกษตร สำนักงานอุตสาหกรรม สำนักงานพาณิชย์ สาธารณสุข กศน. หน่วยงานในท้องถิ่น สถาบันการศึกษา

4. การศึกษาด้านผู้นำ ผู้วิจัยได้นำหลักการวิเคราะห์ของผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ของ Rick Warren Rick Warren โดยนำหลักการของทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากำหนดลักษณะผู้นำจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม/เจ้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของคนเดียว ผู้นำจะประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ คือ มีความซื่อสัตย์จริงใจ รู้จักยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอมีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิกใน รักการเรียนรู้และใฝ่รู้อยู่เสมอมีความกล้าที่จะตัดสินใจรู้จักที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้งเป็นผู้ที่มวิสัยทัศน์และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นนั้น สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลด้านลักษณะของกลุ่มและการบริหารงานภายในกลุ่ม จำแนกเป็นลักษณะของกลุ่ม พบว่า มากที่สุดเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 12 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม และผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 กลุ่ม จำแนกเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่ม มากที่สุด อำเภอฝางช้าง จำนวน 7 กลุ่ม อำเภอปง จำนวน 3 กลุ่ม อำเภอเชียงคำ จำนวน 3 กลุ่ม อำเภอเมือง จำนวน 2 กลุ่ม อำเภอแม่ใจ จำนวน 2 กลุ่ม อำเภอดอกคำใต้ จำนวน 1 กลุ่ม จำแนกเป็นประเภทลักษณะที่ทำการกลุ่ม มากที่สุดใช้อาคารที่พักส่วนบุคคลเป็นที่ทำการ จำนวน 16 กลุ่ม และอาคารเอนกประสงค์หมู่บ้าน จำนวน 2 กลุ่ม จำแนกตามโครงสร้างกลุ่ม มากที่สุดการจัดตั้งแบบมีโครงสร้าง จำนวน 13 กลุ่ม ประธานทำหน้าที่ดูแลการทำงานของคณะกรรมการทั้งหมดให้ทำหน้าที่อย่างถูกต้อง โปร่งใส เป็นไปตามแผนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้รวมทั้งประสานงานระหว่างคณะกรรมการ สมาชิก และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง รองประธานช่วยประธานดูแลการทำงานตามที่ประธานได้มอบหมาย ตรวจสอบเอกสารทางบัญชีการเงิน และผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เลขานุการบันทึกการประชุมช่วยประธานในการติดตามงานและดูแลงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง เหรัญญิกจะดูแลเรื่องของการเงินทั้งหมดของกลุ่ม การเก็บเงินจากการขายสินค้าและเก็บรักษาเงินของกลุ่ม ส่วนสมาชิกแต่ละคนจะมีหน้าที่แตกต่างกันไป โดยจะมีการแบ่งงานทำในด้านต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้าของกลุ่มเป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอก การตลาดจะทำในเรื่องการนำสินค้าไปขายตามที่ต่าง ๆ รวมถึงหาตลาดใหม่ ๆ การจัดหาวัตถุดิบ เพื่อรองรับการผลิตไม่ให้ขาดและกระบวนการผลิตซึ่งการรวมกลุ่มแบบมีโครงสร้างทุกคนจะมีหน้าที่สำคัญแตกต่างกันไป ซึ่งสมาชิกทุกคนจะได้รับการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความถนัดและความเหมาะสมของแต่ละคน ซึ่งจะอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์และกฎระเบียบที่ได้ร่วมกันบัญญัติไว้ภายในกลุ่มมีการยึดถือปฏิบัติร่วมกันและผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวเป็นการจัดตั้งแบบไม่มีโครงสร้าง จำนวน 5 กลุ่ม จำแนกเป็นความเป็นมาของกลุ่ม มากที่สุดรวมกลุ่มจัดตั้งขึ้นเอง จำนวน 10 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์เจ้าของรายเดียวจัดตั้งโดยเจ้าของเพียงรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม