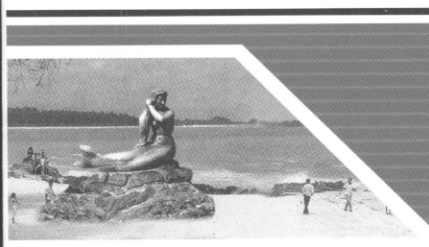


ศักยภาพของผลิตภัณฑ์
ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ภายใต้ชุดโครงการ
การจัดการของวิสาหกิจชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคใต้

445.Z9C58
2
47

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

คำนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เริ่มขึ้นตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในปลายปี 2544 เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า สร้างผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ลดปัญหาคนว่างงานและย้ายถิ่น เพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเอง และสามารถขยายขอบเขตไปสู่ตลาดสากลในที่สุด และเพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีจึงกำหนดให้คณะกรรมการ นตผ. แห่งชาติ กำหนดแผนแม่บท และ นตผ. ระดับภูมิภาค ทำหน้าที่ประสานงานกับชุมชนและเสนอสินค้าที่ผ่านการคัดสรรอย่างน้อยจังหวัด 10 รายการ เพื่อขึ้นบัญชีเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายในเดือน ธันวาคม 2545

คุณลักษณะสินค้าที่ถูกคัดสรรไว้ในบัญชีรายชื่อจึงมีความเหมาะสมและศักยภาพพอที่จะทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนั้น ๆ ประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด

การประเมินเบื้องต้นถึงคุณสมบัติสินค้าที่ถูกคัดสรรว่าสอดคล้องเหมาะสมกับคุณลักษณะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือไม่ สินค้าที่ถูกคัดสรรได้รับการยอมรับจากคนในจังหวัดอย่างไร และความสามารถในการจัดการของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าเป็นอย่างไร จะช่วยให้มองเห็นศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่ามีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จดังเจตนารมย์ที่รัฐบาลกำหนดไว้มากน้อยเพียงใด เพื่อนำไปสู่การเสนอแผนและการร่วมมือร่วมใจ ปรับปรุงแก้ไขโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาชุมชนต่อไป

บทคัดย่อ

วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของสินค้าที่คัดสรรเข้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดที่ศึกษาว่ามีความเหมาะสม ได้รับการยอมรับให้เป็นสินค้าในโครงการและมีศักยภาพของสินค้าในโครงการที่จะประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด ทั้งในแง่การยอมรับของตลาด คุณลักษณะสินค้าที่โดดเด่น และวัดความสามารถการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่เจาะลึกเป็นเครื่องมือร่วมกับการสังเกตการณ์จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นตผ. ระดับจังหวัด วิสาหกิจชุมชนเจ้าของสินค้า และประชาชนในจังหวัด รวมทั้งสิ้น 470 ตัวอย่าง จาก 7 จังหวัดภาคใต้ที่เลือกศึกษา ผลการศึกษาพบว่า

สินค้าทุกรายการที่ศึกษามีคุณลักษณะครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในคุณลักษณะของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง นตผ. ระดับภูมิภาค วิสาหกิจชุมชน และประชาชนในจังหวัด ต่างให้การยอมรับสินค้าว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะบรรจุเข้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดได้ เมื่อประเมินศักยภาพของสินค้าพบว่า ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะเหมาะสมและได้รับการยอมรับในระดับท้องถิ่น และในประเทศเท่านั้น สินค้ายังต้องปรับปรุง พัฒนาอย่างจริงจังเรื่องการเสนอสินค้าใหม่ การสร้างความแตกต่างในสินค้า ปรับปรุงหีบห่อและรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานสากล ด้านความสามารถการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของภาคใต้ยังขาดแนวคิดและขาดความรู้การจัดการตลาดสมัยใหม่ ขาดประสบการณ์ในการทำตลาด ขาดทักษะการนำเสนอขายที่จูงใจและการกระจายสินค้ายังทำได้ไม่ทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ คือ นตผ. ระดับจังหวัดต้องดำเนินการในเชิงรุกให้มากขึ้น มีความรู้ในการจัดการตลาดเพื่อคอยชี้แนะ และทำงานแบบบูรณาการเพื่อมุ่งความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนวิสาหกิจชุมชนต้องกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงพัฒนาสินค้า เข้ารับอบรมความรู้ใหม่ ๆ เข้าร่วมกิจกรรมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดทุกครั้งเพื่อเพิ่มประสบการณ์ สร้างเครือข่าย และก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการจัดการสินค้าของตน

Product Potential of One Tambon One Product Project

Abstract

The objectives of the research were : 1) to study the appropriate features of the selected products in One Tambon One Product Project (OTOP) in the selected provinces; 2) to study the acceptability of the products in OTOP project ; 3) to evaluate the products' potential by studying market entry, the distinguishing features, and the marketing management of the community enterprises. Data was collected via in-depth interview questions and observations from three sample group. These included the OTOP project provincial committee, the community enterprises' entrepreneurs, and people in the sample provinces. There are 470 samples altogether.

The findings were: all products studied have the features stipulated in the selection criteria for OTOP project. All three sample group met the criteria for the products in this project. For product potential, most products have appropriate features and are acceptable locally and nationally. On an international level product presentation, differentiation, packaging and quality need improvement. The entrepreneurs managing the enterprises lack marketing experience, sales presentation, product distribution, and managerial skills.

The study recommends the OTOP project committee should use a more aggressive strategy, integrating all the related tasks for the success of the OTOP project. More over, the community enterprises' entrepreneurs need to be more proactive in improving their products, seek new knowledge, training, participate in all provincial OTOP project activities to gain more experience, do more networking, and create new ideas for their own product management.

สารบัญเรื่อง

	หน้า
คำนำ	(1)
บทคัดย่อ	(2)
Abstract	(3)
สารบัญเรื่อง	(4)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
คำนิยามศัพท์	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง	
นโยบาย หลักการ และความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	6
การดำเนินงานของ นตผ. ระดับจังหวัด	9
บทบาทของวิสาหกิจชุมชน	12
แนวคิดและทฤษฎีการจัดการสินค้า	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
การเลือกพื้นที่ศึกษา	17
ประชากร	17
กลุ่มตัวอย่าง	19
ขนาดตัวอย่าง	20
วิธีสุ่มตัวอย่าง	20
เครื่องมือในการวิจัย	21
การตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย	21
การรวบรวมข้อมูล	22

การประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล 22
การรายงานผล 23
บทที่ 4 ผลการวิจัย
ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 24
ศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 30
- การยอมรับสินค้า 31
- ศักยภาพการแข่งขันของสินค้า 61
- ความสามารถด้านการจัดการของวิสาหกิจชุมชน 68
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
บทสรุป 79
อภิปรายผล 82
ข้อเสนอแนะ 86
บรรณานุกรม 92
ภาคผนวก 94
แบบสอบถาม 95
รายละเอียดสินค้าที่เลือกศึกษา 104

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	รายชื่อสินค้า 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัดที่เลือกศึกษา	18
3-2	ขนาดตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	20
4-1	รายการสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่รู้จัก	27
4-2	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดภูเก็ต	32
4-3	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดตรัง	34
4-4	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดสตูล	36
4-5	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดสงขลา	38
4-6	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดนครศรีธรรมราช	40
4-7	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดสตูล	42
4-8	อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนสินค้าที่คัดสรรจังหวัดปัตตานี	43
4-9	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรจังหวัดภูเก็ต	46
4-10	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรจังหวัดตรัง	49
4-11	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรจังหวัดสตูล	51
4-12	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรจังหวัดสงขลา	53
4-13	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรนครศรีธรรมราช	55
4-14	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรพัทลุง	57
4-15	ศักยภาพของสินค้าที่คัดสรรปัตตานี	59
4-16	สถานที่ซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	68
4-17	กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	69

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

คณะรัฐมนตรีกำหนดนโยบายเร่งด่วนที่จะยกระดับการทำงาน และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ชนบท จึงจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้า โดยรัฐเข้าช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั่วประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเตอร์เน็ต (กระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ , 2544)

ดร. กิตติ ลิ่มสกุล ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรีเรื่องหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อธิบายว่าเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 รายการ ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น และเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน เป็นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ให้แต่ละหมู่บ้านหรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self – reliance) ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพสินค้าที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อขยายขอบเขตไปสู่ตลาดโลก เสริมกับตลาดในประเทศ (แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ , 2544)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ. นตผ.) แห่งชาติ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทดำเนินการ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์คัดเลือกขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล โดยมีคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาคทำหน้าที่ประสานงานในระดับพื้นที่และคัดสรรสินค้า อย่างน้อย 10 รายการ เพื่อขึ้นบัญชีเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เสนอกระทรวงมหาดไทย ภายในเดือนธันวาคม 2545

กรมพัฒนาชุมชน โดยพัฒนาการจังหวัดในฐานะเลขานุการ ในคณะอนุกรรมการ นตผ. ระดับจังหวัด เป็นผู้ดำเนินการคัดสรรสินค้าที่ได้รับการยอมรับ มีชื่อเสียงว่าเป็นสินค้าของพื้นที่ และส่วนหนึ่งมาจากรายชื่อสินค้าที่วิสาหกิจชุมชน / ผู้นำชุมชนเสนอเพื่อพิจารณา จัดลำดับรายชื่อไว้ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด

ณ. กันยายน 2545 ปรากฏรายชื่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวม 3,638 รายการ จาก 1,152 ตำบล ทั่วประเทศ (www. thaitambon.com) ขณะที่แต่ละจังหวัดยังสรุปตัวเลขไม่แน่นอน และสินค้าหลายรายการอยู่ระหว่างการยื่นเสนอให้ นตผ. ระดับจังหวัดเป็นผู้พิจารณา

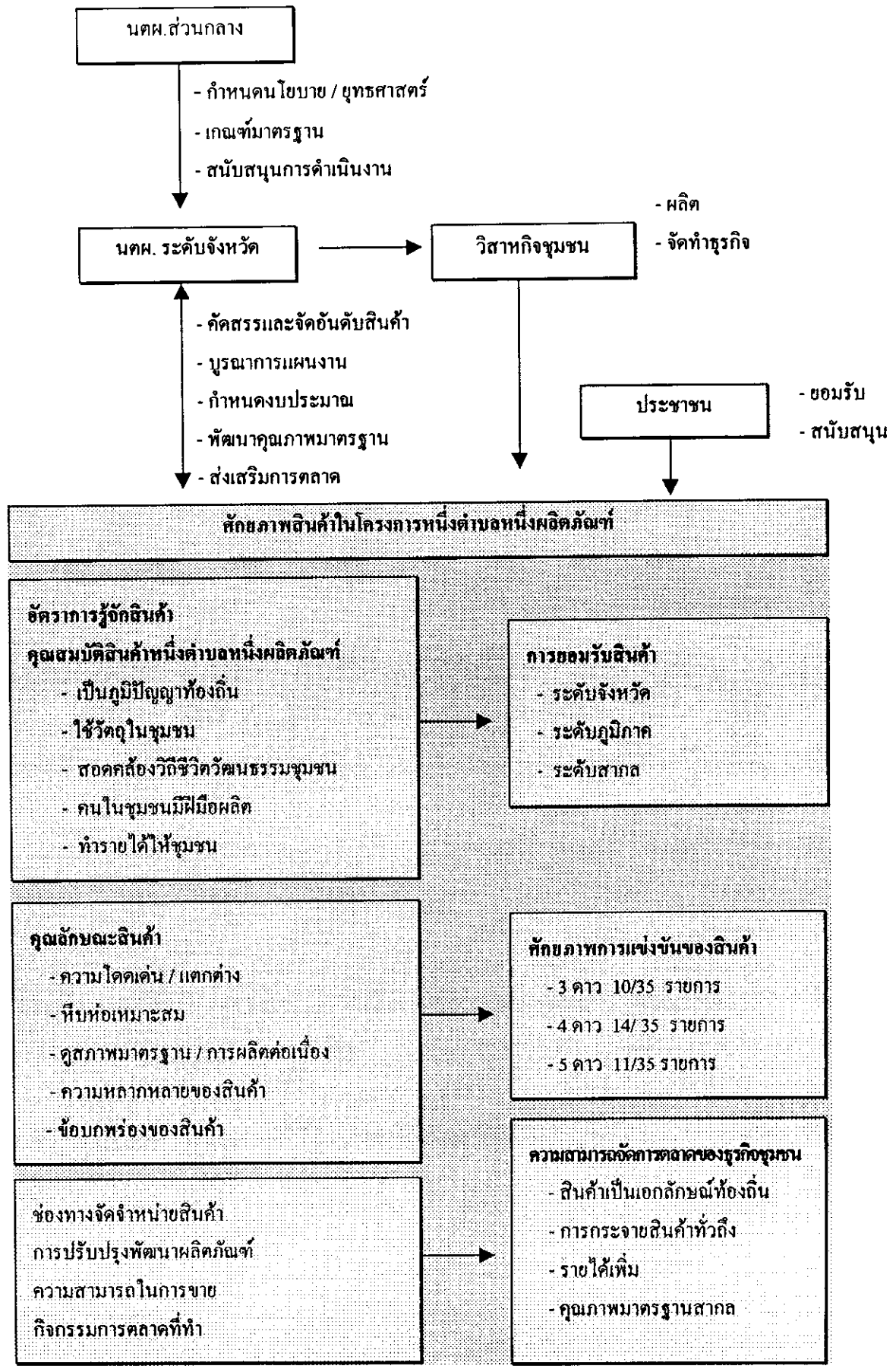
ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละจังหวัด จึงเริ่มต้นจากคุณลักษณะของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรไว้ในโครงการว่า จะมีศักยภาพ หรือความพร้อมของสินค้าที่จะนำเสนอสู่ตลาดได้ให้เป็นที่ยอมรับ และตอบสนองความต้องการของตลาดได้มากน้อยเพียงใด คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน ราคาไม่แพงเกินไป และสินค้าดึงดูดใจให้ตลาดนิยมซื้อสินค้าได้หรือไม่ ขณะเดียวกันสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดที่จัดทำขึ้นมีคุณสมบัติสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การคัดสรรที่กำหนดไว้เพียงใด สินค้ามีความสามารถในการแข่งขันมากพอที่จะนำสินค้าสู่มาตรฐานสากลได้หรือไม่ และเป็นสินค้าที่ทำให้ชุมชนมีรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้ยั่งยืนเพียงใด

การศึกษาศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะช่วยให้ผู้สนใจและเกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เห็นภาพชัดเจนขึ้นถึงความเป็นไปได้ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะเด่นและด้อยของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และแนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพิ่มคุณค่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป สมดังเจตนารมย์ของรัฐบาล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อทราบชนิดและคุณลักษณะของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ 5 ตำบลหลัก ใน 7 รายจังหวัดภาคใต้ที่ศึกษา
2. วัดการยอมรับสินค้าที่บรรจุในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Perception of product) ว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมตามเกณฑ์ที่กำหนด
3. ประเมินศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การยอมรับสินค้า ศักยภาพในการแข่งขัน และความสามารถในการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต

1.3 กรอบแนวคิดวิจัย



1.4 คำนิยามศัพท์

สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้า 5 รายการ จาก 10 รายการ ที่ นตผ. ระดับจังหวัดเสนอชื่อเข้าบัญชีสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของประเทศ ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย เมื่อ ธันวาคม 2545

นตผ. ระดับจังหวัด หมายถึง หน่วยงานที่ประกอบเป็นอนุกรรมการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในส่วนภูมิภาคของแต่ละจังหวัด ทำหน้าที่สนับสนุน ช่วยเหลือประสานงานให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินการจนสามารถเลี้ยงชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ที่เกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชนในชุมชนเพื่อทำธุรกิจชุมชน

ศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความพร้อมของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละจังหวัดใน 3 ด้าน คือ การยอมรับสินค้า ความพร้อมของสินค้าที่จะสามารถแข่งขันได้ในตลาด และความสามารถด้านการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ครอบคลุมกรอบแนวคิดของโครงการวิจัยที่มุ่งเน้นรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของสินค้า 5 รายการเด่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ 7 จังหวัด ที่เลือกศึกษาในชุดโครงการ เพื่อเป็นรูปแบบในการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย ได้แก่ หน่วยงาน นตผ. ระดับจังหวัด วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต และประชาชนในจังหวัด เพื่อวัดการยอมรับสินค้า ประเมินศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ และวัดความสามารถด้านการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและคุณลักษณะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตลอดจนได้รับฟังความคิดเห็นของชุมชนโดยรวม และทราบความเป็นไปได้ของสินค้าแต่ละรายการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงในการกำหนดทิศทางนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาส่งเสริมแต่ละพื้นที่ให้มีผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีประชาชนร่วมคิดร่วมทำด้วยตนเอง

เกิดเป็นธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีหน่วยงานรัฐและเอกชนเป็นเพียงผู้คอยให้การสนับสนุนและคำปรึกษา

1.7 หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เจ้าของผลิตภัณฑ์ ใช้ข้อมูลเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้น
2. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด สามารถกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ การให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจชุมชนในพื้นที่
3. สถาบัน SMEs ภาคใต้ รวบรวมเป็นฐานข้อมูลสำหรับการจัดหลักสูตรฝึกอบรมชุมชน ให้คำแนะนำปรึกษา
4. ประชาชนผู้บริโภคสินค้า ได้บริโภคสินค้าที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น

บทที่ 2
ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่ปรากฏในบทนี้ ประมวลจากแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ประเด็นดังนี้

1) นโยบายหลักการและความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2) การดำเนินงานของ นตผ. ระดับจังหวัด
3) บทบาททางวิสาหกิจชุมชน
4) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินค้า

2.1 นโยบาย หลักการ และความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สาระสำคัญของการแถลงนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาลต่อรัฐสภา เมื่อ 30 เมษายน 2544 คือ แนวทางดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ (www.thaitambon.com) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดให้คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ. นตผ.) มีหน้าที่กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ของการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) สร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (www.tambon.com) ดร. กิตติ ลิ่มสกุล ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรีเรื่อง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุป แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่า ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการ

เรียนรู้ของชุมชน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ , 2544) ระบุหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) เป็นการผลิตสินค้า / บริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2) พึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูมฟักประชาชน ให้รู้ชีวิต ด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณ แห่งการสร้างสรรค์

จากแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นการค้นหาสินค้า หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ

1. เกณฑ์เบื้องต้น สินค้าทุกประเภทที่ผ่านการพิจารณา จะต้องไม่มีลักษณะ
   1.1 วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ 100 %
   1.2 วัตถุดิบนำมาผลิตเป็นของผิดกฎหมาย
   1.3 เป็นสินค้าที่เลียนแบบ หรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
   1.4 เป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม

2. กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน
   2.1 ประเมินตัวสินค้า
      2.1.1 ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต
         2.1.1.1 สัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่มาจากพื้นที่ภายในจังหวัด
         2.1.1.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น
      2.1.2 การผลิต
         2.1.2.1 การพัฒนาแบบสินค้า
         2.1.2.2 คุณภาพสินค้า
            2.1.2.2.1 กรณีสินค้าที่ต้องได้รับ อ.ย.
            2.1.2.2.2 กรณีสินค้าทั่วไป
         2.1.2.3 กระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม

2.1.3 การตลาด

2.1.3.1 แหล่งจำหน่ายสินค้า

2.1.3.2 จำนวนแหล่งจำหน่ายชุมชน

2.1.3.3 การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่าย (ในเชิงปริมาณขาย) เทียบกับปีที่แล้ว

2.1.3.4 ความต่อเนื่องของตลาด

2.1.3.5 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

2.2 ความเข้มแข็งของชุมชน

2.2.1 ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต

2.2.1.1 จำนวนสมาชิก

2.2.1.2 อายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย

2.2.2 การผลิต

2.2.2.1 ความต่อเนื่องของการผลิต

2.2.2.1.1 กรณีไม่ใช่ผลผลิตการเกษตร

2.2.2.1.2 กรณีเป็นผลผลิตการเกษตร

2.2.3 การตลาด

2.2.3.1 ความสามารถในการหาตลาดของกลุ่ม

2.2.4 ระบบบัญชีและการเงิน

2.2.4.1 กองทุนของกลุ่ม (ไม่รวมกองทุนหมู่บ้าน)

2.2.4.2 ระบบการบันทึกบัญชี

2.2.4.3 สัดส่วนการลงทุนของกลุ่ม

2.2.5 อื่น ๆ

2.2.5.1 การบริหารจัดการองค์กร / กลุ่ม

2.2.5.2 ระบบเครือข่าย (ระเบียบสำนักนายกว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544)

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นกับการขับเคลื่อนกระบวนทัศน์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการร่วมพลังกันของประชาชนในจังหวัด ระบบราชการทั้งในส่วนตำบล อำเภอ จังหวัด องค์กร ภาคเอกชน วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น

เป็นสำคัญ ภาครัฐส่วนกลางมีบทบาทเพียงพร้อมให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยเครือข่ายและอินเตอร์เนต

อาจสรุปบทบาทของรัฐบาลกลางของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

- **บทบาทของส่วนกลาง**

บทบาทและภารกิจของกระทรวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. **กระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่หลักเกี่ยวกับการประชาคม ค้นหาผลิตภัณฑ์และข้อมูลพื้นฐาน ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มคนและชุมชน**
2. **กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รับหน้าที่หลักในการส่งเสริมการผลิต จัดหาวัตถุดิบ ควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่**
3. **กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุขมีหน้าที่หลักในการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์**
4. **กระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนจะดูแลเรื่องการส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า เรื่องสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า**
5. **กระทรวงวิทยาศาสตร์และภาคเอกชนเป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี การออกแบบและการบรรจุภัณฑ์**
6. **สำนักนายกรัฐมนตรีและภาคเอกชนเป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์**
7. **ทบวงมหาวิทยาลัยเป็นหน่วยงานหลักในการติดตามและประเมินผล**
8. **สำนักนายกรัฐมนตรีเป็นหน่วยงานหลักในการวิเทศสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและเงินทุนจากต่างประเทศ**

2.2 การดำเนินงานของ นตผ. ระดับจังหวัด

สืบเนื่องจากพลังขับเคลื่อนกระบวนทัศน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มุ่งที่ประชาชน หน่วยงานระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล องค์กรภาคเอกชน และวิสาหกิจการชุมชนเป็นสำคัญ ดังนั้น **การทำหน้าที่ของ นตผ. ระดับจังหวัด จึงมีบทบาทสำคัญมาก คือ การขับเคลื่อนให้**โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดำเนินการต่อไปได้ และสร้างชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 กำหนดให้ส่วนภูมิภาค ประกอบไปด้วย คณะทำงานต่อไปนี้ คือ

1. คณะกรรมการ นตผ. จังหวัด ประกอบด้วย
   - ผู้ว่าราชการจังหวัด ประธานกรรมการ
   - หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อนุกรรมการ
   - ภาคเอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิ อนุกรรมการ
   - พัฒนาการจังหวัด อนุกรรมการและเลขานุการ
2. คณะอนุกรรมการ นตผ. อำเภอ / กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย
   - นายอำเภอ / ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำกิ่ง ประธานอนุกรรมการ
   - ผู้แทนส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อนุกรรมการ
   - ภาคเอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิ อนุกรรมการ
   - พัฒนาการอำเภอ / กิ่งอำเภอ อนุกรรมการและเลขานุการ

ภารกิจหลักของกลไกในส่วนภูมิภาค เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลต่าง ๆ เพื่อเสนอต่อ กอ. นตผ. การบูรณาการแผนงานและงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค เพื่อพัฒนาคุณภาพ / มาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด

ในระดับพื้นที่มีการทำงาน 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ระดับตำบลให้ อบต. มีหน้าที่ในกระบวนการจัดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่น

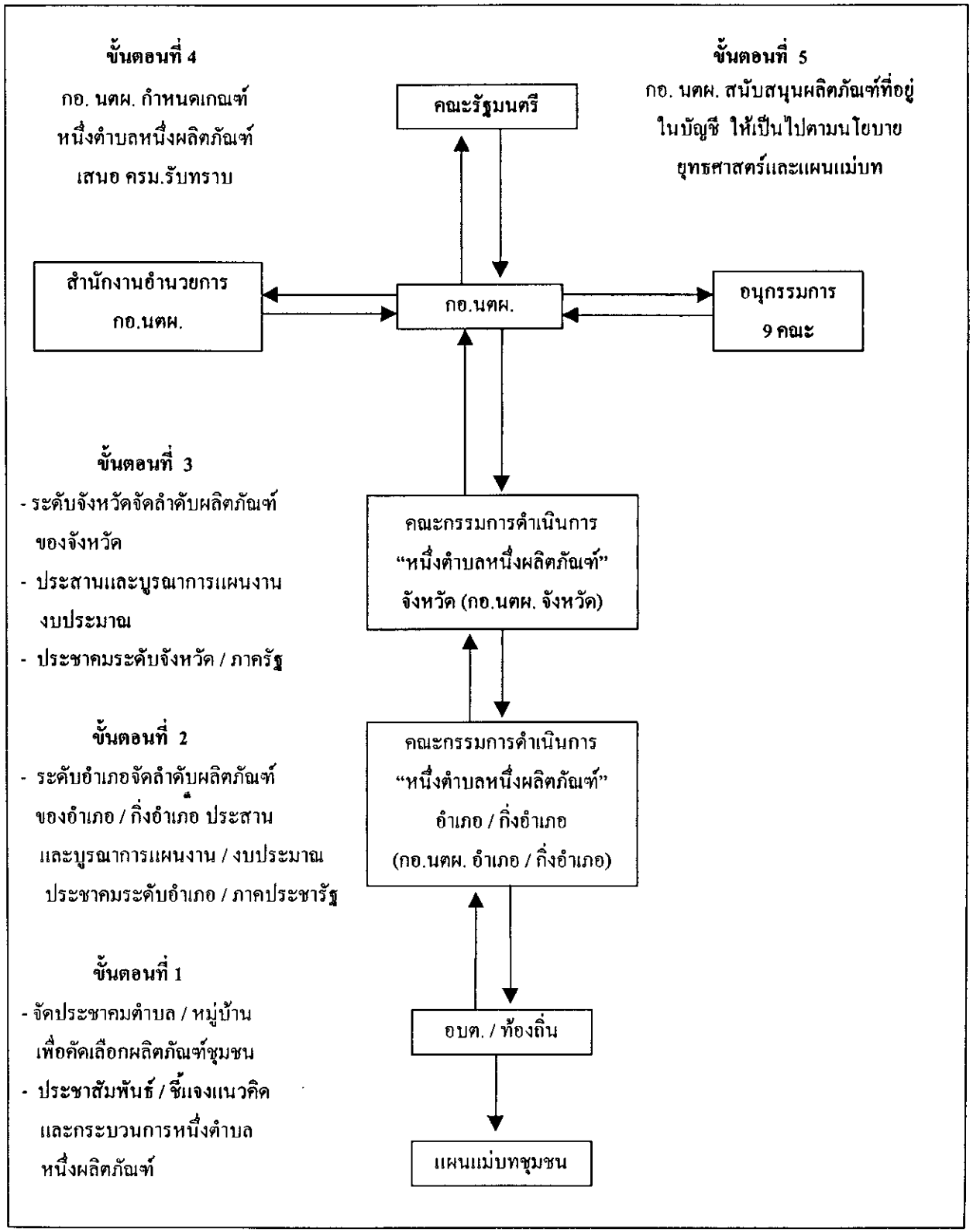
ขั้นตอนที่ 2 ระดับอำเภอและกิ่งอำเภอ ให้ นตผ. อำเภอและกิ่งอำเภอ มีหน้าที่ในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นของแต่ละตำบล อำเภอ และกิ่งอำเภอ การบูรณาการแผนงานและจัดสรรงบประมาณเพื่อการสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 3 ระดับจังหวัด ให้ นตผ. จังหวัดมีหน้าที่ในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นของอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัด การบูรณาการแผนงานและงบประมาณเพื่อสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 4 กอ.นตผ. กำหนดเกณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และขึ้นบัญชีเสนอคณะรัฐมนตรีให้รับทราบ

ขั้นตอนที่ 5 กอ.นตผ. สนับสนุนให้เป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท

แผนภูมิขั้นตอนการบริหาร "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"



ที่มา : www.thaitambon.com

2.3 บทบาทของวิสาหกิจชุมชน

จากแนวทางการประเมินเพื่อคัดเลือกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ กอ. นตผ. แห่งชาติที่กำหนดเกณฑ์คัดเลือกสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ 2 ด้าน คือ 1) ตัวสินค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและขึ้นบัญชีรายชื่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) ประเมินความเข้มแข็งของชุมชนที่ผลิตสินค้า โดยพิจารณาจาก 1) จำนวนสมาชิกกลุ่ม อายุของกลุ่มตั้งแต่เริ่มผลิต ความต่อเนื่องในการผลิต 2) การจัดการกระบวนการผลิตที่เป็นระบบมุ่งคุณภาพ 3) ความสามารถในการหาตลาดของกลุ่ม 4) ระบบบัญชีและการเงินของกลุ่มโดยพิจารณาจากจำนวนกองทุน ระบบการบันทึกบัญชี จำนวนอุปกรณ์เครื่องมือในการดำเนินงานกลุ่ม 5) การบริหารจัดการกลุ่ม มีผู้นำ มีระเบียบ 6) ระบบเครือข่ายการติดต่อซื้อขาย

จะเห็นได้ว่า ความพร้อมหรือศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะเกิดขึ้นได้ จะต้องมีความเข้มแข็งของชุมชน หรือความสามารถในการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเป็นสำคัญ หากประชาชนขาดความสามัคคี ขาดการรวมกลุ่ม ขาดผู้นำที่เข้มแข็ง และขาดมุมมองการจัดการธุรกิจแล้ว ศักยภาพหรือความพร้อมของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น ๆ จะไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์ (ณรงค์ เพชรประเสริฐ 2541 : 216) มีความเห็นว่าภาครัฐควรทำบทบาทในการสร้างโอกาสให้ทุกหมู่บ้าน มีการพัฒนาตนเองตามศักยภาพที่มีอยู่ และพยายามสร้างบรรยากาศให้คนในหมู่บ้านทำงานอย่างเต็มศักยภาพ โดยภาครัฐสนับสนุนเงินทุน การให้กำลังใจ การให้ความรู้ การให้ความสะดวกในการติดต่อ และข้อมูลสนับสนุน ข้อมูลดังกล่าวอาจจะประกอบด้วย สภาพเศรษฐกิจชุมชน องค์กรเกี่ยวกับการตลาด (ศูนย์สาธิต ตลาดริมทาง และตลาดนัด) อาชีพ ลักษณะชุมชน และทุน (กรรมการหมู่บ้าน กลุ่มอิสระ เป็นต้น)

Besser (1999 : 16-29) ศึกษา "ความเกี่ยวพันของชุมชนและการยอมรับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดเล็กในเมืองเล็ก" ผลการศึกษา พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับจำนวนพนักงาน อายุของธุรกิจ การแข่งขัน ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ และความรับผิดชอบทางสังคม นอกจากนี้ ยังพบว่า ลักษณะธุรกิจ ประกอบด้วย จำนวนพนักงาน (จำนวนมาก) และอายุธุรกิจ (ยาวนาน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสนับสนุนและผู้นำชุมชน และพบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการ ประกอบด้วยระดับการศึกษา อายุ (อายุสูง) และเพศ (ชาย) มีบทบาทการเป็นผู้นำและสนับสนุนชุมชน ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจสามารถแสดงในรูปแบบข้อผูกพันที่มีต่อชุมชนและสนับสนุนชุมชน ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจสามารถแสดงในรูปแบบข้อผูกพันที่มีต่อชุมชนและสนับสนุน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในที่สุด เนื่องมาจาก

ลูกค้า พนักงาน ซัพพลายเออร์ และอื่น ๆ พึงพอใจกับภาพลักษณ์ของธุรกิจ จึงพร้อมสนับสนุนธุรกิจ

บัวรัตน์ ศรีนิล และคณะ (2541) พบว่า โครงสร้างและกระบวนการกลุ่มทอผ้าในภาคใต้ไม่สมบูรณ์ ต้องอาศัยเวลา จึงจะเข้มแข็ง ผลวิจัย พบเพียงกลุ่มทอผ้านาหมื่นศรี จ. ตรังเท่านั้นในภาคใต้ที่มีลักษณะการจัดการแผนธุรกิจชุมชนอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งแยกหน้าที่ บทบาทของสมาชิก การมีส่วนร่วม มีระบบบัญชี มีการควบคุมสต๊อก การเบิกจ่ายพัสดุ และการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม เป็นต้น แต่ยังไม่มีระบบเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม และปัญหาที่ทำให้วิสาหกิจชุมชน เป็นกลุ่มที่ไม่เข้มแข็ง เกิดจากขาดแคลนผู้นำกลุ่ม ขาดการประสานงานที่ชัดเจน ชาวบ้านไม่ตื่นตัว ขาดการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากหน่วยงาน หากแต่เป็นการส่งเสริมเป็นครั้งคราว ตามนโยบายเฉพาะกาลจากส่วนกลาง และวิสาหกิจชุมชนขาดทักษะในการจัดการกลุ่ม ขาดความรู้เรื่องหน่วยงานที่จำเป็นในการดำเนินการกลุ่ม และขาดการสืบทอด สร้างค่านิยมอย่างเป็นระบบให้กับคนรุ่นใหม่

ศูนย์พัฒนาธุรกิจชุมชน (2543) ระบุปัญหาหนึ่งของ SMEs ภาคการค้าของไทยว่า ไม่สามารถปรับตัวทันการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้มีผลกระทบโดยตรงกับความอยู่รอดของสินค้าในธุรกิจชุมชน

นางสุชาดา อรุณรักถาวร จากสำนักบริการส่งออก รายงานความคืบหน้าการผลักดันสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เมื่อ 17 มีนาคม 2546 ในหน้าหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ว่า สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทุกประเภทสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพในการส่งออก และมีโอกาสในแทบทุกตลาด โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่เป็นกุญแจไปสู่ความสำเร็จ คือ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปแบบดี มีความหลากหลาย และผู้ประกอบการมีการนำเสนอรูปแบบใหม่ ๆ ที่สอดคล้องและตรงใจกับรสนิยมของผู้บริโภค

ปรียดา สงสุรินทร์ (2544) พบ จุดบกพร่องของสินค้าผ้าทอเกาะยอ และจักสานเชือกกล้วย ว่า ยังต้องปรับปรุงในเรื่องคุณภาพสินค้า และรูปแบบสินค้าให้มากขึ้น และระบุว่าสินค้าทั้ง 2 รายการ เป็นที่รู้จักดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อนำไปเป็นของตกแต่งบ้าน และพบว่า มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ไม่ซื้อสินค้า เพราะมีความเห็นว่าสินค้ายังไม่สวย

โดยสรุปจากแนวนโยบายและกรรมการดำเนินงานภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นความพยายามของภาครัฐที่จะสร้างวิสาหกิจชุมชน ซึ่งชาวบ้านเป็นตัวจักรสำคัญในการผลิต ซึ่งจะต้องมีความได้เปรียบเทียบ ผนวกกับความสามารถทางการบริหารจัดการ แต่การดำเนินงานมิได้

มีเป้าหมายอยู่ที่การสร้างผลกำไร และการอยู่รอดของธุรกิจเท่านั้น แต่ยังมุ่งถึงจิตสำนึกในการดูแลชุมชนและความเข้มแข็งของชุมชนอีกด้วย อย่างไรก็ตามแนวคิดการดำเนินธุรกิจชุมชน ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว ผู้รับผิดชอบควรมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ในแต่ละชุมชน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินค้า

- **แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์และการสร้างความแตกต่างให้สินค้า**

Kotler (2003 : 407) **ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่เสนอแก่ตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจและได้มาซึ่งเจ้าของ การใช้หรือการบริโภค เพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค**

สินค้าที่ธุรกิจนำเสนอสู่ตลาด ควรมีคุณค่ามากพอ กล่าวคือ มีประโยชน์มาก พอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้วยการประสานคุณประโยชน์สินค้าการบริการ