และรวมกลุ่มขึ้นโดยการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชน จำนวน 3 กลุ่ม จำแนกเป็นวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานในชุมชน และต่อรองการช่วยเหลือจากภาครัฐ/เอกชน จำแนกเป็นการมีกฎระเบียบภายในกลุ่ม มากที่สุดมีกฎระเบียบจำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวไม่มีกฎระเบียบ จำนวน 5 กลุ่ม ซึ่ง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญา แว่นทิพย์ (2559) กล่าวว่ากลุ่มที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากรูปแบบโครงสร้าง มีคณะกรรมการที่แบ่งบทบาทกันอย่างชัดเจนมีความรู้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง การบริหารภายในกลุ่ม แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) จำแนกด้านการผลิตเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการวางแผนการผลิต เกี่ยวกับจำนวนผลผลิตต่อเดือน มากที่สุดจำนวนผลผลิตอยู่ในช่วงระหว่าง 1–100 ชิ้น/เดือน จำนวน 9 กลุ่ม จำนวนผลผลิตในช่วงระหว่าง 101–300 ชิ้น/เดือน จำนวน 3 กลุ่ม จำนวนผลผลิตในช่วงระหว่าง 301–500 ชิ้น/เดือน จำนวน 3 กลุ่ม และจำนวนผลผลิต 500 ชิ้น/เดือน ขึ้นไป จำนวน 3 กลุ่ม ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์เช่นผ้า เครื่องแต่งกายที่เป็นงานฝีมือ งานเย็บ งานถักจะใช้เวลามากกว่า เกี่ยวกับการมีศักยภาพในการผลิต มากที่สุด มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม จำนวน 11 กลุ่ม และ มีศักยภาพในการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียง จำนวน 7 กลุ่ม ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจะมีการรักษาศักยภาพด้านการผลิตสูงเพราะต้องรักษามาตรฐานเรื่องของรสชาติให้คงเดิม เกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรง มากที่สุดมีการใช้เครื่องจักร/เครื่องทุ่นแรงในการผลิต จำนวน 10 กลุ่ม และที่ไม่ใช้เครื่องจักรหรือเครื่องทุ่นแรงในการผลิต จำนวน 8 กลุ่ม เนื่องจากเป็นงานฝีมือ งานหัตถกรรมต้องการความประณีตในการทำเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มมีการวางแผนเรื่องการใช้วัตถุดิบ และมีการสั่งวัตถุดิบมาจัดเตรียมไว้ไม่ให้ขาด เกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น เช่น การทำกล้วยอบ จะรับซื้อกล้วยจากชาวบ้านที่ปลูกกล้วยในไร่ลิ้นจี่ซึ่งเป็นอาชีพหลัก กล้วยกรอบทางกลุ่มจะรับซื้อกล้วยจากกลุ่มปลูกกล้วยในหมู่บ้านเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่วนถั่วทอดสมุนไพรจะรับซื้อถั่วดินมาจากชาวบ้านในหมู่บ้านเมื่อถั่วดินราคาถูกจึงมีการนำมาแปรรูปเป็นถั่วทอดสมุนไพร เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยสุชาดา คุ้มสลุด, ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส (2560) กล่าวว่า การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล เป็นการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ มาสร้างเป็น สินค้าและบริการสร้างความแตกต่าง สร้างเรื่องราวจุดสนใจเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ กลุ่มเป้าหมาย 2) จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ตามแนวทางและหลักเกณฑ์ที่กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 10 กลุ่ม ประเภทอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม และประเภทของใช้ จำนวน 4 กลุ่ม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทุกผลิตภัณฑ์มีการออกแบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพราะทุก ๆ 2 ปี จะมีการคัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้น