ในการสร้างสินค้าให้แตกต่างและวิธีจากสินค้าของคู่แข่งขัน สามารถทำได้หลายวิธี

1) สร้างความแตกต่างในตัวสินค้า การปรับปรุงรูปแบบสินค้า ความคงทน ความน่าเชื่อถือ / ชื่อเสียงของผู้ผลิต การบริการหลังการขาย ฯลฯ
2) การสร้างความแตกต่างในการบริการ การบริการที่รวดเร็ว ความสะดวก ความง่าย การให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ซื้อ การซ่อมแซมฟรี และบริการอื่น ๆ
3) การสร้างความแตกต่างในคุณภาพของพนักงานในการเอาใจใส่ลูกค้า น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ สุขภาพนอบน้อม ฯลฯ
4) การสร้างความแตกต่างของช่องทางจัดจำหน่าย ที่มุ่งเน้นอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น
5) การสร้างความน่าเชื่อถือในตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่ได้รับการยอมรับนำไปสู่การซื้อครั้งต่อไปได้

- **แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค**

ยุพาวดี สมบูรณกุล (พฤติกรรมผู้บริโภค , 2541) อธิบายว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคขึ้นกับรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และความแตกต่างกันของพฤติกรรมผู้บริโภคมีปัจจัยแวดล้อม 2 ด้าน เข้ามามีอิทธิพล ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สภาพ

เศรษฐกิจ รายได้ วัฒนธรรม ครอบครัว และกิจกรรมของธุรกิจ และปัจจัยแวดล้อมภายใน ได้แก่ ความเป็นตัวตน ความเชื่อ ทัศนคติ และการรับรู้ เรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จะบริโภคและความต้องการสินค้า

จึงอาจสรุป ได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคสินค้า เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ เวลา ที่เปลี่ยนไป และธุรกิจสามารถดำเนินการเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ให้หันมาบริโภคสินค้าของตนได้ โดยการศึกษาถึงความต้องการ การยอมรับสินค้า และศึกษาปัจจัยจูงใจให้เกิดการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคในขณะนั้น ๆ

จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (ยุพาวดี สมบูรณกุล , 2541) ยังระบุอีกว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์สอดคล้อง คล้ายคลึงกัน จะแสดงพฤติกรรมเหมือน ๆ กัน ดังนั้น การที่ธุรกิจต้องจัดแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความเพียงพอใจ จากการบริโภคสินค้าเพิ่มมากขึ้นและรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะช่วยให้ธุรกิจเสนอสินค้าที่มีคุณค่าตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

- ความสามารถในการจัดการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่

Kotler (2003:2) ให้คำจำกัดความของยุคเศรษฐกิจใหม่ว่า "เป็นยุคที่ผู้บริโภคสามารถคลิกอินเตอร์เน็ต เพื่อเลือกซื้อสินค้าที่มีเสนอขายอย่างหลากหลาย จากหลายคู่แข่งขันและหลายราคา และมีข้อมูลมากมายให้ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคคิดว่ามีคุณค่าและตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องมีข้อมูลมากพอ ทันเวลา และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารกันทั้งในธุรกิจ และสามารถติดต่อแบบ 2 ทาง กับลูกค้าและแหล่งวัตถุดิบ และปรับปรุงประสิทธิภาพการกระจายสินค้า เพื่อนำเสนอสินค้าได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ พร้อม ๆ กับการปรับปรุงคุณภาพ และความถูกต้องของบริการ"

Boone & Kurtz (2004 : 9) อธิบายว่ามี 3 ปัจจัยที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ มีมุมมองเศรษฐกิจของประเทศกว้างออกไปยังประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก คือ 1) ข้อตกลงระหว่างประเทศในการทำสัญญาร่วมค้า 2) การเติบโตของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการค้าอิเลคโทรนิค และ 3) เศรษฐกิจโลกแบบเปิด ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดในระดับท้องถิ่น จะต้องให้ความสำคัญและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้อง และเจาะจงกับการเปลี่ยนไปของลักษณะวัฒนธรรม และข้อกฎหมายต่างประเทศที่ถูกกำหนดขึ้น

Boone & Kurtz (2004 : 21) เสนอทางเลือกของการจัดการตลาดในยุคปฏิวัติเทคโนโลยีว่า ธุรกิจจะต้องหาทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า และพัฒนากลยุทธ์ให้สามารถขายสินค้าแก่ผู้บริโภคที่อยู่ไกลได้อย่างรวดเร็ว พร้อมกันหลาย ๆ วิธี ทั้งผ่านร้านดิออสในห้างสรรพสินค้า และขายผ่านเวบไซด์ ขณะเดียวกันธุรกิจจำเป็นต้องทำกลยุทธ์ตลาดสายสัมพันธ์ (Relationship Marketing) ทั้งกับลูกค้า เพื่อให้เกิดโอกาสใหม่ และได้เปรียบเชิงแข่งขัน และทำให้ผู้บริโภคมีความซื่อสัตย์ต่อตราขี่ห้อสินค้าในที่สุด และการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้า

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การเลือกพื้นที่ศึกษา

หัวข้อวิจัยเรื่อง "ศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นหัวข้อหนึ่งในชุดโครงการวิจัยเรื่อง การจัดการของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้ ดังนั้นพื้นที่ที่ใช้ศึกษาจึงเจาะจงเฉพาะพื้นที่ในภาคใต้ไทย แบ่งเขตการศึกษาตามภูมิประเทศ 2 ฝั่งทะเล เช่นเดียวกับหัวข้ออื่น ๆ ในโครงการวิจัยชุดนี้ และสอดคล้องกับพื้นที่ศึกษา ได้แก่

1) ฝั่งทะเลอันดามัน เลือกศึกษาในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต ตรัง และสตูล
2) ฝั่งทะเลอ่าวไทย เลือกศึกษาในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง และปัตตานี

ประชากร

เพื่อให้ครอบคลุมหัวข้อวิจัยเรื่อง "ศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" คณะผู้วิจัยจึงกำหนดประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดที่เลือกศึกษา ได้แก่

1) คณะอนุกรรมการ นตผ. ระดับจังหวัด
2) กรรมการบริหารของวิสาหกิจชุมชนเจ้าของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3) ประชาชนทั่วไปในจังหวัด

คณะผู้วิจัยได้เลือกรายชื่อผลิตภัณฑ์ 5 รายการแรกของแต่ละจังหวัดในพื้นที่ศึกษา ซึ่งนำเสนอไว้ในรายงานศักยภาพและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่คณะอนุกรรมการ นตผ. จังหวัดรวบรวมเสนอกระทรวงมหาดไทย เมื่อเดือนธันวาคม 2545 เป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อศึกษาว่า ผลิตภัณฑ์ที่จังหวัดคัดเลือกไว้ ทั้ง 5 อันดับแรกนี้ จะมีศักยภาพและความเหมาะสมที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือไม่เพียงใด รายชื่อผลิตภัณฑ์ เรียงลำดับ 1-5 ของจังหวัดต่าง ๆ ที่ศึกษา ปรากฏดังตารางที่ 3 – 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3-1 : รายชื่อสินค้า 5 อันดับแรกของแต่ละจังหวัดที่เลือกศึกษา

จังหวัด	สินค้าที่เลือกศึกษา	พื้นที่เจ้าของโครงการ	จำนวนกลุ่มวิสาหกิจ
ภูเก็ต	1. ผ้าบาติก	ต. ไม้ขาว	5
	2. ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา	ต. วิชิต	5
	3. สับปะรดภูเก็ต	ต. ศรีสุนทร	1
	4. ข้าวหลามหินรุ่ย	ต. เทพกษัตรี	1
	5. น้ำพริกกุ้งเสียบ	ต. ฉลอง	5
ตรัง	1. ผ้าทอนาหมื่นศรี	ต. นาหมื่นศรี	1
	2. จักสานใบเตยปาหนัน	ต. บ่อหิน	2
	3. แกะสลักไม้เทพธาโร	ต. หนองปรือ	2
	4. มีด/พร้านาป้อ	ต. ควนปริง	2
	5. น้ำปลาหยงสตาร์	ต. ท่าข้าม	1
สตูล	1. กาแฟโบราณ	ต. ควนโดน	1
	2. ผ้าบาติก	ต. ควนขัน	2
	3. เครื่องปั้นดินเผา	ต. พิมาน	1
	4. น้ำปลาท่าพยอม	ต. ปากน้ำ	1
	5. กะปิกุ้งแท้	ต. ทุ่งหว้า	1
สงขลา	1. ผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย	ต. ดูเต่า	4
	2. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	ต. ปาดังเบซาร์	4
	3. กรงนกเขา	ต. บ้านนา	2
	4. ผ้าทอเกาะยอ	ต. เกาะยอ	4
	5. ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก	ต. สะบ้าย้อย	2
นครศรีธรรมราช	1. จักสานย่านลิเพา	ต. ท่าเรือ	3
	2. เครื่องเงิน / เครื่องถม / สามกษัตริย์	ต. ปากนคร	5
	3. ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	ต. บ้านตูล	5-10

จังหวัด	สินค้าที่เลือกศึกษา	พื้นที่เข้าของโครงการ	จำนวนกลุ่มวิสาหกิจ
	4. ขนมลา	ต. หูล่อง	2-5
	5. ไม้กวาดดอกหญ้า	ต.บ้านลำนาว	2
พัทลุง	1. แกะสลักรูปหนังตะลุง	ต. ท่ามะเดื่อ	12
	2. ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	ต. ลำสินธุ์	2
	3. ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	ต. ทะเลน้อย	1
	4. นมโค (สหกรณ์โคนม)	ต. นาท่อม	2
	5. ผ้าทอทอนชมพู่	ต. ชุมพล	1
ปัตตานี	1. น้ำบูดู	ต. ปะเสยาวอ	2-5
	2. ผ้าบาติก	ต. ลุโบะยิไร	2-5
	3. หมวกกะปิเยาะ	ต. กะมิยอ	2-5
	4. ลูกหยีทรงเครื่อง	ต. สะดาวา	2-5
	5. ดอกไม้จากใบยางพารา	ต. ปากล่อ	2-5

กลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยกำหนดให้สอบถามข้อมูลจากตัวแทนของประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1. อนุกรรมการ นตผ.ระดับจังหวัด สอบถามจากผู้รับผิดชอบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในหน่วยงานต่อไปนี้ รวม 10 ตัวอย่าง

1. สำนักงานจังหวัด
2. อุตสาหกรรมจังหวัด
3. พาณิชย์จังหวัด
4. เกษตรจังหวัด
5. พัฒนาการจังหวัด
6. ตัวแทนภาคเอกชน (หอการค้า)

7-10 ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ของพื้นที่ที่เลือกศึกษา (3 ตัวอย่าง)

สำนักทรัพยากรการเรียนรู้และเทคโนโลยี อรรถกระวีสุนทร

2. กรรมการสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเจ้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมไม่ต่ำกว่า 10 หน่วยงาน / จังหวัด

3. ประชาชนทั่วไปในจังหวัดนั้น ๆ 50 ตัวอย่าง / จังหวัด

ขนาดตัวอย่าง

รวมตัวอย่างทั้งสิ้นที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ 498 ตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 3 - 2 : ขนาดตัวอย่างที่ใช้ศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง	จังหวัด							รวม
	ภูเก็ต	ตรัง	สตูล	สงขลา	นครฯ	พัทลุง	ปัตตานี	
1) หน่วยงาน นตผ.ระดับจังหวัด	10	10	9	9	9	10	10	66
2) วิสาหกิจชุมชน	9	10	11	17	11	10	13	82
3) ประชาชนทั่วไป	50	50	50	50	50	50	50	350
รวม	69	70	70	76	70	70	73	498

จากขนาดตัวอย่างที่เก็บจริง พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปจากแผนการเดิมที่กำหนดไว้ ดังนี้

1) **หน่วยงาน นตผ. ระดับจังหวัด** กำหนดไว้ จังหวัดละ 10 ตัวอย่าง แต่มีปัญหาในการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้รับผิดชอบต้องตรวจพื้นที่ และมีการจัดประชุมอนุกรรมการในโครงการระดับต่าง ๆ ถี่มาก ทำให้ผู้วิจัยต้องออกสัมภาษณ์หลายครั้ง จึงจะพบและได้สัมภาษณ์ รวมเก็บได้จริง 66 ตัวอย่าง คิดเป็น 94 % ของที่กำหนดไว้
2) **วิสาหกิจชุมชน** กำหนดไว้จังหวัดละ 10 ตัวอย่าง รวม 70 ตัวอย่าง แต่สามารถเก็บได้จริง รวม 82 ตัวอย่าง มากกว่าที่กำหนดไว้
3) **ประชาชนทั่วไป** เก็บได้ครบตามจำนวนที่วางแผนไว้

วิธีสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive sampling และสุ่มตัวอย่าง แบบ Accidental sampling กับประชาชนทั่วไปที่พบในจังหวัดนั้น ๆ ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ออกสัมภาษณ์หน่วยงาน และวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนถูกต้อง

1. หน่วยงาน นตผ. ระดับจังหวัด กำหนดสุ่มตัวอย่างจากผู้รับผิดชอบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในหน่วยงาน อาจเป็นหัวหน้าสำนักงาน ประธาน เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบ ตัวแทนของหอการค้า, กรรมการ อบต. เจ้าของพื้นที่สินค้าในโครงการซึ่งเป็นอนุกรรมการ นตผ. จังหวัดนั้น ๆ
2. วิสาหกิจชุมชน กำหนดสุ่มตัวอย่างจาก คณะกรรมการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ถูกเลือก
3. ประชาชนทั่วไป สุ่มสอบถามจากประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดนั้น ๆ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ที่เต็มใจตอบคำถาม

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (ภาคผนวก) ที่ถูกร่างขึ้นโดยอาศัยแนวทางจากการทบทวนงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามชุดนี้ใช้สอบถามทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงความรู้ความเข้าใจของบุคคล 3 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้องต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวัดการยอมรับผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด พร้อมข้อคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่จังหวัดได้คัดสรรไว้ในรายการผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ และความเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ลักษณะของแบบสอบถาม แยกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะสินค้า ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 4 : ข้อคิดเห็นแก้ไขปรับปรุงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย

มีการนำแบบสอบถามของโครงการย่อยในโครงการวิจัยชุด การจัดการของวิสาหกิจในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นำเข้าที่ประชุมเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงของข้อมูลและความสอดคล้องกันของข้อมูล ที่ต้องนำไปใช้ในการกำหนดหลักสูตรการจัดฝึกอบรมวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละจังหวัด (โครงการย่อยชุดที่ 4)จากนั้นจึงนำแบบสอบถาม

ที่ผ่านที่ประชุมแล้วมาแก้ไขปรับปรุงและนำออกมาทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายจริงในจังหวัดสงขลา จำนวน 10 ชุด เพื่อปรับปรุงแก้ไขความยากง่ายของคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถามที่ตรงกัน และการเรียงลำดับคำถามเพื่อป้องกันอคติที่อาจจะเกิดขึ้น รวมทั้งปรับปรุงคำถามให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขภายหลังการทดสอบแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูลจริงตามแผนที่กำหนดไว้

การรวบรวมข้อมูล

คณะวิจัยได้นำแบบสอบถามที่ร่างไว้ไปสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ทีละจังหวัด แต่เนื่องจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และวิสาหกิจชุมชนของแต่ละจังหวัดค่อนข้างยุ่งยาก และไม่สามารถสัมภาษณ์ได้ในครั้งเดียว เนื่องจากเป็นช่วงระยะที่รัฐบาลและหน่วยงาน นตผ. ระดับจังหวัด กำลังดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง มีการประเมินความก้าวหน้าเป็นระยะ ๆ สม่ำเสมอ จัดงานแสดงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ ตลอดปี 2546 และมีการประชุมชี้แจงนโยบายที่ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมจากรัฐบาลของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งระดับจังหวัด, อำเภอ, และตำบล อยู่เสมอ ทำให้คณะวิจัยต้องเดินทางไป – มา เพื่อจัดเก็บข้อมูลให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมระยะเวลาที่ใช้เก็บข้อมูล ทั้งสิ้น 5 เดือน (มีนาคม – กรกฎาคม 2546) และมีการติดตาม ขยายผลข้อมูลเพิ่มเติมตลอดจนเสร็จสิ้นโครงการ (พฤษภาคม 2547)

การประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้อง เที่ยงตรง และความครบถ้วนของคำตอบอีกครั้ง ก่อนเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดทำขึ้นใน 2 ลักษณะ คือ

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยนับจำนวนตัวอย่างที่ตอบคำถาม แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ในรูปของความถี่ เพื่อประเมินขนาดของความคิดเห็น การยอมรับผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อคิดเห็น มาอธิบายเหตุผลของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เกี่ยวกับศักยภาพและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา สังเกตการณ์ โดยให้ความสำคัญของศักยภาพสินค้าใน 3 ส่วน คือ การได้รับการยอมรับจากตลาด ศักยภาพในการแข่งขันของสินค้า และความสามารถด้านการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

เนื่องจากโครงการวิจัยชุดนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาลอย่างจริงจัง (โครงการชุดสิ้นสุด ตุลาคม 2547) รัฐบาลได้มีการดำเนินการในหลายประเด็นอย่างต่อเนื่อง และจัดให้มีการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เมื่อ ธันวาคม 2546 เพื่อให้ได้ภาพศักยภาพของสินค้าในโครงการชัดเจนขึ้น แนวทางการประมวลวิเคราะห์ข้อมูลของโครงการย่อย 2 (ศักยภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์) จึงขยายประเด็นและระยะเวลาศึกษาโดยนำสินค้าทั้ง 5 รายการ ที่ศึกษาของแต่ละจังหวัดมานำเสนอเปรียบเทียบให้เห็นว่าเมื่อสิ้นสุดปี 2546 นั้น สินค้าทั้ง 5 รายการของแต่ละจังหวัดมีศักยภาพอย่างไรในการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ไทย และศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางการดำเนินงานของ นตผ. ระดับจังหวัด ถึงสินค้าทั้ง 5 รายการ ว่าจังหวัดคิดเห็นอย่างไร และ มีแนวทางในการพัฒนา / ส่งเสริมสินค้าทั้ง 5 รายการอย่างไร โดยผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มาสรุปผลและจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อนำเสนอประธานอนุกรรมการ นตผ. จังหวัด (ผู้ว่าราชการจังหวัด) ทั้ง 7 จังหวัด เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล ความเป็นไปได้ของข้อเสนอวิจัย ตลอดจนอธิบายแนวทางก่อนนำมาแก้ไขปรับปรุง และนำเสนอในรูปรายงานผลการศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร จัดฝึกอบรมที่จะถูกจัดทำขึ้นในโครงการวิจัยย่อยชุดที่ 4 ต่อไป

การรายงานผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง "ศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ถูกจัดทำไว้เป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ แยกต่างหากจากโครงการย่อยชุดอื่น ๆ ขณะเดียวกัน สรุปผลและข้อเสนอแนะจะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการร่างหลักสูตรฝึกอบรม ที่จะจัดทำขึ้นในโครงการวิจัยย่อยชุดที่ 4 เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

บทที่ 4
ผลการวิจัย

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละจังหวัด เริ่มต้นจากการที่อนุกรรมการ นตผ. ระดับจังหวัด ทำการคัดสรรสินค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ให้ได้อย่างน้อยตำบลละ 1 รายการ จัดลำดับรายการคัดสรรสินค้าและนำเสนอกระทรวงมหาดไทย เพื่อบรรจุเป็นรายชื่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด

การศึกษาศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเลือกเอาสินค้าคัดสรร 1-5 รายการแรกที่ นตผ. ระดับจังหวัดนำเสนอกระทรวงมหาดไทยเมื่อเดือนธันวาคม 2545 เป็นสินค้าตัวอย่างในการศึกษา โดยมุ่งวัดศักยภาพของสินค้าจาก 3 ประเด็นหลัก ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของสินค้าในตลาด ดังนี้ 1) การยอมรับสินค้าของตลาด 2) ศักยภาพด้านการแข่งขันของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) ความสามารถด้านการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

เนื่องจากการศึกษาชุดวิจัยนี้ดำเนินการในระยะเริ่มต้นโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล การศึกษาศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาล จำเป็นที่จะต้องวัดความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเบื้องต้นของผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไปในจังหวัดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อัตราการรู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เสียขั้นหนึ่งก่อน เพื่อให้ได้ทราบว่า หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งประชาชนทั่วไปในจังหวัดรับรู้และเข้าใจอย่างไรเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และคิดเห็นว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีลักษณะอย่างไร รู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดมากน้อยเพียงใด ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

4.1 ความคิดเห็นทั่วไป

- แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยที่รัฐบาลให้การส่งเสริม สนับสนุนอย่างจริงจังต่อเนื่องทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ประชาชนได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ในบรรดาหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ รู้สึกชื่นชมรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับโครงการ ทำให้ทั้ง

หน่วยงานและประชาชนตื่นตัว การจัดประชุมบ่อยครั้ง ในระดับชุมชน เพื่อรายงานความก้าวหน้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อรัฐบาล ทำให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน สนิทสนมคุ้นเคยกับประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมากขึ้น หลายหน่วยงานของ นตผ. จังหวัด ยอมรับว่า ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้น มีความพยายามในระดับที่ต้องทำตามหน้าที่เท่านั้น ทั้งนี้ เพราะหน่วยงานเกือบทุกหน่วยงานของ 7 จังหวัด ที่ศึกษา มีความเห็นว่า ประชาชนในภาคใต้ มีอาชีพหลัก คือ การทำสวนยางพารา การผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นเพียงอาชีพเสริม ทำเมื่อมีเวลาว่าง และคนใต้เองไม่ได้มีบุคลิก หรือความสามารถในการประดิษฐ์งานฝีมือ แต่เดิมการทอผ้า ทำไม้กวาด จักสาน ที่ทำเป็นเพียงเพื่อนำมาใช้งานเท่านั้น คนในภาคใต้ไม่ได้มีบุคลิกละเมียดละมัย รักสวยรักงาม หรืออ่อนหวานอย่างคนในภาคเหนือ จึงทำให้ขาดทักษะในการสร้างงานศิลปะแข่งขันไม่ได้กับงานศิลปะของภาคอื่น ๆ และการปลูกและกรีดยางพารา ก็ทำรายได้ดีกว่างานศิลปะมาก ดังนั้น การดำเนินการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นการทำตามนโยบายรัฐบาลและหารายได้เสริมเสียเป็นส่วนใหญ่

เมื่อผู้วิจัยถามให้อธิบายคุณลักษณะของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่าควรมีคุณลักษณะอย่างไร พบว่า ความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางที่หลากหลาย และมุ่งเน้นคุณลักษณะของสินค้าที่แตกต่างกันไป แต่ก็ พบว่า วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต และประชาชนส่วนใหญ่ของแต่ละจังหวัด ระบุว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องสามารถทำรายได้ให้ชุมชน และเป็นสินค้าที่คุณภาพดี ไม่แพง ผลวิจัย พบอีกว่า หน่วยงาน นตผ. ประชาชนในจังหวัดภูเก็ต สตูล สงขลา จำนวนหนึ่ง อธิบายลักษณะสินค้าในโครงการว่า เป็นสินค้าที่ยังต้องปรับปรุงพัฒนาอีกมาก

ในความเห็นของผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เชื่อว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มเข้าใจคุณลักษณะและแนวคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่ารัฐบาลต้องการให้ชุมชนสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยนำเอาสินค้าที่ผลิตและบริโภคเองได้ นำออกขายเพื่อนำรายได้เข้าสู่ชุมชน และถ้าเป็นไปได้ก็ควรจะขายในตลาดทั่วไป หรือส่งออกต่างประเทศ ก็จะทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่ม แต่จากคำจำกัดความของผู้ตอบแบบสอบถามที่หลากหลายเกี่ยวกับคุณลักษณะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดเป็นสินค้าในโครงการจำนวนมากและหลากหลาย วิธีการดำเนินงานเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงานให้เข้าใจตรงกัน ขาดการช่วยเหลือร่วมมือกัน เพื่อปรับปรุงขยายการผลิต และขยายตลาด ซึ่งเป็นอุปสรรคโดยตรงต่อการเติบโตของธุรกิจชุมชน ผลสัมภาษณ์นี้สอดคล้องกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานที่บอกว่า รัฐบาลโดย นตผ. ส่วนกลาง มีหนังสือราชการเป็นคำสั่งเกี่ยวกับโครงการหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาถึงจังหวัด อย่างต่อเนื่องตลอดปี 2546 เพื่อแจ้งให้ทราบถึงนโยบาย ความคืบหน้า ระเบียบวิธีการดำเนินงานของโครงการที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม (เช่น ระยะแรกให้ นตผ. จังหวัดคัดสรร เฉพาะสินค้าของวิสาหกิจชุมชน แต่เมื่อปลายปี 46 ก่อนคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า นโยบายได้เปลี่ยนไปให้หมายรวมเอาสินค้าของ SME ที่สนใจเข้าร่วมโครงการไว้เป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ เป็นต้น)

- **รายชื่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก**

เมื่อตรวจสอบว่า สินค้า 5 รายการเด่นของแต่ละจังหวัดที่คัดสรรเข้าโครงการเสนอกระทรวงมหาดไทย เมื่อธันวาคม 2545 เป็นสินค้าที่อยู่ในใจและเป็นที่รู้จักของผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าสินค้ารายการอื่น ๆ ในโครงการหรือไม่

โดยให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ระบุชื่อสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดที่รู้จัก ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4 -1 : รายการสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่รู้จัก
(ตอบได้มากกว่า 1 รายการ)

รายการสินค้า	หน่วยงาน	ผู้ประกอบการ	ประชาชน
1. จังหวัดภูเก็ต	**n = 9**	**n =10**	**n =50**
1) น้ำพริกกุ้งเสียบ ต. ฉลอง อ. เมือง	8	6	23
2) ผ้าบาติก ต. ไม้ขาว อ.ถลาง	6	4	13
3) ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา ต. วิชิต อ. เมือง	4	6	8
4) ข้าวหลามหินรุ่ย ต. ศรีสุนทร อ. ถลาง	2	4	19
5) สับปะรดภูเก็ต ต. เทพกษัตรี อ. ถลาง	2	3	16
6) อื่น ๆ	9	4	62
2. จังหวัดตรัง	**n =10**	**n =10**	**n =50**
1) ผ้าทอนาหมื่นศรี ต.นาหมื่นศรี อ. นาโยง	7	8	24
2) แกะสลักไม้เทพธาโร ต.หนองปรือ อ.รัษฎา	6	4	20
3) น้ำปลาหยงสตาร์ ต.ท่าข้าม อ. ปะเหลียน	3	3	18
4) จักสานใบเตยปาหนัน ต. บ่อหิน อ. สิเกา	6	4	16
5) มีด / พร้า นาป้อ ต. ควนปริง อ. เมือง	4	5	15
6) อื่น ๆ	16	6	37

รายการสินค้า	หน่วยงาน	ผู้ประกอบการ	ประชาชน
3. จังหวัดสตูล	**n =10**	**n =11**	**n=50**
1) เครื่องปั้นดินเผา ต. พิมาน อ. เมือง	7	6	11
2) น้ำปลาท่าพยอม ต. ปากน้ำ อ. เมือง	6	5	13
3) กะปิกุ้งแท้ ต. ท่าแพ อ. ท่าเรือ	4	5	9
4) กาแฟโบราณ ต. ควนโดน อ. ควนโดน	7	5	9
5) ผ้าบาติก ต. ควนขัน อ. เมือง	2	4	4
6) อื่น ๆ	18	19	61
4. จังหวัดสงขลา	**n =9**	**n =17**	**n =50**
1) ผ้าทอเกาะยอ ต. เกาะยอ อ. เมือง	8	15	35
2) กรงนกเขา ต. บ้านนา อ. จะนะ	8	13	22
3) ผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย ต. คูเต่า อ. หาดใหญ่	4	10	20
4) ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก ต. สะบ้าย้อย อ. สะบ้าย้อย	6	6	17
5) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ต. ปาดังเบซาร์ อ. สะเดา	4	9	13
6) อื่น ๆ	28	27	30
5. จังหวัดนครศรีธรรมราช	**n =10**	**n =11**	**n =53**
1) ขนมลา ต. หูล่อง อ. ปากพนัง	5	9	20

รายการสินค้า	หน่วยงาน	ผู้ประกอบการ	ประชาชน
2) เครื่องเงิน / เครื่องถม / สามกษัตริย์ ต. ปากนคร อ. เมือง	4	5	10
3) ไม้กวาดดอกหญ้า ต. บ้านลำนาว อ. บางขัน	2	6	7
4) จักสานย่านลิเพา ต. ท่าเรือ อ. เมือง	6	5	5
5) ผลิตภัณฑ์จากกระจูด ต. บ้านตูล อ. ชะอวด	3	4	3
6) อื่น ๆ	29	33	62
6. จังหวัดพัทลุง	**n =10**	**n =10**	**n =52**
1) จักสานกระจูด ต.ทะเลน้อย อ. ควนขนุน	9	7	22
2) โคนม ต. นาท่อม อ. เมือง	3	7	21
3) แกะสลักรูปหนังตะลุง ต. ท่ามะเดื่อ อ. บางแก้ว	8	5	15
4) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ต. ลำสินธุ์ อ. ศรีนครินทร์	5	2	6
5) ผ้าทอทอนชมพู่ ต. ชุมพล อ. ศรีนครินทร์	2	2	4
6) อื่น ๆ	28	32	83
7. จังหวัดปัตตานี	**n =10**	**n =13**	**n =50**
1) น้ำบูดูสายบุรี ต. ปะเสยะวอ อ. สายบุรี	6	7	31
2) หมวกกะปิเยาะ ต. กะมิยอ อ. เมือง	6	8	24
3) ลูกหยีทรงเครื่อง ต. สะดาวา อ. ยะรัง	6	6	26

รายการสินค้า	หน่วยงาน	ผู้ประกอบการ	ประชาชน
4) ผ้าบาติก ต. ฤโบะยิไร อ. มายอ	4	4	19
5) ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา ต. ปากล่อ อ.โคกโพธิ์	5	4	8
6) อื่น ๆ	32	32	61

จากตารางที่ 4-1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนในทุกจังหวัดรู้จักและนึกถึงชื่อสินค้าทั้ง 5 รายการ ได้มากกว่าสินค้าตัวอื่น ๆ ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และค่อนข้างที่จะรู้จักสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หลากหลาย และหลายรายการไม่ปรากฏว่าเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่ประชาชนอยากให้เป็นสินค้าในโครงการ เช่น น้ำผลไม้, เมี่ยงคำ ขนมเบื้อง ขนมพื้นบ้าน ฯลฯ ขึ้นอยู่กับว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสินค้าอย่างไร หรือ พบว่า สินค้าอะไรในชุมชน ดี / อร่อย ก็อยากให้ผลิตอย่างจริงจัง และเข้าร่วมเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยไม่ได้สนใจกับคุณลักษณะของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด แต่มุ่งไปที่สินค้าอะไรก็ได้ที่จะสามารถนำรายได้สู่ชุมชนและยอมรับว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละตำบลไม่จำเป็นต้องมีเพียงสินค้าเดียว และพบว่ามีผู้เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยที่ไม่ได้ระบุชื่อสินค้าใน 5 รายการ ที่ถูกคัดสรรไว้

โดยสรุป สินค้า 5 รายการที่คัดสรรของแต่ละจังหวัด ไว้ในบัญชีรายชื่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากผู้เกี่ยวข้องในจังหวัดว่า มีคุณสมบัติที่เหมาะสมเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดและเป็นที่รู้จักในระดับแพร่หลายของจังหวัด

4.2 ศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามความคิดเห็นต่อสินค้าทั้ง 5 รายการ ที่เลือกศึกษา ว่ามีศักยภาพที่เหมาะสมจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร ผู้ที่เกี่ยวข้องยอมรับสินค้าทั้ง 5 รายการ มากน้อยเพียงใด สินค้าทั้ง 5 รายการ มีคุณลักษณะสินค้าที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่ สินค้าทั้ง 5 รายการ มีศักยภาพในการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมีความ

สามารถด้านการตลาดมากน้อยเพียงใด และสินค้าทั้ง 5 รายการ ควรจะปรับปรุงแก้ไขอย่างไรบ้าง เพื่อให้สินค้าเหล่านั้นเป็นสินค้าเด่นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด และนำรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป รายละเอียดปรากฏในผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

4.2.1 การยอมรับสินค้า

- **การยอมรับสินค้ายังอยู่ในระดับจังหวัด ยังไม่พร้อมสู่ตลาดสากล**

ผลวิจัย พบว่า คนในจังหวัดทั้ง 7 จังหวัดที่ศึกษาส่วนใหญ่รู้จักสินค้าทั้ง 5 รายการของสินค้าที่อยู่ในบัญชีรายชื่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด และยอมรับว่าสินค้าส่วนใหญ่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ข้อขัดข้องที่ไม่เหมาะสมมีเพียงปัญหาเรื่องวัตถุดิบ ที่ปัจจุบันสินค้าบางรายการของแต่ละจังหวัดเริ่มต้องจัดหาวัตถุดิบจากภายนอกจังหวัด และสินค้าหลายรายการยังมีปัญหาเรื่องสินค้าไม่แตกต่างจากสินค้าในจังหวัดอื่น ทำให้สินค้าไม่สามารถแข่งขันได้ และทำรายได้ให้ชุมชนไม่มากพอที่จะเลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน รายละเอียดข้อค้นพบ ปรากฏในตาราง 4-2 – 4-8 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4-2 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดภูเก็ต

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 9	ผู้ประกอบการ n = 10	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) ผ้าบาติก				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	10	50	- เป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัด
- ไม่รู้จัก	0	0	0	- สร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชน
2) ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	10	32	- มีวัตถุดิบอยู่ในพื้นที่
- ไม่รู้จัก	0	0	18	- สินค้าเป็นที่นิยมของตลาดนักท่องเที่ยว
3) สับปะรดภูเก็ต				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	8	8	42	- เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วไป
- ไม่รู้จัก	1	2	8	● **ไม่เหมาะสม**
				- นำที่ดินไปก่อสร้างโรงแรมได้ผลตอบแทนมากกว่า
4) ข้าวหลามหินรุ่ย				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	8	7	46	- สร้างรายได้ให้กับชุมชน
- ไม่รู้จัก	1	3	4	- รสชาติ แปลกแตกต่างกับที่อื่น
				● **ไม่เหมาะสม**
				- สินค้าไม่แตกต่างกัน
				- ราคาแพงเกินไป
5) น้ำพริกกุ้งเสียบ				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	10	46	- เป็นสินค้าประจำจังหวัด
- ไม่รู้จัก	0	0	4	- เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากคนในท้องถิ่น/นักท่องเที่ยว

ในบรรดาสินค้า ทั้ง 5 รายการที่ นตผ. จังหวัดภูเก็ตคัดสรรว่าเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดนั้น พบว่า หน่วยงาน นตผ. จังหวัดภูเก็ต บางหน่วยงานไม่ทราบว่า สับปะรดภูเก็ตและข้าวหลามหินรุ่ยเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกับผู้ประกอบการบางราย ในสินค้าเหล่านั้นที่ไม่ทราบเช่นกัน

อย่างไรก็ดี ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่ เห็นว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ ส่วนน้อยที่เห็นว่าไม่เหมาะสม โดยให้เหตุผลว่า สับปะรดภูเก็ตจะไม่ได้รับความสนใจอีกต่อไป เพราะที่ดินราคาแพงเกินกว่าจะใช้เป็นพื้นที่เพาะปลูกสับปะรด และยังไม่ได้แปรรูปใด ๆ ส่วนข้าวหลามหินรุ่ยก็ไม่ได้มีความแปลกใหม่จากที่อื่นและราคาขายสูงเกินไป

จะเห็นได้ว่า ในความเข้าใจของประชาชนและผู้ประกอบการจังหวัดภูเก็ต มองว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด ซึ่งเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้ว และจะทำรายได้ / อาชีพสู่ชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานทั้ง 3 ข้อ ของนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4-3 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดตรัง

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 10	ผู้ประกอบการ n = 10	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) ผ้าทอนาหมื่นศรี				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	9	41	- สินค้ามีคุณภาพ
- ไม่รู้จัก	0	1	9	- มีตลาดรองรับที่แน่นอน
2) จักสานใบเตยปาหนัน				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	7	31	- มีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ
- ไม่รู้จัก	1	3	19 (38.0)	- หาวัตถุดิบได้ง่ายในชุมชน
				● **ไม่เหมาะสม**
				- สินค้าเหมือน ๆ กันทุกจังหวัด
3) แกะสลักไม้เทพธาโร				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	9	37	- มีคุณภาพ
- ไม่รู้จัก	1	1	13	- สามารถขยายตลาดได้กว้างขวาง
				- แหล่งวัตถุดิบอยู่ในพื้นที่
4) มีด/พร้านาป้อ				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	10	45	- มีคุณภาพ
- ไม่รู้จัก	1	0	5 (10.0)	- ทำการผลิตอยู่อย่างต่อเนื่อง เพราะประชาชนจะทำกันเป็นอาชีพอยู่แล้ว
				● **ไม่เหมาะสม**
				- ต้องนำเข้าวัตถุดิบ (เหล็กกล้า)
5) น้ำปลาหยงสตาร์				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	8	9	31	- วัตถุดิบในพื้นที่มีมากพอที่จะผลิตได้ในระยะยาว
- ไม่รู้จัก	2	1	19	- ทำให้ประชาชนมีรายได้
				- ต้นทุนในการผลิตต่ำ
				● **ไม่เหมาะสม**
				- คุณภาพไม่แตกต่างกับที่อื่น

ข้อมูลจากจังหวัดตรัง ระบุว่า ผ้าทอนาหมื่นศรี เป็นที่รู้จักดีในทุกหน่วยงานของ นตผ. ของจังหวัดตรัง ในขณะที่สินค้าอีก 4 รายการ ยังไม่รู้จักในบางหน่วยงาน แต่สำหรับผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 รายการ แล้วพบว่า ผู้ประกอบการทุกคนรู้จัก มีด/พร้า นาป้อ ในขณะที่ประชาชนในจังหวัด 10-38 % ยังไม่รู้จักสินค้าบางรายการ

อย่างไรก็ดี ในบรรดาผู้ที่รู้จักต่างมีความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ว่าสินค้าทั้ง 5 รายการของจังหวัดตรัง เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเพราะทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันทำงานของคนในพื้นที่ และประชาชนมีรายได้ ความไม่เหมาะสมมีเพียงคุณลักษณะของสินค้าที่ไม่โดดเด่นพอ ลวดลายล้าสมัย และกำลังการผลิตน้อยเกินไป ไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดได้ และเห็นว่าสินค้าจักสานมีการผลิตเป็นจำนวนมากในแทบทุกจังหวัดของประเทศไทยอยู่แล้ว

ในความคิดเห็นของผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 รายการ มองว่า สินค้าทั้ง 5 รายการที่ นตผ. คัดสรรขึ้นนี้ เป็นสินค้าที่เหมาะสมจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดทั้งหมด โดยให้ความสำคัญกับเรื่องแหล่งวัตถุดิบ ว่าควรเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ สินค้าควรมีตลาดรองรับแน่นอน ซึ่งจะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ในที่สุด

ตารางที่ 4-4 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดสตูล

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 9	ผู้ประกอบการ n = 11	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) กาแฟโบราณ				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	11	35	- เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน
- ไม่รู้จัก	0	0	15 (30.0)	- สูตรดั้งเดิม
				- ประชาชนในชุมชนนิยมรับประทาน
2) ผ้าบาติก				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	10	22	- เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน
- ไม่รู้จัก	0	1	23	- เอกลักษณ์ของจังหวัดได้
3) เครื่องปั้นดินเผา				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	7	9	30	- เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด
- ไม่รู้จัก	2	2	20	- สร้างรายได้ให้กับจังหวัดจำนวนมาก
				- หาวัตถุดิบได้ในชุมชน
4) น้ำปลาท่าพยอม				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	8	10	30	- เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน
- ไม่รู้จัก	1	1	20	- ใกล้แหล่งวัตถุดิบ
5) กะปิกุ้งแท้				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	9	30	- ใกล้แหล่งวัตถุดิบ
- ไม่รู้จัก	0	2	20	- สร้างรายได้ให้กับประชาชน

ผลการสำรวจ พบว่า หน่วยงานของ นตผ. 2 และ 1 ราย ไม่รู้จักสินค้าเครื่องปั้นดินเผาและน้ำปลาท่าพยอมของจังหวัดตามลำดับ ในขณะที่ทุกหน่วยงาน รู้จักสินค้ากาแฟโบราณ ผ้าบาติก และกะปิกุ้งแท้ของจังหวัดเป็นอย่างดี ทุกหน่วยงานเห็นว่า กาแฟโบราณเหมาะที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด เพราะรสชาติดีและเป็นสูตรดั้งเดิม เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในจังหวัด ขณะเดียวกันมีหน่วยงาน 3 ราย ใน 9 รายที่เก็บตัวอย่าง ระบุว่า สินค้าผ้าบาติก เครื่องปั้นดินเผา น้ำปลาท่าพยอม และกะปิกุ้งแท้ ยังไม่เหมาะสมจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสตูล เพราะสินค้าเหล่านี้ในจังหวัดอื่นมีชื่อเสียงโดดเด่นกว่า เช่น

ผ้าบาติกของนราธิวาส เครื่องปั้นดินเผาของทางภาคอีสาน และกะปิจากจังหวัดระนอง ในขณะที่น้ำปลา มีขายทั่วไปในตลาด จึงไม่แน่ใจว่าจะมีศักยภาพในตลาดหรือไม่

แต่ความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งหมดในสตูล กลับมองว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะช่วยให้เกิดรายได้แก่ชุมชน ผู้ผลิตมีฝีมือ วัตถุดิบหาง่าย สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวบ้าน และเป็นสินค้าภูมิปัญญาของท้องถิ่น

ส่วนความคิดเห็นของประชาชน ประมาณ 6 % ของผู้รู้จักสินค้า มองว่า กาแฟโบราณยังไม่เหมาะจะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะ ประชาชนยังรู้จักไม่ทั่วถึง และมีแนวโน้มว่าจะหันไปบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในห้างสรรพสินค้ามากกว่า ประชาชน 6 % เช่นกัน มีความเห็นว่า **ผ้าบาติกของสตูล ไม่เหมาะจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะเหตุผลที่ว่า มีการผลิตกันแทบทุกจังหวัด และสินค้าไม่มีความโดดเด่น สำหรับกะปีกุ้งแท้ไม่เหมาะสม เพราะคู่แข่งมีจำนวนมากและคุณภาพกะปีของสตูลยังไม่ดีพอจะแข่งขันได้**

เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าทั้ง 5 รายการ มีประชาชนมากถึง 30 – 46 % ที่ไม่รู้จักว่า สินค้าดังกล่าว เป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด และพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่า ควรเป็นสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนจริง ๆ และสามารถหาวัตถุดิบได้ในพื้นที่เป็นสำคัญ

ตารางที่ 4-5 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดสงขลา

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 9	ผู้ประกอบการ n = 17	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) จักสานเชือกกล้วย				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	8	17	36	- หาวัตถุดิบได้ง่ายในพื้นที่
- ไม่รู้จัก	1 (14.3)	0	14	- สร้างรายได้ให้กับกลุ่ม
2) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว				• **เหมาะสม**
				- หาวัตถุดิบได้ในพื้นที่
- รู้จัก	8	15	42	- เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- ไม่รู้จัก	1	2 (11.8)	8	• **ไม่เหมาะสม**
				- วัตถุดิบในพื้นที่มีไม่เพียงพอ
3) กรงนกเขา				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	15	40	- เป็นเอกลักษณ์
- ไม่รู้จัก	0	2	10 (10.0)	- เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
				• **ไม่เหมาะสม**
				- ต้องจัดหาวัตถุดิบจากที่อื่น
4) ผ้าทอเกาะยอ				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	17	45	- เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
- ไม่รู้จัก	0	0	5 (10.0)	- กลุ่มผู้ผลิตชำนาญในกาผลิต
				• **ไม่เหมาะสม**
				- ต้องสั่งวัตถุดิบจาก กทม.
5) ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	14	36	- หาวัตถุดิบได้ในพื้นที่
- ไม่รู้จัก	0	3	14	- สร้างรายได้ให้กับชุมชน
				- สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน

ในบรรดาสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 รายการ ที่นตผ. จังหวัดสงขลาคัดสรรแล้วว่าเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นนั้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และ ผู้ประกอบการของสินค้าเหล่านี้ ต่างรู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และเห็นว่าเหมาะสมดีแล้วที่สินค้าเหล่านั้นจะเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด มีเพียงอนุกรรมการ นตผ. จังหวัด เพียงหน่วยงานเดียวเท่านั้นที่บอกว่า ผ้าทอเกาะยอ

กรงนกเขา และผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ยังไม่เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีการขาดแคลนวัตถุดิบในท้องถิ่น และการผลิตในปัจจุบัน ต้องจัดซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น

แต่เมื่อสอบถามประชาชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 50 ราย กระจายพื้นที่ตามสถานที่ประกอบการ พบว่า มีประชาชนมากถึง 10-28 % ยังไม่รู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้นบางรายการ ในบรรดาที่รู้จัก 2-5 % มีความเห็นว่า สินค้าไม่เหมาะสมที่จะเป็น สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ด้วยเหตุผลที่ว่า สินค้าไม่มีความแตกต่างในตัวเอง คุณภาพความคงทนยังไม่ดี ไม่สามารถแข่งขันกับสินค้ารายการประเภทเดียวกันจากจังหวัดอื่นที่ขายอยู่ในตลาดได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในความคิดเห็นของผู้ประกอบการเมื่อถามถึงสินค้าของตัวเองว่าคิดอย่างไร ผู้ประกอบการทุกประเภทสินค้า ระบุว่าเป็นสินค้าคุณภาพดี สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด และเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะได้ผ่านการคัดสรรจากอนุกรรมการนตผ. จังหวัด ผลวิจัย พบด้วยว่า มี หน่วยงาน และ ผู้ประกอบการ 10 % ไม่รู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์บางตัวที่นำเสนอ

โดยรวมคุณสมบัติสำคัญของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในความเห็นของชาวสงขลา เน้นว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรเป็นสินค้าที่สามารถหาวัตถุดิบได้ในพื้นที่ เป็นภูมิปัญญาแต่ดั้งเดิม และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่

ตารางที่ 4-6 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดนครศรีธรรมราช

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 10	ผู้ประกอบการ n = 11	ประชาชน n = 53	เหตุผล
1) จักสานย่านลิเพา				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	11	47	- เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีมาตั้งแต่อดีต
- ไม่รู้จัก	0	0	6	- สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน
2) เครื่องเงิน/เครื่องถม/สามกษัตริย์				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	11	51	- เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด
- ไม่รู้จัก	0	0	2 (3.7)	- เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว
				- สร้างรายได้ให้กับจังหวัดสูง
3) ผลิตภัณฑ์จากกระจูด				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	11	45	- มีแหล่งวัตถุดิบอยู่ในชุมชน
- ไม่รู้จัก	0	0	8	- ทำให้เกิดรายได้แก่ประชาชน
				- ตลาดในการจำหน่ายสินค้ากว้าง
4) ขนมลา				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	11	52	- เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด
- ไม่รู้จัก	0	0	1	- เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง
				- สมควรที่จะอนุรักษ์ไว้
5) ไม้กวาดดอกหญ้า				● **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	9	38	- มีวัตถุดิบอยู่ในชุมชน
- ไม่รู้จัก	1	2	15 (28.0)	- ใช้เงินทุนในการดำเนินการผลิตไม่สูงมากนัก
				● **ไม่เหมาะสม**
				- สินค้าไม่แตกต่างกัน

ในบรรดาสินค้าทั้ง 5 รายการที่ นตผ. จังหวัดนครศรีธรรมราชคัดสรรเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดนั้น มีหน่วยงานและผู้ประกอบการ 1 ราย ระบุว่า ไม่รู้จักไม้กวาดดอกหญ้า และไม่คิดว่าจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ เนื่องจาก ไม่มีความโดดเด่น แตกต่างจากไม้กวาดทั่ว ๆ ไป ในขณะที่ประชาชน 28 % ก็ยังไม่รู้จักไม้กวาดดอกหญ้าของจังหวัดเช่นกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า เครื่องเงิน เครื่องถม และสามกษัตริย์ ที่คนไทยทั่วไปรู้จักดีว่าเป็นสินค้าของจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น แม้หน่วยงานราชการและผู้ประกอบการทั้งหมดรู้จักดี แต่มีประชาชนชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช ประมาณ 3.7% ยังไม่รู้จักสินค้านี้ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประมาณ 30 % ระบุว่า เป็นสินค้าที่ไม่เหมาะสมจะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก ไม่ได้ใช้วัตถุดิบจากชุมชน ผลิตจำนวนน้อย ราคาแพง และไม่ได้เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้าน แต่มีลักษณะเป็น SMEs. ส่วนประชาชนที่รู้จัก ระบุว่า ไม่เหมาะสม เพราะมีการลงทุนสูง ทำยากเกินไป ไม่สามารถส่งเสริมให้ผลิตเป็นอาชีพของคนในจังหวัดได้

อาจสรุปได้ว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในความคิดเห็นของคนในจังหวัดนครศรีธรรมราช มองว่า ควรมีลักษณะสำคัญในแง่ความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีชื่อเสียงดีอยู่แล้ว สามารถทำรายได้ให้จังหวัดได้ค่อนข้างสูง และเป็นสินค้าที่คนส่วนใหญ่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ยึดเป็นอาชีพได้

ตารางที่ 4 –7 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดพัทลุง

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 10	ผู้ประกอบการ n = 10	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) แกะสลักรูปหนังตะลุง				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	10	50	- เป็นศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง
- ไม่รู้จัก	0	0	0	- สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ
2) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	10	41	- รู้จักแพร่หลายมากที่สุด เมื่อเทียบกับสินค้า OTOP ตัวอื่นๆ ในจังหวัด
- ไม่รู้จัก	0	0	9	
3) ผลิตภัณฑ์จากกระจูด				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	10	48	- ใกล้แหล่งวัตถุดิบ
- ไม่รู้จัก	0	0	2 (4.0)	- บ่งบอกถึงวิถีชีวิตชาวบ้าน
6) นมโค (สหกรณ์โคนม)				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	10	42	- ทำรายได้ให้กับจังหวัดสูง
- ไม่รู้จัก	0	0	8	- ศักยภาพในการผลิตมีมาก
7) ผ้าทอทอนชมพู่				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	9	25	- เกิดการจ้างงานขึ้นในชุมชน
- ไม่รู้จัก	0	1	25 (50.0)	

ในบรรดาสินค้าทั้ง 5 รายการ ที่นตผ. จังหวัดพัทลุงคัดสรรเป็นสินค้าดีเด่นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น มีเพียงผ้าทอทอนชมพู่เท่านั้นที่ผู้ประกอบการไม่รู้จัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในจังหวัดพัทลุงเองมีจำนวนมากถึง 50 % ที่ไม่รู้จักผ้าทอดังกล่าว

ผลสำรวจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากทุกกลุ่มเห็นด้วยเกือบ 100 % ว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ยกเว้น หน่วยงานหนึ่งรายที่มองว่านมโคจากสหกรณ์โคนมพัทลุงเป็นกิจการขนาดใหญ่แล้ว ไม่ควรจัดเข้าไว้ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการในจังหวัดพัทลุง มองว่า สินค้าทั้ง 5 รายการ ล้วนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ผู้ประกอบการมีฝีมือในการผลิต จึงควรได้รับการสนับสนุนจากรัฐให้มาก

สรุปคุณสมบัติสำคัญของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสายตาของชาวพัทลุงอยู่ที่สินค้าสอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตมีความโดดเด่น และสามารถทำรายได้ให้ชุมชน

ตารางที่ 4-8 : อัตราการรู้จักและเหตุผลสนับสนุนว่าสินค้า 5 รายการที่คัดสรรเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ – จังหวัดปัตตานี

(%)

กลุ่มตัวอย่าง / ชนิดสินค้า	หน่วยงาน n = 10	ผู้ประกอบการ n= 13	ประชาชน n = 50	เหตุผล
1) น้ำบูดู				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	13	49	- เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอ
- ไม่รู้จัก	0	0	1 (2.0)	- มีชื่อเสียงมานาน
2) ผ้าบาติก				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	13	44	- สอดคล้องกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
- ไม่รู้จัก	0	0	6	• **ไม่เหมาะสม**
				- ลวดลายเหมือน ๆ กับสินค้าของจังหวัดอื่น
3) หมวกกะปิเย๊าะ				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	10	13	43	- สอดคล้องกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
- ไม่รู้จัก	0	0	7	
4) ลูกหยีทรงเครื่อง				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	13	46	- เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำวัตถุดิบมาแปรรูปได้ อย่างเหมาะสม
- ไม่รู้จัก	1	0	4	
5) ดอกไม้ประดิษฐ์ใบยางพารา				• **เหมาะสม**
- รู้จัก	9	13	37	- มีวัตถุดิบมากพอต่อความต้องการในการผลิต
- ไม่รู้จัก	1	0	13 (26.0)	- ได้รับความสนใจจากลูกค้าทั้งใน และต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 100 % มีความคิดเห็นว่าสินค้า 5 รายการที่จังหวัดปัตตานีคัดเลือกว่าเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดนั้น มีความเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากล้วนเป็นสินค้าที่มีมาแต่ดั้งเดิมของพื้นที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของพื้นที่และผู้ผลิตมีฝีมือ สร้างรายได้ให้ชุมชน และเป็นสินค้าที่เป็น

เอกลักษณ์ของจังหวัดได้อย่างดี ในขณะที่ผู้ประกอบการทั้ง 100% เช่นกัน ก็มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพิ่มเติมว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ เป็นสินค้าที่ใช้วัตถุดิบ แรงงานในพื้นที่ทั้งหมด และเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับซื้อเป็นของฝากจากจังหวัดปัตตานีได้เป็นอย่างดี

ในขณะที่ประชาชน 2-26 % ยังไม่รู้จักสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ บางรายการ แม้ว่าประชาชนส่วนใหญ่ จะเห็นด้วยว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ เหมาะที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด แต่ประชาชนก็มีความเห็นว่า ผ้าบาติกของปัตตานีนั้น ไม่แตกต่างจากผ้าบาติกอื่น ๆ ที่นิยมผลิตในแทบทุกจังหวัดของภาคใต้

สำหรับจังหวัดปัตตานี ระบุว่า คุณสมบัติสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต้องเป็นสินค้าที่มีลักษณะสอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชน และแตกต่างจากที่อื่นเป็นสำคัญ

โดยสรุป แม้ประชากรส่วนใหญ่ของแต่ละจังหวัดจะประเมินว่า สินค้าที่ถูกคัดสรร มีความเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละจังหวัด มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ สินค้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน มีแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ และควรเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้ชุมชนได้ยึดเป็นอาชีพได้ ซึ่งคุณสมบัติต่าง ๆ ดังกล่าว จะช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี แต่จากข้อคิดเห็นไม่เหมาะสมที่ว่า สินค้ายังไม่แตกต่างเท่าที่ควร ทำให้สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดมองว่าสินค้าในโครงการที่ถูกคัดสรรมา ยังไม่สามารถขยายตลาดไปนอกพื้นที่สู่สากลได้ และปัญหาที่พบส่วนใหญ่ที่ว่า สินค้าที่ถูกคัดสรรมานี้ เริ่มเจอปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่า ชุมชนต้องรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้นและไม่สามารถนำทรัพยากรในชุมชน มาใช้ประโยชน์กับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ ด้วยเหตุนี้ ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสินค้าทั้ง 5 รายการที่ถูกคัดสรรโดย นตผ. จังหวัด ยังมีศักยภาพไม่มากนักที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ทำให้ชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืน และยังต้องมีการแก้ไขปรับปรุงอีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง คุณภาพความโดดเด่นของสินค้า และการฟื้นฟูแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อให้สามารถผลิตขายได้มากพอและเป็นอาชีพหลักของชุมชนได้ในที่สุด

- **ศักยภาพของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับเกณฑ์คัดสรรสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์**

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาในการจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ระบุว่า ต้องการส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีจุดเด่น และมีมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย (www.thaitambon.com) ผู้วิจัยจึงจำแนกประเด็นการศึกษาถึงศักยภาพของสินค้า ทั้ง 5 รายการ ที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร ว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะถูกคัดสรรให้เป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือไม่เพียงใด ออกเป็น 5 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่

1) สินค้าทั้ง 5 รายการเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นแต่ดั้งเดิม
2) ใช้วัตถุดิบการผลิตจากภายในพื้นที่จังหวัด
3) เป็นสินค้าที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน
4) คนในชุมชนมีฝีมือ/ความสามารถในการผลิต
5) เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้ชุมชน

เมื่อผู้วิจัยนำ 5 ประเด็นหลักมาสอบถามอีกครั้ง ว่า สินค้า 5 รายการ ที่ถูกคัดสรรมามีคุณสมบัติ ทั้ง 5 ประเด็น มาก-น้อย เพียงใด ผลปรากฏในรายงานดังตารางที่ 4-9 – 4-15 ดังนี้

ตารางที่ 4-9 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร – จังหวัดภูเก็ต

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า	ผ้าบาติก	ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา	สับปะรดภูเก็ต	ข้าวหลามหินรุ่ย	น้ำพริกกุ้งเสียบ	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 9)	5 (55.5)	4 (44.4)	5 (55.5)	6	7	27	3.00
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	8	7	8	8	9	40	4.00
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	32 (64.0)	20 (40.0)	40	45	38	175	3.50
รวม (n = 69)	45 (65.2)	31 (44.9)	53 (76.8)	59 (85.5)	54 (78.3)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 9)	3 (33.3)	7	6	3 (33.3)	7	26	2.88
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	6	9	9	7	10	41	4.10
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	25 (50.0)	35 (70.0)	41	41	41	183	3.66
รวม (n = 69)	34 (49.3)	51 (73.9)	56 (81.2)	51 (73.9)	58 (84.1)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 9)	7	4 (44.4)	6	5	6	28	3.11
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	9	9	8	10	46	4.60
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	45	25 (50.0)	39	39	42	190	3.80
รวม (n = 69)	62 (89.9)	31 (44.9)	54 (78.3)	52 (75.4)	56 (81.2)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ/ความสามารถในการผลิต							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 9)	7	6	4 (44.4)	6	7	30	3.33
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	9	8	7	10	44	4.40
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	42	32 (64.0)	37	38	43	192	3.84
รวม (n = 69)	59 (85.5)	47 (68.1)	49 (71.0)	51 (73.9)	60 (86.9)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 9)	7	6	6	6	6	31	3.44
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	9	9	8	10	46	4.60
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	40	32 (64.0)	41	40	43	196	3.92
รวม (n = 69)	57 (82.6)	47 (68.1)	56 (81.2)	54 (78.3)	59 (85.5)		

ผลการสำรวจความคิดเห็น ในตารางที่ 4-9 พบว่า มีสินค้าที่สำรวจอย่างน้อย 3 รายการ ของจังหวัดภูเก็ต ที่มีปัญหาคุณสมบัติสินค้า กล่าวคือ

1) ผ้าบาติก แม้จะเป็นสินค้าที่ระลึก และสอดคล้องกับเมืองท่องเที่ยว แต่ผู้เกี่ยวข้องเพียง 49.3 % เท่านั้น ที่เชื่อว่าสามารถจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้ ในขณะที่ผู้เกี่ยวข้อง 65.2 % คิดว่าการทอผ้าบาติก เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ดั้งเดิม
2) ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา นอกจากที่คนส่วนใหญ่ของจังหวัดจะเชื่อว่า ไม่ใช่ภูมิปัญญาของชาวภูเก็ตแล้ว ยังคิดว่า ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนแต่อย่างใด (มีผู้เกี่ยวข้องเพียง 44.9 % เท่านั้นที่เชื่อว่าเป็นภูมิปัญญาและสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน) ในขณะที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 หน่วยงาน ไม่แน่ใจว่าคนในชุมชนจะเป็นผู้มีฝีมือทำดอกไม้เกล็ดปลาหรือไม่ และไม่แน่ใจว่าจะเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้ชุมชน
3) สับปะรดภูเก็ต แม้จะเป็นที่รู้จักของคนในจังหวัดอื่นๆ ว่าสับปะรดภูเก็ต ไม่เหมือนสับปะรดทั่วไป และผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ เห็นว่า สับปะรดมีคุณสมบัติทั้ง 5 ครบ ล้วนเหมาะที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่หน่วยงานที่ดูแลครึ่งหนึ่งว่า ไม่ได้เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่อย่างใด และขณะนี้ทั้งหน่วยงานและประชาชนทั่วไป มองว่า สับปะรดภูเก็ตอาจไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน ไม่มีผู้สนใจผลิตสับปะรดเพิ่มเติม เพราะพื้นที่เพาะปลูกราคาแพงเกินไป สามารถนำที่ดินไปลงทุนก่อสร้างในธุรกิจโรงแรม ได้ผลตอบแทนดีกว่า มีผู้เกี่ยวข้อง 29.0 % คิดว่า คนในชุมชนไม่ได้มีความสามารถโดดเด่นในการผลิตสับปะรดแต่อย่างใด หน่วยงาน 3 ใน 9 หน่วยงานจึงเชื่อว่าสับปะรดภูเก็ตไม่สามารถทำรายได้ให้ชุมชนได้

อาจกล่าวได้ว่า น้ำพริกกุ้งเสียบ มีคุณสมบัติเด่นมากกว่า สินค้าอื่น ๆ ที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะมีคุณสมบัติครบถ้วนทั้ง 5 ประเด็น และเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งคนในพื้นที่และต่างจังหวัด หากได้รับการดูแลเอาใจใส่มากขึ้น สามารถพัฒนาสินค้าสู่สากลได้

ในขณะที่ สับปะรดภูเก็ต แม้จะขาดคุณสมบัติที่ว่า ชาวบ้านไม่มีฝีมือในการผลิต และมีทางเลือกอื่นที่ทำรายได้ให้มากกว่า แต่การที่สับปะรดภูเก็ต เป็นที่รู้จักทั่วไป มีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถปลูกแซมได้ตามสวนยางพารา ในพื้นที่รกร้างอีกทั้งยังเป็นผลไม้ สำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างดี และมีเอกลักษณ์ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าสับปะรดภูเก็ตมีศักยภาพที่จะเป็นสินค้าใน

โครงการที่โดดเด่น และเป็นสินค้าที่น่าสนใจ ที่ นตผ. จังหวัดภูเก็ต ควรให้การสนับสนุน ให้จริงจังมากขึ้น เช่นเดียวกับ ผ้าบาติก ที่ชาวบ้านมีฝีมือ และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของจังหวัดภูเก็ต มีตลาดรองรับที่เป็นรูปธรรม จากนักท่องเที่ยว ก็น่าจะได้รับการพัฒนาดูแลอย่างจริงจังยิ่งขึ้น และเป็นสินค้าที่น่าสนใจที่ นตผ. ควรให้การสนับสนุน ให้จริงจังมากขึ้น

ตารางที่ 4-10 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร – จังหวัดตรัง

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า		ผ้าทอนาหมื่นศรี	จักสานใบเตยปาหนัน	แกะสลักไม้เทพธาโร	มีด/พร้านาป้อ	น้ำปลาหยงสตาร์	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	10	7	10	7	44	4.44
- ผู้ประกอบการ	(n = 10)	10	9	10	10	10	49	4.90
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	40	30 (60.0)	33 (66.0)	45	23 (46.0)	171	3.42
รวม	(n = 70)	60 (85.7)	49 (70.0)	50 (71.4)	65 (92.8)	40 (57.1)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	4 (40.0)	10	10	6	9	39	3.90
- ผู้ประกอบการ	(n = 10)	1 (10.0)	9	10	10	10	40	4.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	7 (2.00)	30	35 (70.0)	28 (56.0)	32	132	3.64
รวม	(n = 70)	12 (17.1)	49 (70.0)	55 (78.6)	44 (62.9)	51 (72.9)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	9	8	9	7	43	4.30
- ผู้ประกอบการ	(n = 10)	9	9	9	10	10	47	4.70
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	38 (76.0)	31 (62.0)	29 (58.0)	42	25	165	3.30
รวม	(n = 70)	57 (81.4)	49 (70.0)	46 (65.7)	61 (87.1)	42 (60.0)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	10	10	10	9	49	4.90
- ผู้ประกอบการ	(n = 10)	10	9	10	10	10	49	4.90
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	40	30 (60.0)	38	44	31 (62.0)	183	3.66
รวม	(n = 70)	60 (85.7)	49 (70.0)	58 (82.9)	64 (91.4)	50 (71.4)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	9	9	9	9	8	44	4.40
- ผู้ประกอบการ	(n = 10)	10	9	10	10	10	49	4.90
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	41	31 (62.0)	38	46	32 (64.0)	188	3.76
รวม	(n = 70)	60 (85.7)	45 (70.0)	57 (81.4)	65 (92.8)	50 (71.4)		

มีสินค้าอย่างน้อย 3 รายการ ที่คัดเลือกไว้ของจังหวัดตรัง มีปัญหาในคุณสมบัติของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ

1) ผ้าทอนาหมื่นศรี แม้จะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไปของคนไทย แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม แม้แต่ผู้ประกอบการเอง ยอมรับว่า เป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้
2) มีดพร้านาป้อ แม้ผู้ประกอบการเองจะมองว่ายังหาวัตถุดิบได้ แต่ประชาชนเกือบ 50 % เชื่อว่าเป็นสินค้าที่น่าประสบปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่หาได้ยากในท้องถิ่น
3) น้ำปลาหยงสตาร์ ชาวจังหวัดตรังรู้จักดีว่าน้ำปลาหยงสตาร์ของจังหวัดมีคุณภาพดี แต่ 3 หน่วยงาน และประชาชนมากกว่า 50 % ไม่คิดว่า น้ำปลาเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนที่บริโภคน้ำปลา เพราะแต่เดิมชาวบ้านนิยมบริโภคเกลือ

ในภาพรวม นตผ. จังหวัดตรัง ควรให้การสนับสนับสนุนสินค้าทั้ง 5 รายการ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะ มีดพร้านาป้อ แล ะ ผ้าทอนาหมื่นศรี สำหรับน้ำปลาหยงสตาร์ หากต้องการส่งเสริมจริงจัง ชาวจังหวัดตรังจะต้องยอมรับสินค้าเสียก่อน โดยจังหวัดควรเก็บมารณรงค์ให้ทุกบ้านของจังหวัดตรัง ร้านอาหารในจังหวัดตรัง ใช้น้ำปลาหยงสตาร์เท่านั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยือนจะได้จดจำตราสินค้า และซื้อน้ำปลาเป็นของฝาก จากจังหวัดตรัง (ซึ่งจากอดีตศักยภาพการรวมตัวของภาครัฐ และเอกชนของจังหวัดตรัง ได้ผลักดันจังหวัดตรังให้เป็นจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศได้สำเร็จมาแล้ว)

ตารางที่ 4-11 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร - จังหวัดสตูล

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า		กาแฟโบราณ	ผ้าบาติก	เครื่องปั้นดินเผา	น้ำปลาท่าพยอม	กะปิกุ้งแท้	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	7	6	6	5	7	31	3.44
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	6	8	8	8	41	3.72
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	36 (72.0)	19 (38.0)	32 (64.0)	33 (66.0)	28 (56.0)	148	2.96
รวม	(n = 70)	54 (77.1)	31 (44.3)	46 (65.7)	46 (65.7)	43 (61.4)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n= 9)	8	3 (33.3)	7	6	8	32	3.55
- ผู้ประกอบการ	(n =11)	10	3 (27.2)	8	9	8	38	3.45
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	35	10 (20.0)	32 (64.0)	32 (64.0)	27 (54.0)	136	2.72
รวม	(n = 70)	53 (60.0)	16 (22.9)	47 (67.1)	47 (67.1)	43 (61.4)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	8	6	7	8	37	4.11
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	9	8	9	8	45	4.09
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	37	21 (42.0)	32 (64.0)	32 (64.0)	32 (64.0)	154	3.08
รวม	(n = 70)	56 (80.0)	38 (54.3)	46 (65.7)	48 (68.6)	48 (68.6)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	7	7	7	8	37	4.11
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	9	8	8	8	44	4.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	38 (76.0)	21 (42.0)	33 (66.0)	32 (64.0)	26 (52.0)	150	3.00
รวม	(n = 70)	57 (81.4)	37 (52.9)	48 (68.6)	47 (67.1)	42 (60.0)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	6	6	7	8	35	3.88
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	9	8	8	8	44	4.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	38	22 (44.0)	32 (64.0)	33 (66.0)	27 (54.0)	152	3.04
รวม	(n = 70)	57 (81.4)	37 (52.9)	46 (65.7)	48 (68.6)	43 (61.4)		

จังหวัดสตูลมีสินค้า 2 รายการ ที่กำลังประสบปัญหาเรื่อง คุณสมบัติของสินค้า ดังนี้

1) ผ้าบาติก ทั้ง 3 กลุ่ม ประชากรที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่า ผ้าบาติกของสตูล ไม่สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้ และไม่แน่ใจว่า การทำผ้าบาติกจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ประชาชนส่วนใหญ่จะเป็นมุสลิมก็ตาม ประชาชนทั่วไปของสตูลมากกว่า 50 % ยังเชื่อด้วยว่า ผ้าบาติกไม่ได้เป็นวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตของคนในชุมชน และคิดว่า ผู้ผลิตไม่มีฝีมือ ความสามารถในการผลิตไม่เพียงพอที่จะแข่งขันกับจังหวัดอื่น ๆ ได้ จึงไม่น่าจะทำรายได้ให้ชุมชนเพื่อเลี้ยงตนเองได้ อย่างไรก็ดี ในความเห็นของหน่วยงานส่วนใหญ่ยังเห็นว่า ผ้าบาติกมีคุณสมบัติ การที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้
2) กะปีกุ้งแท้ มีผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่มรวมกัน เพียงประมาณ 60 % เท่านั้นที่เห็นว่ากะปีกุ้งแท้ของจังหวัดสตูลมีคุณสมบัติครบ ที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่ในความคิดของประชาชนชาวสตูลแล้ว พบว่า มีประชาชนชาวจังหวัดสตูลเพียง 52-56 % เท่านั้น ที่เห็นด้วย ยังมีประชาชนอีกประมาณ 44-48 % ที่เชื่อว่า กะปีกุ้งแท้ ไม่ได้เป็นสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และไม่แน่ใจว่าวัตถุดิบได้จากท้องถิ่นจริงหรือไม่ และคิดว่า กะปี จังหวัดสงขลา และ ปัตตานี อร่อยกว่า จึงไม่เชื่อว่า กะปีกุ้งแท้ของสตูลจะทำรายได้ให้ชุมชนอย่างจริงจัง

สินค้าที่ควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจริงจัง เพราะมีศักยภาพที่จะพัฒนาได้ ในความเห็นของชาวสตูล คือ กาแฟโบราณ ที่เป็นสูตรเฉพาะของชาวจังหวัดสตูล และมีตำนานมานานแต่ดั้งเดิมเรื่องการชงกาแฟชัก การสืบสานเผยแพร่ การชงกาแฟชักควบคู่ไปกับกาแฟโบราณ สามารถสร้างจุดขายให้จังหวัดสตูลได้ไม่เหมือนจังหวัดอื่น ๆ ดังนั้น การช่วยกันรณรงค์ส่งเสริมและเผยแพร่กาแฟโบราณ ของคนในจังหวัดสตูล จะสนับสนุนสินค้ากาแฟโบราณให้ได้รับการยอมรับสู่ตลาดภายนอกได้

ตารางที่ 4-12 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร – จังหวัดสงขลา