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

อย่างต่อเนื่องและเพื่อให้สินค้าดี มีคุณภาพ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น แต่ไม่มีมาตรฐานการค้าสากลเช่น ถุงผ้า ถุงกระดาษ กล่อง ถุงพลาสติก บางกลุ่มมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานการค้าสากลครบถ้วน แต่เมื่อใช้แล้วหมดไปก็ไม่ทำขึ้นมาใช้อีก เนื่องจากมีต้นทุนในการทำขึ้นมาใหม่ เกี่ยวกับราคา มากที่สุดช่วงระหว่าง 101–500 บาท จำนวน 8 กลุ่ม ช่วงระหว่าง 10–100 บาท จำนวน 4 กลุ่ม ช่วงระหว่าง 501–1000 บาท จำนวน 4 กลุ่ม และช่วงระหว่าง 1,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 กลุ่ม ทั้งนี้การตั้งราคาขึ้นอยู่ตัวผลิตภัณฑ์ถ้างานฝีมือ เช่น ผ้าปักชาวเขาซึ่งเป็นงานฝีมือที่ใช้เวลาในการทำ มีความละเอียดบางชิ้นเป็นเดือน บางชิ้นอาจหลายเดือน หรือบางชิ้นก็ใช้เวลาเป็นปีกว่าจะเสร็จทำให้มีราคาแพง ซึ่งราคาจะกับลวดลายและชิ้นงานด้วย เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มมีการจำหน่ายสินค้า ในชุมชนในจังหวัดพะเยา รวมไปถึงต่างจังหวัด แล้วแต่คำสั่งซื้อของลูกค้า จำแนกเป็นด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางตลาดออนไลน์ ทุกผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผ่านการคัดสรรจะมีการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ของกรมการพัฒนาชุมชน เช่น http://www.otoptoday.com/ ,http://www.thaitambon.com/ นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจเพจขายของเป็นของตนเองอีก เช่น กระเป๋าผักตบชวาที่มีเพจชื่อพะเยาผักตบชวาhttp://www.phayaopuktobchawa.com/ เป็นต้น เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดใช้การลดราคา จำนวน 17 กลุ่ม และใช้การแถมสินค้า จำนวน 1 กลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัย ศรีสดา ลีลาสุวัฒน์, พสชนันท์ บุญช่วย และณัฐปภัสร์ เทียนจันทร์ (2558) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีก และขายทางเว็บไซต์ มีการจูงใจลูกค้าโดยการลดราคาแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้ประกอบการ และช่องทางการขายผ่านทางเว็บไซต์สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย และซื้อขายกันง่ายขึ้น 3) จำแนกเป็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิก หรือแรงงานในกลุ่ม มากที่สุดช่วงระหว่าง 10–50 คน จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม จะดำเนินการด้วยตนเอง บางครั้งถ้างานเยอะจะมีการส่งจ้างเป็นชิ้นแทนการจ้างแรงงานแบบประจำ เกี่ยวกับการใช้ช่างฝีมือและทักษะ กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดต้องใช้ช่างฝีมือหรือคนที่มีทักษะในการทำงาน เกี่ยวกับการคัดเลือกคนเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม มากที่สุดมีการคัดเลือกสมาชิกจำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม การรวมกลุ่มจะเป็นคนที่มีทักษะด้านเดียวกัน นอกจากนี้ กลุ่มยังเปิดรับสำหรับคนใหม่ที่มีความต้องการจะเข้ามารวมกลุ่ม โดยสมาชิกทุกคนต้องมีใจรัก สมัครใจ มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ เกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ มากที่สุด 13 กลุ่ม มีการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบ และผลิตภัณฑ์

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม จะทำหน้าที่ทุกอย่างด้วยตนเอง เกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิก มากที่สุดจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกทุก 1 ปี ตามการสรุปงบประมาณของบัญชี และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียวจำนวน 5 กลุ่ม จะไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกกลุ่ม เกี่ยวกับสวัสดิการของสมาชิกมากที่สุดมีสวัสดิการ จำนวน 13 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม สวัสดิการของกลุ่มจะมีการออมเงิน และมีการจัดให้กู้เมื่อมีความเดือดร้อน การจัดงานเลี้ยง พาไปศึกษาดูงาน เช่น กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วงทุกปีจะมีการพาสมาชิกไปเที่ยวและมีงานเลี้ยงสำหรับจับของรางวัล จัดงานเลี้ยงเพื่อเชื่อมความสามัคคีภายในกลุ่ม การแจกของรางวัลส่วนมากเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ภายในบ้าน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับสมาชิก 4) จำแนกการบริหารด้านการเงินเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ จำนวน 17 กลุ่มที่มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย แต่มีการทำรายรับ–รายจ่าย ทุน ค่าใช้จ่าย กำไร สำหรับกลุ่มการทำบัญชีมอบให้เหรัญญิกเป็นผู้จัดทำบัญชี แต่ส่วนผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของรายเดียว เจ้าของจะเป็นผู้จัดทำด้วยตัวเอง เกี่ยวกับแหล่งของเงินทุนของกลุ่ม จำนวนกลุ่มเป้าหมายหมดเริ่มก่อตั้งกลุ่มหรือเริ่มต้นการทำกิจการด้วยการระดมทุน หรือเงินทุนส่วนตัวโดยไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุนสอดคล้องกับงานวิจัย สุชาดา คุ้มสลุด, ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส (2560) กล่าวว่า การนำทรัพยากรมนุษย์มาบูรณาการในหลากหลายส่วนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้นำ และสมาชิกของกลุ่มต่างมีความรู้ ทักษะต่าง ๆ ลักษณะความรู้พื้นฐานการบริหารธุรกิจ เช่นการจัดการระบบการเงินการบัญชี การจัดการด้านการตลาด และกระบวนการผลิตอย่างกว้างๆ

2. จากการศึกษาเรื่องการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก มากที่สุด มีการประชุมกันทุกเดือน จำนวน 13 กลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือระดมความคิดแก้ไขปัญหา และผลิตภัณฑ์ชุมชนผู้ประกอบการรายเดียว จำนวน 5 กลุ่ม ไม่มีการประชุม การเรียนรู้ของสมาชิก กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีการเข้ารับการฝึกอบรมทุก 3 เดือน และมีการศึกษาดูงานทุก 6 เดือน นอกจากนี้ยังมีการนำผู้ประกอบการไปจัดบูธแสดงสินค้าในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ประกอบการพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันสอดคล้องกับงานวิจัย ลักษณะพร โรจน์ทักษ์กุล (2556) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้จากปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นการเรียนรู้จาการถ่ายทอดภูมิปัญญา แหล่งเรียนรู้ที่สำคัญคือ คนในครอบครัว และนอกจากนี้ยังได้รับความรู้จากแหล่งอื่นคือ หน่วยงานราชการที่ได้นำวิทยากรมาถ่ายทอดให้ความรู้เป็นกระบวนการอย่างมีระบบ การเรียนรู้ของชุมชนจึงมาจากภายในชุมชนและภายนอกชุมชน โดยภายในจะเป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเกิดทักษะความชำนาญ จนสามารถปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ยาวนาน ปัจจัยภายนอกเป็นทุนทางสังคมการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือส่งเสริมทำให้สามารถพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถให้กับคนในชุมชน

3. จากการศึกษาในด้านการช่วยเหลือจากภาครัฐกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนหน่วยงานรัฐในรูปแบบการฝึกอบรมให้ความรู้ จาก 9 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน พัฒนาสังคมและ ความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานเกษตร สำนักงานอุตสาหกรรม สำนักงานพาณิชย์ สาธารณสุข กศน. หน่วยงานในท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยพะเยาที่คอยให้คำปรึกษากับกลุ่มกล้วยกรอบรวิวรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่เข้ามาทำการวิจัย และได้สนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มสตรีสหกรณ์หญ้าแฝกก๊อซาว ในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องสถานที่ตั้งกลุ่ม บรรจุภัณฑ์ วัตถุดิบ เป็นต้น หน่วยงานครัฐจำนวน 2 หน่วยงาน ที่เข้ามาช่วยควบคุมในด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คือ อุตสาหกรรมและสาธารณสุข ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (เช่น อย./ Primary GMP/ มผช. /มอก. ฯลฯ) หรือมาตรฐานที่ตลาดสินค้าหรือกฎหมายกำหนด และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับสากล (เช่น GMP/ GAP/ HACCP/ ISO ฯลฯ) หรือมาตรฐานการส่งออก หรือมาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด มีหน่วยงานภาครัฐ 2 หน่วยงาน ได้แก่ศูนย์ศิลปะชีพและหน่วยงานทางทหารที่เข้ามาช่วยเหลือรับซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการไม่ต้องนำสินค้าไปขายที่อื่น โดยทางศูนย์ศิลปะชีพจะเข้ามารับซื้อผ่านประธานกลุ่ม โดยมีการกำหนดลวดลาย สี ลักษณะต่าง ๆ ที่ต้องการจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด การช่วยเหลือจากภาครัฐมีความสำคัญมากโดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการช่วยเหลือที่สำคัญไม่ต้องมาในรูปแบบเงินหรือเงินทุนเหมือนสมัยก่อน แต่สิ่งที่ผู้ประการการต้องการคือ ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การทำตลาดอย่างไรให้ทั่วถึง การตั้งราคาสินค้าอย่างไรให้ได้กำไรและกลุ่มอยู่ได้ กลุ่มหัตกรรมผักตบชวา บ้านสันป่าม่วง ได้ให้สัมภาษณ์ว่าตอนนำสินค้าไปขายในต่างจังหวัดครั้งแรกเมื่อแรกเริ่มการมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้นำสินค้าไปขายที่ประตูท่าแพจังหวัดเชียงใหม่ สินค้าขายดีมาก แต่ขาดทุนเมื่อกลับมาประชุมภายในกลุ่มพบว่าปัญหาคือการตั้งราคาไม่เป็น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบ รูปทรง ที่ทันสมัย น่าซื้อ เป็นต้น สำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักที่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มสมัครเข้ามาคัดสรร การให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การตลาด วัตถุดิบ การบริหารจัดการภายในกลุ่มทุก ๆ ด้าน นอกจากนี้ยังมีอีกหลายหน่วยงาน เช่น พาณิชย์ที่เข้ามาช่วยเรื่องพื้นที่ขายของทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด สอดคลงกับงานวิจัย กฤษณะ ดาราเรือง (2559) กล่าวว่า การจัดทำกลยุทธการแข่งขัน