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า		จักสานเชือกกล้วย	ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	กรงนกเขา	ผ้าทอเกาะยอ	ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	7	9	9	9	42	4.66
- ผู้ประกอบการ	(n = 17)	17	17	17	17	15	83	4.88
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	47	46	45	49	40	227	4.54
รวม	(n = 76)	73 (96.1)	69 (91.9)	71 (93.4)	75 (98.7)	64 (87.7)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	7	6	8	3 (33.3)	9	33	3.66
- ผู้ประกอบการ	(n = 17)	17	17	17	17	16	84	4.94
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	46	46	43	41	43	219	4.38
รวม	(n = 76)	69 (91.9)	69 (91.9)	68 (89.5)	61 (80.2)	68 (89.5)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	8	8	7	7	38	4.22
- ผู้ประกอบการ	(n = 17)	17	17	17	17	17	85	5.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	45	43	45	46	39 (78.0)	218	4.36
รวม	(n = 76)	70 (92.1)	68 (89.5)	70 (92.1)	69 (91.9)	63 (82.9)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	8	9	9	9	42	4.66
- ผู้ประกอบการ	(n = 17)	17	17	17	17	17	85	5.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	47	47	46	47	42	229	4.58
รวม	(n = 76)	72 (94.7)	72 (94.7)	72 (94.7)	73 (96.1)	68 (89.5)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 9)	8	7	8	8	8	39	4.33
- ผู้ประกอบการ	(n = 17)	17	17	17	17	17	85	5.00
- ประชาชนทั่วไป	(n = 50)	47	46	46	47	43	229	4.58
รวม	(n = 76)	72 (94.7)	70 (92.1)	71 (93.4)	72 (94.7)	68 (89.5)		

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ในทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ทั้ง 5 สินค้า มีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ยกเว้น

1) ผ้าทอเกาะยอ ความคิดเห็นของหน่วยงาน 3 ใน 9 หน่วยงาน ของจังหวัดสงขลาที่เห็นว่า ผ้าทอเกาะยอ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนั้น ขณะนี้ไม่สามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้จากภายในจังหวัดอีกแล้ว และการผลิตอยู่ในกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น

ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดสงขลา พบว่า จักสานเชือกกล้วย เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น และเป็นภูมิปัญญาแต่ดั้งเดิม ที่สามารถหาวัตถุดิบได้ในพื้นที่ และประชาชนยังคงมีฝีมือ/ความสามารถ ในการผลิตอย่างชัดเจนกว่าสินค้ารายการอื่น ๆ อย่างไรก็ดี ความโดดเด่น เมื่อประเมินจากคุณสมบัติสินค้าทั้ง 5 ประเด็น พบว่า แตกต่างกันไม่มากนัก แสดงให้เห็นว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ มีคุณลักษณะสินค้าที่มีศักยภาพพอ ๆ กัน

ตารางที่ 4-13 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดคัดสรร – จังหวัดนครศรีธรรมราช

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า		จักสานย่านลิเพา	เครื่องเงิน/เครื่องถม	ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	ขนมจีน	ไม้กวาดดอกหญ้า	Σx	$\bar{x}$
1.เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	8	10	10	9	47	4.70
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	11	11	11	9	53	4.81
- ประชาชนทั่วไป	(n = 53)	46	51	46	50	30	223	4.20
รวม	(n = 73)	67 (91.8)	69 (94.5)	67 (91.8)	71 (97.3)	48 (65.8)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	2 (20.0)	10	10	9	41	4.10
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	4 (36.3)	11	11	9	46	4.18
- ประชาชนทั่วไป	(n = 53)	46	19 (35.8)	45	51	35 (66.0)	196	3.69
รวม	(n = 73)	67 (91.8)	25 (34.3)	66 (90.4)	72 (98.6)	53 (72.6)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n =10)	9	8	10	10	9	46	4.60
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	11	11	11	9	53	4.81
- ประชาชนทั่วไป	(n = 53)	45	48	50	47	35 (66.0)	225	4.24
รวม	(n = 73)	65 (89.1)	67 (91.8)	71 (97.3)	68 (93.1)	53 (72.6)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n = 10)	10	10	10	10	10	50	5.00
- ผู้ประกอบการ	(n = 11)	11	11	11	11	9	53	4.81
- ประชาชนทั่วไป	(n = 53)	41	46	39	43	35 (66.0)	204	3.84
รวม	(n = 73)	62 (90.4)	67 (91.8)	60 (82.2)	64 (87.7)	54 (73.9)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน								
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	(n =10)	10	10	10	10	9	49	4.90
- ผู้ประกอบการ	(n =11)	11	11	11	11	9	53	4.81
- ประชาชนทั่วไป	(n = 53)	40	45	40	47	32 (60.3)	204	3.84
รวม	(n = 73)	61 (83.6)	66 (90.4)	61 (83.6)	68 (93.2)	50 (68.5)		

ขณะนี้สินค้าในรายการของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีปัญหา ได้แก่

1) สินค้าประเภทเครื่องเงิน เครื่องถม และสามกษัตริย์ แม้จะเป็นสินค้าเชิดหน้าชูตา แต่กำลังประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในท้องถิ่น
2) ไม้กวาดดอกหญ้า ที่ไม่มีความแตกต่าง โดดเด่นในตัวสินค้า และได้รับการยอมรับว่า สามารถทำรายได้ให้ท้องถิ่นได้ในระดับปานกลาง (68.5 %)

ผลการวิจัย พบว่า อีก 3 รายการที่เหลือ เหมาะสมดีแล้ว แต่ที่โดดเด่น จะเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ขนมลา ที่เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัด หาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้ ชุมชนมีฝีมือ และ ผู้เกี่ยวข้องมากที่สุด เห็นว่า เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้ชุมชน จากการสังเกตการณ์ในพื้นที่ พบว่า ขนมลาของชาวนครศรีธรรมราชได้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ เพิ่มมูลค่าในสินค้าโดยผสมสมุนไพรร่วมด้วย เช่น ใบเตย ใบบัวบก และมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต ใช้อบแห้ง เพื่อยืดอายุสินค้า เป็นต้น ขนมลาที่เดิมผลิตและขายเฉพาะในช่วงทำบุญเดือนสิบ ปัจจุบันสามารถขยายการผลิต และทำตลาดได้ตลอดปี เป็นของฝากประจำจังหวัด และอาจแปรรูปธุรกิจเป็น SMEs เพิ่มมาตรฐานการผลิตเป็นขนมขบเคี้ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดได้ ส่วน จักสานย่านลิเพา ได้รับความเห็นชอบ จาก 3 กลุ่มตัวอย่าง รองลงมาว่าเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ เพราะมีแหล่งวัตถุดิบ และแรงงานมีฝีมือดีอยู่แล้ว

ตารางที่ 4-14 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดตัดสรร - จังหวัดพัทลุง

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า	แกะสลักรูปหนังตะลุง	ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	นมโค (สหกรณ์โคนม)	ผ้าทอทอนชมพู่	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	9	10	6 (60.0)	4 (40.0)	39	3.90
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	10	10	10	7 (70.0)	47	4.70
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	50	46	50	29 (58.0)	35 (70.0)	210	4.20
รวม (n = 70)	70 (100.0)	65 (92.9)	70 (100.0)	44 (62.9)	46 (65.7)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	10	8	8	1 (10.0)	37	3.70
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	9	10	10	10	10	49	4.90
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	50	50	50	47	12 (3.9)	209	4.18
รวม (n = 70)	69 (98.6)	70 (100.0)	68 (97.1)	65 (92.9)	23 (32.9)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	9	8	9	6 (60.0)	5 (50.0)	37	3.70
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	10	10	9	7	46	4.60
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	50	48	50	46	42	236	4.72
รวม (n = 70)	69 (98.6)	66 (94.3)	69 (98.6)	61 (87.1)	54 (77.1)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	10	10	9	9	48	4.80
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	10	10	9	10	49	4.90
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	50	50	50	42	46	238	4.68
รวม (n = 70)	70 (100.0)	70 (100.0)	70 (100.0)	60 (85.7)	65 (92.9)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	10	10	9	8	47	4.70
- ผู้ประกอบการ (n = 10)	10	10	10	10	10	50	5.00
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	50	50	50	50	49	249	4.98
รวม (n = 70)	70 (100.0)	70 (100.0)	70 (100.0)	69 (98.6)	67 (95.7)		

ผลวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 100 % ยอมรับว่า **แกะสลักรูปหนังตะลุง , ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว และ ผลิตภัณฑ์จากกระจูด เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้ชุมชน** และคนในชุมชน มีฝีมือการผลิต และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มองว่า แกะสลักรูปหนังตะลุง และผลิตภัณฑ์จากกระจูด เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้ ผู้ตอบแบบสอบถาม 94-98 % เชื่อว่า สินค้าแกะสลักรูปหนังตะลุง, ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว และผลิตภัณฑ์จากกระจูดสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรได้รับการสนับสนุนต่อไป มีเพียงสินค้า 2 รายการ ที่เลือกศึกษามีปัญหาเรื่องคุณสมบัติของสินค้าอยู่บ้าง ได้แก่

1) **นมโค ฟาร์มโคนมพัทลุงเป็นเจ้าแรกของฟาร์มโคนมในภาคใต้ที่ผลิตและส่งออกจำหน่ายในจังหวัดใกล้เคียง แต่หน่วยงานและประชาชนก็ไม่คิดว่าจะเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นแต่อย่างใด**
2) **ผ้าทอทอนชมพู่ เป็นอีกสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวพัทลุงจริงและสอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิต แต่ผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม รวมกัน ประมาณ 35 % ไม่มั่นใจว่าเป็นสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวพัทลุงจริง** และ 32 % ของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่คิดว่าสินค้าจะคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตคนจังหวัดพัทลุงจริงหรือไม่ เนื่องจากชาวพัทลุงมีอาชีพหลัก ทำนา ไม่ใช่ทอผ้า นอกจากนี้หน่วยงานเพียง 1 ใน 10 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชนชาวพัทลุง เพียง 23.9 % เท่านั้น ที่เชื่อว่าการทอผ้าทอนชมพู่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น อีก 76.1% เชื่อว่า **ปัจจุบันผู้ผลิตต้องหาวัตถุดิบจากต่างพื้นที่**

โดยรวม สำหรับสินค้าของจังหวัดพัทลุงแล้ว สินค้าที่สามารถสนับสนุนให้สู่สากลมากขึ้น ได้แก่ **แกะสลักรูปหนังตะลุง , ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว** และ **ผลิตภัณฑ์จากกระจูด** แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว และผลิตภัณฑ์จากกระจูดเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องรับซื้อจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น รับซื้อกะลามะพร้าวจากสงขลา นราธิวาส และซื้อกระจูดจาก อ. ชะอวด จ. นครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4-15 : ศักยภาพของลักษณะสินค้าที่ นตผ. จังหวัดตัดสรร – จังหวัดปัตตานี

(%)

ชื่อสินค้า / ลักษณะสินค้า	น้ำบูดู	ผ้าบาติก	หมวกกะปิเยาะ	ลูกหยีทรงเครื่อง	ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา	Σx	$\bar{x}$
1. เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	7	9	8	6 (60.0)	40	4.00
- ผู้ประกอบการ (n =13)	13	12	13	12	12	62	4.76
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	47	31 (62.0)	38	37	26	179	3.06
รวม (n = 73)	70 (95.9)	50 (68.5)	60 (82.2)	57 (78.1)	44 (60.3)		
2. สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	9	4 (40.0)	4 (40.0)	9	9	35	3.50
- ผู้ประกอบการ (n = 13)	12	2 (15.3)	2 (15.3)	12	12	40	3.07
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	44	27 (54.0)	27 (54.0)	45	40	183	3.66
รวม (n = 73)	65 (89.0)	33 (45.2)	33 (45.2)	66 (90.4)	61 (83.6)		
3. สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	8	9	6 (60.0)	6 (60.0)	39	3.90
- ผู้ประกอบการ (n = 13)	12	12	12	12	11	59	4.53
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	43	45	46	38 (76.0)	31 (62.0)	203	4.06
รวม (n = 73)	65 (89.0)	65 (89.0)	67 (91.8)	56 (76.7)	48 (65.8)		
4. คนในชุมชนมีฝีมือ / ความสามารถในการผลิต							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	9	10	8	8	9	44	4.40
- ผู้ประกอบการ (n = 13)	12	12	12	12	12	60	4.61
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	44	43	44	43	39	213	4.26
รวม (n = 73)	65 (89.0)	63 (86.3)	64 (87.7)	63 (86.3)	60 (82.2)		
5. สามารถทำรายได้ให้ชุมชน							
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (n = 10)	10	10	9	9	9	47	4.70
- ผู้ประกอบการ (n = 13)	12	12	12	12	12	60	4.61
- ประชาชนทั่วไป (n = 50)	46	43	44	44	40	217	4.34
รวม (n = 73)	68 (93.2)	65 (89.0)	65 (89.0)	65 (89.0)	61 (83.6)		

สำหรับปัตตานี น้ำบูดู เป็นสินค้าที่โดดเด่นในคุณสมบัติของสินค้าที่มีศักยภาพเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด ถึงแม้ว่าสินค้าอีก 4 รายการที่เหลือ จะได้รับการยอมรับมากเช่นกัน

มีสินค้า 2 รายการที่ประสบปัญหา ไม่สามารถจัดการวัตถุดิบภายในชุมชนได้ ได้แก่ ผ้าบาติกและหมวกกะปิเยาะ ในขณะที่ ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา มีปัญหาเรื่องความเป็นสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น และความสอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวปัตตานี (34 - 39 % ไม่มั่นใจ) อย่างไรก็ดีสินค้าทุกรายการ ถูกมองว่าเป็นสินค้าที่ทำรายได้สู่ชุมชนได้เป็นอย่างดี

1) ผ้าบาติก แม้มากกว่า 80 % ของผู้ตอบแบบสอบถาม จะยอมรับว่าผ้าบาติกสามารถทำรายได้ แต่ปัจจุบันทุกกลุ่มผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นตรงกันว่า กำลังเผชิญปัญหาการจัดการวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากกรุงเทพฯ
2) หมวกกะปิเยาะ กำลังเผชิญปัญหาเรื่องการจัดการวัตถุดิบ เช่นเดียวกับผ้าบาติก อีกทั้งการผลิตหมวกกะปิเยาะของชาวปัตตานีนั้น เกิดจากความต้องการของชาวมาเลเซีย และตะวันออกกลาง โดยมีพ่อค้าคนกลางจากกรุงเทพฯ รับคำสั่งซื้อและมาว่าจ้างให้ชาวบ้านผลิตหมวกให้มีรูปแบบตามที่ลูกค้าต้องการ อย่างไรก็ดี ชาวปัตตานี ได้รับคำชมอย่างมากจากลูกค้าว่า เป็นผู้มีฝีมือในการผลิตหมวกกะปิเยาะ และการผลิตหมวกกะปิเยาะก็สามารถทำรายได้ให้ชุมชนอย่างเป็นกอบเป็นกำ ควรที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนต่อไป

โดยสรุป สินค้าทั้ง 5 รายการของแต่ละจังหวัดที่กรรมการ นตผ. จังหวัดได้คัดเลือกไว้ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดนั้น แม้มีบางรายการที่ขาดคุณสมบัติ แต่จะเห็นได้ว่า สินค้าทุกรายการมีชื่อเสียงในระดับจังหวัดเป็นที่ยอมรับแล้วว่าเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาระดับหนึ่ง สำหรับสินค้าหลายตัวที่มีปัญหาเรื่องแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ผ้าทอเกาะยอ จังหวัดสงขลา ผ้าทอนาหมื่นศรีและมีด-พร้านาป้อ จังหวัดตรัง ผ้าบาติก และ หมวกกะปิเยาะของจังหวัดปัตตานี เป็นต้น ล้วนเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง ถ้าทุกจังหวัดทำการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต พัฒนาฝีมือ และจัดหา ส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบ เพื่อป้อนวิสาหกิจผู้ผลิตเหล่านี้ได้ ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น สามารถดำรงเป็นตัวแทนของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดได้ในที่สุด หรือแม้แต่สับปะรดภูเก็ต ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ก็ควรจะได้รับการคิดค้นกรรมวิธีการผลิตอย่างไรให้คุ้มค่ามากขึ้น และสามารถใช้ช่องทางจัดจำหน่ายไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภูเก็ตได้เป็นอย่างดี มีเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดและทำรายได้ให้ชุมชนในที่สุด

4.2.2 ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ว่า 1) เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรร 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ จะเห็นได้ว่า สินค้าที่ถูกคัดสรรเข้าสู่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องเป็นสินค้าที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่นและกระตุ้นส่งเสริมให้ประชาชนมีความคิดสร้างสรร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมีมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และสามารถแข่งขันกับสินค้าจากที่อื่นๆ

ผู้วิจัยจึงตรวจสอบศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัด 7 จังหวัดที่ศึกษาโดยสอบถามความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ว่าสินค้าทั้ง 5 รายการของแต่ละจังหวัดมีคุณสมบัติที่สามารถแข่งขันได้มาก – น้อยเพียงใด ใน 5 ประเด็น คือ

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า
2) หีบห่อดึงดูดใจ
3) คุณภาพสินค้าและความสามารถในการผลิตอย่างต่อเนื่อง
4) การยอมรับสินค้าและความหลากหลายของสินค้า
5) ข้อบกพร่องของสินค้า (คุณภาพต่ำ, ราคาขายไม่แน่นอน)

ผลวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏดังนี้

1. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัดภูเก็ต

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการและประชาชนจะยอมรับว่าสินค้าส่วนใหญ่ มีลักษณะโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจากจังหวัดอื่น แต่ก็ระบุว่า ข้าวหลามหินรุ่ย ยังเหมือนข้าวหลามทั่วไปของจังหวัดอื่น ๆ และสินค้ายังไม่หลากหลายรสชาติ
2) หีบห่อดึงดูดใจ พบว่า ทุกกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าสินค้าที่คัดสรรมา ยังมีหีบห่อที่ไม่ดึงดูดใจ เพราะยังขาดความสวยงาม ไม่เหมาะสมกับตัวสินค้า และไม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้ แม้ว่ามีถึง 3 ใน 5 รายการ ที่เหมาะสมในด้านขนส่ง และหีบห่อเอื้อต่อประโยชน์การใช้งาน