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ประกอบด้วย การให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้ากับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐและสถานศึกษา การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้า และบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่าง พัฒนาทางเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ การสร้างเครือข่ายการรับรู้ข่าวสาร กระบวนการผลิต การตลาด และช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้การช่วยเหลือจากภาครัฐยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัย พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ, ชมพูนุท โมราชาติ และกัญญา จึงวิมุติพันธ์ (2560) กล่าวว่าการบริหารจัดการองค์กรมี 2 ระดับ คือ ระดับปฐมภูมิ เป็นการเริ่มก่อตั้งกลุ่มการเรียนรู้และบริหารจักการด้วยตัวกรรมการและสมาชิกกลุ่ม และระดับทุติยภูมิ คือการได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ทั้งด้านการอบรมวิชาการต่าง ๆ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุน การบริหารงบประมาณ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การหาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการองค์กรโดยมีการสร้างการบริหารงานในกลุ่มแบบมีโครงสร้างที่ชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่ กันตั้งแต่กรรมการ มีการจดทะเบียนที่ถูกต้อง การสร้างกฎระเบียบ มีการประชุมระดมความคิดเห็น เริ่มมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย และการปันผลให้กับสมาชิก ทั้งหมดนี้เป็นการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม

4. การศึกษาด้านผู้นำ ผู้วิจัยได้นำหลักการวิเคราะห์ของผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership theory) ของ Rick Warren Rick Warren โดยนำหลักการของทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากำหนดลักษณะผู้นำจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม/เจ้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเจ้าของคนเดียว ผู้นำจะประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ คือ มีความซื่อสัตย์จริงใจ รู้จักยืดหยุ่นพร้อมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเสมอมีการเตรียมพร้อมให้กับตนเองและสมาชิกใน รักการเรียนรู้และใฝ่รู้อยู่เสมอมีความกล้าที่จะตัดสินใจรู้จักที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้งเป็นผู้ที่มวิสัยทัศน์และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมสอดคล้องกับงานวิจัย ศิรินาถ ราชคำ, วัชราพงษ์ อิทรวงศ์ และฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์ (2557) กล่าวว่าภาวะผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน คือผู้นำที่เน้นการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีอุดมการณ์ วิสัยทัศน์ มีความสามารถใน การจูงใจทำให้เกิดแรงบรรดาลใจในการทำงาน

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ข้อเสนอแนะ

จากผลสรุปและการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่ได้มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ สำหรับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ดังนี้คือ

1.การพัฒนาสำหรับ ผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่มีระดับมาตรฐานอยู่ในระดับเท่าเดิม หรือมีระดับมาตรฐานที่ลดลง ควรมีการดำเนินการเกี่ยวกับปัจจัยภายในกลุ่ม ในเรื่องของของกลุ่มและการบริหารงานภายในกลุ่ม การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก การสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชนในด้านต่าง ๆ และที่สำคัญที่สุด คือลักษณะของผู้นำ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่อหน่วยงานที่เข้าสมาสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชนที่เข้ามาสนับสนุนในด้านต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ได้มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้คือ

1.ควรมีการศึกษาแนวทางสำหรับ ผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่มีระดับมาตรฐานอยู่ในระดับเท่าเดิม หรือมีระดับมาตรฐานที่ลดลง เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ต่อไป

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

บรรณานุกรม

กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**, 10(2), 1–10.

กฤษณะ ดาราเรือง. (2559). การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOP หมูฝอยกรอบโกเนียร. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 14(2), 75–78.

กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชน บ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 31(100), 130–143.

จอมยุทธ แห่งบ้านจอมยุทธ. (ม.ป.ป.). **ความหมาย แนวคิด และวิวัฒนาการของการพัฒนา**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562, จาก https://www.baanjomyut.com/library_3/theories_and_principles_of_community_development/02_1.html

ชัญญา แว่นทิพย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย ของอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารการเมืองการปกครอง**, 6(1), 77–79.

ณรงค์ อนันต์เลิศสกุล และจิรศักดิ์ จิยะจันทน์. (2561). แนวทางการบริหารจัดการองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอทอป กรณีศึกษา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในพื้นที่ภาคใต้. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 10(2), 128–135.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหา และแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. **วารสารนักบริหาร**, 34(2), 187–188.

นงเยาว์ คำตา. (ม.ป.ป.). **ภาวะผู้นำกับทศวรรษแห่งการเปลี่ยนแปลง**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562, จาก https://sites.google.com/site/mbakrabi/phawa-phuna-laea-kar-brihar-kar-peliynpaelng

ปานศิริ พูนพล และทิพวรรณ พรมลาย. (2560). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1-5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย**, 7(พิเศษ), 23–33.

พรชัย เจดามาน. (2560). **ภาวะผู้นำในยุค 4.0 ในพลวัตศววรรษที่ 21**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.kroobannok.com/83149

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

พัชรา วาณิชวศิน. (2560). **การพัฒนาภาวะผู้นำ: ทฤษฎีสู่แนวปฏิบัติที่ดี และกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ, ชมพูนุท โมราชาติ และกัญญา จึงวิมุติพันธ์. (2560). การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอทอป)ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. **วารสารมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 8(2), 225–226.

แพรภัทร ยอดแก้ว. (2555). **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.gotoknow.org/posts/236686

ลักษณาพร โรจน์พิทักษ์กุล. (2556). การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้ว อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. **วารสารศึกษาศาสตร์**, 24(1), 54–55.

วันชัย โกลละสุต. (ม.ป.ป.). **การบริหารงานแบบมีส่วน**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก http://kmcenter.rid.go.th/kmc08/km_53/km_team53.htm

วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรศุภกุล. (ม.ป.ป.). **ความหมายและกระบวนการกลุ่ม**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562, จาก https://www.novabizz.com/NovaAce/Manage/group.htm

วิภาวดี ผกามาส. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มอาชีพเพื่อพร้อมรับการเปิด AEC: กรณีศึกษากลุ่มอาชีพใส้เมี่ยงสมุนไพร จังหวัดเพชรบูรณ์. ใน **การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 14** (หน้า 2110–2117).

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (ม.ป.ป.). **แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562, จาก http://www.wiruch.com/articles%20for%20article/article%20concept%20and%20meaning%20of%20admin%20and%20mgt%20admin.htm

ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์, พสชนันท์ บุญช่วย และณัฐปภัสร์ เทียนจันทร์. (2558). **แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ศิรินาถ ราชคำ, วัชราพงษ์ อิทรวงศ์ และฉัฐวัฒน์ ลิมป์สุรพงษ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ การเกเปลี่ยนความรู้ การทำงานเป็นทีม กับผลการดำเนินงานของกลุ่ม OTOP กรณีศึกษากลุ่มสนุก (สกลนคร นครพนม มุกดาหาร). **วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์**, 1(1), 63.

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

สรฤทธ จันสุข. (2555). **การมีส่วนร่วมของประชาชน**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก https://www.gotoknow.org/posts/328530

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา. (2560). **การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่การปรับตัวทุนวัฒนธรรม สร้างสรรค์ OTOP ท้องถิ่นไทยจังหวัดพะเยา**. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2562, จาก https://bit.ly/2KjG5uJ

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจ กรมการพัฒนาชุมชน. (ม.ป.ป.). **โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก http://cep.cdd.go.th/services/otop

สุชาดา คุ้มสลุด, ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส. (2560). กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 9(3), 16–28.

สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ. (2558). ช่องทางการการกระจายผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ของคนไทยสู่ตลาดอาเซียนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน:กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP แปรรูป อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารสหวิทยาการวิจัย**, 4(2), 35–41.

สุรเชษฐ์ ชิระมณี. (2561). **วิธีวิทยาการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. พะเยา: คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์.

อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล. (2559). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง : เปลี่ยนแปลงท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จ. **วารสารอิเล็คทรอนิค มหาวิทยาลัยศิลปกร**, 9(2), 856–857.

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล, วริราภรณ์ ภัทโรวาสน์ และพัชราภรณ์ ลิมปิอังคนันต์. (2558). แนวทาง การพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**, 2(1), 82–84.

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

อัญชลี ชุมนุม และธรรมนิตย์ วราภรณ์. (2557). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการมีส่วนร่วมที่มีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินงานของกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นหรือพื้นที่. **วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม**, 4(2), 41–42.

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาคผนวก

1129716974 uP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์"เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์”

ที่มีมาตรฐานอยู่ในระดับ 1–2 ดาว มาตรฐานที่สูงขึ้นเป็น 3–5 ดาว

คำชี้แจง

ชื่องานวิจัย แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา

วัตถุประสงค์

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP

1.1 **ชื่อผลิตภัณฑ์OTOP** .....

1.2 **ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ** .....

1.3 **ประเภทผลิตภัณฑ์** .....

1.4 **การเลื่อนระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบระหว่าง 2 ปีล่าสุด** .....

1.5 **ลักษณะของผู้ประกอบการ** .....

<u>ตอนที่ 2</u> ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์”ที่มีมาตรฐานอยู่ในระดับ 1–2 ดาว มาตรฐานที่สูงขึ้นเป็น 3–5 ดาว

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้นำ/กลุ่ม/ชื่อเจ้าของ/ประธาน

เพศ .....

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

อายุ.....

ระดับการศึกษา.....

2.2 ลักษณะของกลุ่มการบริหารงานภายในกลุ่ม

สถานที่ตั้ง/ที่อยู่ .....

ประเภทอาคารที่ทำการกลุ่ม .....

ความเป็นมาของกลุ่ม.....

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง.....

2.3 **การบริหารงานภายในกลุ่ม**

2.3.1 ด้านการผลิต

การวางแผนการผลิต .... มี .....

..... ไม่มี

(.....) ผลิตและจำหน่ายเอง (.....)ในชุมชน (.....) นอกชุมชน

(.....) ผลิตแล้วส่งให้ผู้อื่นจำหน่าย (.....)ในชุมชน (.....) นอกชุมชน

จำนวนผลผลิต ผลิตได้จำนวน ..... ต่อวัน

ผลิตได้จำนวน ..... ต่อเดือน

ผลิตได้จำนวน ..... ต่อปี

ด้านศักยภาพการผลิต

..... มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม

..... มีศักยภาพในการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงเดิม

..... มีศักยภาพในการผลิตต่ำ ไม่สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงเดิม

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

การใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรในการผลิต

การใช้เทคโนโลยี.....มี .....

.....ไม่มี

การใช้เครื่องจักร..... มี .....

..... ไม่มี

การวางแผนด้านการจัดหาวัตถุดิบ ..... มี .....

.... ไม่มี

การจัดทำสต๊อตวัตถุดิบ ..... มี .....

..... ไม่มี

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ..... วัตุถดิบในท้องถิ่น .....เพียงพอ

.....ไม่พียงพอ

...ทำยังไง.....

.....

.....

..... วัตุถดิบท้องถิ่นอื่น ..... เพียงพอ

..... ไม่พียงพอ

...ทำยังไง.....

.....

.....

2.3.2 การบริหารด้านการเงิน

แหล่งเงินทุน กู้จากแหล่งเงินทุนนอกชุมชน

ระบุธนาคาร.....

กู้จากแหล่งเงินทุนในชุมชน

....กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

..... สถาบันการจัดการเงินทุนชุมชน

..... กองทุนหมู่บ้าน

..... อื่น ๆ

การจัดสรรเงิน.....

มีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายหรือไม่ .....จัดทำตาระบบบัญชี

..... จัดทำแบบง่ายๆ

..... ไม่มีการจัดทำ

รายได้เฉลี่ย.....

2.3.3 การตลาด

การตั้งราคา.....

.....ตลาดในชุมชน ..... จำหน่ายเอง .....

..... ส่งพ่อค้าค้ากลาง.....

..... ตลาดในจังหวัด ..... จำหน่ายเอง .....

..... ส่งพ่อค้าค้นกลาง.....

.....ตลาดต่างหวัด..... จำหน่ายเอง.....

..... ส่งพ่อค้าค้นกลาง.....

..... ตลาดต่างประเทศ ..... จำหน่ายเอง.....

..... ส่งพ่อค้าค้นกลาง.....

การส่งเสริมการตลาด ..... มี .....

..... ไม่มี

ด้านตัวผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์

ประโยชน์ใช้สอยผลิตภัณฑ์ .....

ผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการรับรอง

.....การรับรองมาตรฐานการผลิตระดับสากล เช่น GMP/GAP ฯลฯ

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

.....การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ เช่น อย./Primary ฯลฯ

.....ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใด ๆ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

..... มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

..... มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นาน ๆ ครั้ง

..... ไม่มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

..... มีบรรจุภัณฑ์ที่มีตามมาตรฐานการค้าสากล

..... มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น แต่ไม่มีมาตรฐานการค้าสากล

.....ไม่มีบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุประเภทใด .... กระดาษ

.... ผ้า

.... พลาสติก

..... ไม้

.... อื่น ๆ.....

2.3.4 ด้านการทรัพยากรบุคคล

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต .....

การใช้ช่างฝีมือและทักษะ .....มี .....

..... ไม่มี

การคัดเลือกคน.....

การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ.....

การจ่ายค่าตอบแทน.....

สวัสดิการ.....

2.3.5 การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิก

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

กฎระเบียบ.....

การประชุม.....

การอบรม/สัมมนาดูงาน.....

2.4 การสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชนในด้านต่าง ๆ

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุน.

1.ชื่อหน่วยงาน.....

รูปแบบการสนับสนุน.....

2..ชื่อหน่วยงาน.....

รูปแบบการสนับสนุน.....

3...ชื่อหน่วยงาน.....

รูปแบบการสนับสนุน.....

2.5 ภาวะผู้นำ

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ปัญหา/ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาคผนวก ข ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานอยู่ในระดับที่สูงขึ้นระหว่างปี 2557-2559

ภาพ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารบ้านก๊อหลวง

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

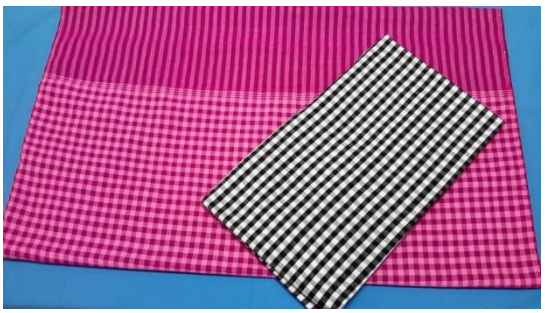
ภาพ 3 แสดงผลิตภัณฑ์รองเท้าเทวราช คุณอิทธิ มนต์ชูตา

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ฉลุลายไม้จากเศษไม้ กลุ่มฉลุไม้จากเศษไม้

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51



ภาพ 5 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้า กลุ่มทอผ้าบ้านป่าคา

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 6 แสดงผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำหว้าอบตราเรือนไทย กลุ่มอาชีพกล้วยอบเรือนไทย

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974
up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 7 แสดงผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 8 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักโคเซต์ คุณศรีพรรณ วงศ์ประเสริฐ

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 9 แสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าผักตบชวา กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านสันป่าม่วง

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 10 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายถักและปักมือ คุณสุดา ธีรวณิชนันท์

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 11 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้งใยกัญชง กลุ่มสตรีประชาภักดี

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 12 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา กลุ่มผ้าปักประดิษฐ์ลายชาวเขา

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 13 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักสตรี คุณมยุรี วงศ์ประเสริฐ

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 14 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าปักมือชาวเขา คุณกมล เลิศจินดาวัฒน์

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 15 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักโคเซต์ กลุ่มถักโครเซต์บ้านธาตุภูซาง

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 16 แสดงผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายจากหญ้าแฝก กลุ่มสตรีผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝกบ้านก๊อซาว

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาพ 17 แสดง ผลิตภัณฑ์แคบหมูอัจฉรา กลุ่มแม่บ้าเกษตรสันกลาง

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

ภาพ 18 แสดงผลิตภัณฑ์เสื้อถักนิ๊ตติ้ง กลุ่มผ้าถักโครเชต์นิตติ้ง

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา, 2559

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ภาคผนวก ค การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

1129716974 up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 UP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 UP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 UP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

1129716974 UP iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ณัชชา เพ็ชรพินิจ
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤษภาคม 2528
สถานที่เกิด	เชียงใหม่
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2559 บธ.บ. (การจัดการ), มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา
ที่อยู่ปัจจุบัน	273 หมู่ 11 ตำบลป่าใผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210
ผลงานตีพิมพ์	ณัชชา เพ็ชรพินิจ (ผู้บรรยาย). (8 มิถุนายน 2562). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อยกมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น: กรณีศึกษาจังหวัดพะเยา. ในการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 5 (หน้า 96-108). พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา

1129716974
up iThesis 60213619 independent study / recv: 18072562 20:25:22 / seq: 51