3) คุณภาพและความสามารถในการผลิต พบว่า สินค้าทุกรายการ ยังใช้แรงงานคน ยังขาดเทคโนโลยีใหม่ ๆ และ แหล่งวัตถุดิบยังไม่หลากหลาย
4) การยอมรับสินค้า สินค้าทุกรายการได้รับการยอมรับว่าเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด แต่ก็มองว่า ข้าวหลามหินรุ่ยหาซื้อยาก (ขายเฉพาะที่ตลาดนัด) ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร
5) ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนของสินค้า โดยรวมในแง่ราคาและคุณภาพสินค้าไม่มีจุดอ่อนแต่อย่างใด

จะเห็นว่าศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดภูเก็ต โดยรวมสินค้ามีความโดดเด่นพอควร (ยกเว้นข้าวหลามหินรุ่ย) แต่มีปัญหาเรื่องหีบห่อ มุ่งใช้แรงงานคน เทคนิคการผลิตเดิม ๆ และมีปัญหาเรื่องการกระจายสินค้า

2. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัดตรัง

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า พบว่า สินค้าทุกรายการ ยกเว้น จักสานใบเตยปาหนันและน้ำปลาหยงสตาร์เท่านั้น ที่มีปัญหาเรื่องความโดดเด่นของสินค้า
2) หีบห่อดึงดูดใจ ทุกกลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ ยังมีปัญหา เรื่องลักษณะหีบห่อที่ไม่ดึงดูดใจในทุกด้าน มีเพียงผ้าทอนาหมื่นศรีเท่านั้นที่มีการพัฒนาหีบห่อได้เหมาะสมแล้ว
3) คุณภาพสินค้าและความสามารถในการผลิต 3 กลุ่มตัวอย่าง ยอมรับว่าสินค้าทุกรายการ ยังใช้แรงงานเป็นหลัก จึงขาดเทคโนโลยีในการผลิต ในภาพรวมไม่ปรากฏว่าสินค้าทั้ง 5 รายการ มีปัญหาเรื่องคุณภาพ หรือการขาดแคลนสินค้าเพื่อขายแต่อย่างใด
4) การยอมรับสินค้า แม้สินค้าทุกรายการจะทำรายได้ให้ชุมชน แต่ทุกกลุ่มตัวอย่างก็มีความเห็นว่า น้ำปลาหยงสตาร์ และจักสานใบเตยปาหนัน ยังได้รับการยอมรับจากตลาดไม่มากพอว่า มีความเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
5) ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนของสินค้า ทุกกลุ่มค่อนข้างเห็นตรงกันว่า สินค้ายังบกพร่องเรื่องราคาขายไม่แน่นอน สินค้าคุณภาพต่ำ ยกเว้น ผ้าทอนาหมื่นศรี และมีด / พร้านาป้อ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ทุกกลุ่มตัวอย่าง มีความเห็นกับศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ สินค้ายังไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะแข่งขันได้ หีบห่อยังไม่ดึงดูดใจ

และยังต้องการเทคโนโลยีการผลิตมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันอีกมาก และสินค้าได้รับการยอมรับจากตลาดระดับหนึ่งเท่านั้น สินค้า 2 รายการมีศักยภาพมาก และการได้รับการส่งเสริมจริงจังมากขึ้น คือ ผ้าทอนาหมื่นศรี และมีดพร้านาป้อ

3. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัดสตูล

1) **ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า** พบว่า สินค้าโดยเฉลี่ยของจังหวัดสตูล มีความโดดเด่น แตกต่างและได้รับการยอมรับพอควร แต่มีปัญหาเรื่องความหลากหลาย เป็นที่สังเกตว่า ผู้ประกอบการ มองสินค้าของตนว่าโดดเด่น แตกต่าง และหีบห่อดึงดูดใจ มากกว่าที่ประชาชนและ นตผ. จังหวัดสตูลมอง
2) **หีบห่อดึงดูดใจ** โดยรวมหีบห่อของทุกรายการเหมาะสมในทุกด้าน
3) **คุณภาพและความสามารถด้านการผลิต** พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง คิดเห็นว่า ยังเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานคนเป็นหลัก และใช้เทคโนโลยีเพียงเล็กน้อย สินค้าบางรายการยังมีแหล่งวัตถุดิบเฉพาะที่ทำให้ต้นทุนค่อนข้างสูง
4) **การยอมรับสินค้า** ผู้ประกอบการ มองว่า สินค้าทั้ง 5 รายการ โดยเฉลี่ยแล้ว ได้รับการยอมรับดี มีความหลากหลาย และหาซื้อได้ง่ายพอควร
5) **ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนของสินค้า** ไม่ปรากฏว่าสินค้ามีปัญหาเรื่องความสม่ำเสมอของคุณภาพและสินค้าขาดตลาดแต่อย่างใด

สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสตูลที่น่าสนใจ คือ เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งมีวัตถุดิบแตกต่างจากเครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งอื่น (ดินจากปลวก) ทำให้สินค้าโดดเด่น แต่ก็ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ และขาดเทคโนโลยีการผลิต ทำให้ผลิตไม่พอความต้องการของตลาด สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสตูล ได้แก่ กาแฟโบราณ แต่ยังต้องการส่งเสริมประชาสัมพันธ์อีกมาก

4. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัดสงขลา

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า พบว่า สินค้าเกือบทุกรายการ มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และแปลกแตกต่างจากสินค้าจังหวัดอื่น (ยกเว้นหน่วยงานที่มองว่ามีเพียงกรงนกเขาและผลิตภัณฑ์จากส้มแขกเท่านั้นที่แปลกแตกต่าง)

2) หีบห่อดึงดูดใจ ผู้ประกอบการ เห็นว่า สินค้าทุกรายการ มีหีบห่อที่เหมาะสมแล้วในทุกด้าน ในขณะที่ประชาชน เห็นว่า เหมาะสมปานกลาง และหน่วยงาน นตผ. มองว่าต้องปรับปรุงแก้ไขเกือบทุกรายการ

3) คุณภาพและความสามารถในการผลิต ทุกกลุ่มเห็นตรงกันว่าสินค้าเกือบทุกรายการ มีคุณภาพสม่ำเสมอ ใช้แรงงานคนเป็นหลัก และขาดแคลนเทคโนโลยีในการผลิต ผู้ประกอบการและประชาชน เห็นว่า สินค้าบางรายการของจังหวัดสงขลาเท่านั้นที่ผลิตไม่ทันขาย (ในความเห็นของ นตผ. จังหวัด มองว่า มีเพียงผลิตภัณฑ์จากส้มแขกและกะลามะพร้าวเท่านั้นที่ยังผลิตทันต่อความต้องการของลูกค้าอยู่)

4) การยอมรับสินค้า ผู้ประกอบการ 100 % มองว่า สินค้าทุกรายการ เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป และช่วยให้ชุมชนมีรายได้เพิ่ม ช่วยให้เกิดการจ้างงาน และนำรายได้สู่ชุมชน แต่สินค้ายังไม่หลากหลายพอ และบางรายการ หาซื้อได้ไม่ง่ายนัก ในขณะที่ประชาชน เห็นว่าสินค้าโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับที่คนทั่วไป ยอมรับในทุกด้านว่า เหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีความหลากหลาย หาซื้อง่าย

5) ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนของสินค้า ไม่ปรากฏจุดอ่อนในด้านความแน่นอนของราคา เป็นสินค้าคุณภาพต่ำแต่อย่างใด

สินค้าโดยรวมของจังหวัดสงขลา ยังต้องการการออกแบบ และพัฒนาเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ สินค้าทุกรายการมีจุดเด่นอยู่ที่การเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม จึงควรสืบต่อภูมิปัญญานี้ไว้ และสนับสนุนให้เป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

5. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า ทั้งหน่วยงานและผู้ประกอบการ มองว่า สินค้าโดยเฉลี่ยแล้วมีเอกลักษณ์โดดเด่นและแตกต่าง ผู้ประกอบการ มองว่ามีเพียง ขนมลา เครื่องเงิน / เครื่องถม / สามกษัตริย์ และจักสานย่านลิเพาเท่านั้นที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์

2) ลักษณะหีบห่อดึงดูดใจ ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ยังไม่พึงพอใจกับหีบห่อของสินค้าทั้ง 5 รายการในทุกด้าน

3) คุณภาพและความสามารถในการผลิต ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า เกือบทุกรายการ สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอดีแล้ว มีเพียงบางรายการเท่านั้นที่ขาดเทคโนโลยีในการผลิต ผลวิจัยพบว่า

สินค้าเกือบทุกรายการ ยังผลิตได้ทันความต้องการของตลาด และมีคุณภาพสม่ำเสมอ สินค้า 2-3 รายการ มีแหล่งวัตถุดิบที่มาจากหลายแห่ง

4) **การยอมรับสินค้า** ในขณะที่ผู้ประกอบการ และ นตผ. ระดับจังหวัด มองว่าสินค้าค่อนข้างหลากหลาย แต่ประชาชนกลับมองตรงกันข้าม เช่นเดียวกับ นตผ. ระดับจังหวัด มองว่าสินค้า เกือบทุกรายการหาซื้อง่าย แต่ในความเห็นของผู้ประกอบการ ว่ามีเพียงเครื่องเงิน / เครื่องถม /สามกษัตริย์ เท่านั้น ที่มีแหล่งขายชัดเจน ผลวิจัย พบว่า นตผ. ระดับจังหวัด และผู้ประกอบการ เห็นว่า สินค้าเกือบทุกรายการได้รับการยอมรับ ในขณะที่ ประชาชน ยังมองว่ามีสินค้า เฉลี่ย 2-3 รายการ เท่านั้น ที่ได้รับการยอมรับ
5) **ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนสินค้า** ทุกกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า สินค้าเกือบทุกตัว มีราคาที่แน่นอน และคุณภาพได้มาตรฐานแล้ว

สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และยังสามารถพัฒนาเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้อีกมาก และสามารถดำเนินการได้ทันที เพราะสินค้าได้รับการยอมรับจากตลาดในระดับหนึ่งแล้ว ทั้งใน – นอกประเทศ แต่ก็พบว่ามุมมองของสินค้ายังแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

6. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการของจังหวัดพัทลุง

1) **ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า** ทุกกลุ่มยอมรับว่า สินค้าเฉลี่ยทุกรายการมีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นของตนเอง แต่ยังมีสินค้าบางรายการ ได้แก่ นมโค ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว และผลิตภัณฑ์จากกระจูด ที่หน่วยงาน นตผ. จังหวัด มองว่า ยังไม่มีความแปลกแตกต่างจากสินค้าของจังหวัดอื่น ในขณะที่ประชาชน และผู้ประกอบการ มองว่ามีเพียง นมโค เท่านั้น ที่ไม่แตกต่างจากสินค้า นมโค ทั่วไป
2) **หีบห่อดึงดูดใจ** ผู้ประกอบการและประชาชน เห็นว่า สินค้าส่วนใหญ่มีหีบห่อที่เอื้อในการขนส่ง และสะดวกในการใช้ แต่ก็มองว่าหีบห่อส่วนใหญ่ ยังไม่สวยงาม ไม่ช่วยเพิ่มมูลค่า และเห็นว่ายังไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ในขณะที่หน่วยงานโดยรวม มองว่า มีสินค้าบางรายการเท่านั้นที่หีบห่อไม่ช่วยเพิ่มมูลค่า (ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและผ้าทอทอนชมพู่)
3) **คุณภาพและความสามารถในการผลิต** สินค้าทุกรายการยังขาดเทคโนโลยีในการผลิต และยังคงเน้นใช้แรงงานคนเป็นหลัก มีสินค้าประมาณ 2 รายการ ที่ใช้วัตถุดิบจาก

หลาย ๆ แห่ง (ผ้าทอทอนชมพู่ และผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว) และสินค้าส่วนใหญ่ มีคุณภาพสม่ำเสมอดีแล้ว

4) **การยอมรับสินค้า** หน่วยงาน นตผ. จังหวัด, ผู้ประกอบการ และประชาชน มองว่า สินค้าโดยเฉลี่ย ได้รับการยอมรับว่า เป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ เพราะทำรายได้ให้ชุมชน และก่อให้เกิดการจ้างงานได้ดี และมีความหลากหลายพอควรแล้ว
5) **ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนสินค้า** แกะสลักรูปหนังตะลุงและผลิตภัณฑ์จากกระจูด สำหรับนมโค และผ้าทอทอนชมพู่ ยังมีความหลากหลายน้อย และแทบจะไม่มีสินค้าใดที่มีคุณภาพต่ำหรือราคาไม่แน่นอนเลย

วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดพัทลุงมีความเข้มแข็ง สังเกตได้จากสินค้าเกือบทุกรายการประสบความสำเร็จในการขายระดับหนึ่งด้วยตัวของวิสาหกิจชุมชนเอง (เป็นสินค้าที่ทำสืบต่อกันมา และยึดเป็นอาชีพได้ ตลาดให้การยอมรับ) ดังนั้น การสนับสนุนจาก นตผ. จังหวัดอย่างจริงจังจะช่วยให้สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หลายรายการ เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น และตอบสนองความต้องการของตลาดได้ชัดเจนขึ้น

7. ศักยภาพการแข่งขันของสินค้าทั้ง 5 รายการของจังหวัดปัตตานี

1) **ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า** แม้สินค้าทุกรายการจะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ แต่มีสินค้าเพียง 1-2 รายการเท่านั้น ที่มีความแปลกแตกต่างจากพื้นที่อื่น (น้ำบูดูและหมวกกะปิเยาะ)
2) **หีบห่อดึงดูดใจ** ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า สินค้ามีหีบห่อที่ง่ายในการขนส่ง และสะดวกแก่การใช้ ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้พอควร แต่ก็เห็นว่า สินค้าทั่วไปหีบห่อไม่สวยงามเท่าที่ควร และหน่วยงาน มองว่า หีบห่อยังไม่เหมาะสม ควรได้รับการปรับปรุงเกือบทุกรายการ
3) **คุณภาพและความสามารถในการผลิต** สินค้าส่วนใหญ่มีคุณภาพมาตรฐาน สม่ำเสมอดีแล้ว (ยกเว้นน้ำบูดู) ผู้ประกอบการยอมรับว่า สินค้าทุกรายการใช้แรงงานคนเป็นหลัก และยังขาดเทคโนโลยีในการผลิต ในขณะที่ หน่วยงาน นตผ. จังหวัด มองว่า มีสินค้า 2 รายการ ที่ยังขาดเทคโนโลยีอยู่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากใบยางพารา และน้ำบูดู ทุกกลุ่มเห็นว่า สินค้าส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบจากไม่กี่แหล่ง และสินค้ายังสามารถผลิต

ทันความต้องการอยู่ อย่างไรก็ดี สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของปัตตานี ไม่มีปัญหาเรื่อง การยอมรับสินค้า หรือ สินค้ามีจุดอ่อนแต่อย่างใด

ในความเห็นของผู้วิจัย พบว่า สินค้าของจังหวัดปัตตานี มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดที่ได้รับการยอมรับทั้งใน - ต่างพื้นที่ หากได้รับการพัฒนาสนับสนุนแนวคิดการทำธุรกิจให้ได้มาตรฐานสากล จะช่วยให้สินค้าของจังหวัดประสบความสำเร็จในการแข่งขันกับตลาดภายนอกได้ จากการสำรวจพื้นที่ แหล่งผลิตและผลสัมภาษณ์หน่วยงาน ประชาชน พบว่า ยังอยากให้วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำบูดู ปรับปรุงเรื่องการตลาด ถูกอนามัยให้ดีขึ้น

สรุปโดยรวม เมื่อพิจารณาศักยภาพการแข่งขันใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า 2) หีบห่อดึงดูดใจ 3) คุณภาพสินค้าและความสามารถด้านการผลิต 4) การยอมรับสินค้า และ 5) จุดอ่อน / ข้อบกพร่องของสินค้า ผลวิจัย พบว่า มีความคล้ายคลึงกันในทุกจังหวัด กล่าวคือ

1) ความโดดเด่น / แตกต่างของสินค้า ทุกกลุ่มตัวอย่างมองว่าสินค้าเกือบทุกรายการของแต่ละจังหวัด มีลักษณะโดดเด่น / แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์ พอควร (ยกเว้น น้ำปลาหยงสตาร์ จ. ตรัง , นมโค จ. พัทลุง , ข้าวหลามหินรุ่ย จ. ภูเก็ต และดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา จ. ปัตตานี)
2) หีบห่อดึงดูดใจ สินค้าส่วนใหญ่มีหีบห่อที่เหมาะสม และดึงดูดใจพอควร แต่ยังมีปัญหาเรื่อง ความสวยงามและความสามารถในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า
3) คุณภาพสินค้าและความสามารถในการผลิต สินค้าทุกรายการ ยังเป็นการใช้แรงงานคนเป็นหลัก และหลายรายการขาดแคลนเทคโนโลยีในการผลิต อย่างไรก็ดี เกือบทุกรายการมีคุณภาพสม่ำเสมอ ในการผลิตพอควร และยังไม่เจอปัญหาผลิตไม่ทันขาย อย่างไรก็ดี ผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า ถ้าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการยอมรับมากขึ้น มียอดขายเพิ่มมากขึ้น ในอนาคตจะเจอปัญหาการผลิตไม่พอขายแน่นอน เพราะปัจจุบันสินค้าหลายตัวได้ตอบปฏิเสธคำสั่งซื้อจำนวนมาก ๆ บ้างแล้ว
4) การยอมรับสินค้า สินค้าทุกรายการได้รับการยอมรับว่าเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้จังหวัดจำนวนมาก (ยกเว้น สับปะรดภูเก็ต และข้าวหลามหินรุ่ย จ. ภูเก็ต) หากได้รับการสนับสนุน

อย่างต่อเนื่อง สินค้าก็จะแพร่หลายมากขึ้น อย่างไรก็ดีสินค้ายังมีปัญหาเรื่องความหลากหลายและหาซื้อยาก

5) ข้อบกพร่อง / จุดอ่อนของสินค้า เกือบทุกรายการ มีจุดอ่อนที่ราคาสูงเกินไป อย่างไรก็ดี สินค้ามีราคาแน่นอน และสินค้าคุณภาพเหมาะสมดีแล้ว ในระดับตลาดในพื้นที่ของจังหวัด แต่ยังไม่แน่ใจว่า ถ้าเสนอขายนอกพื้นที่แล้วสามารถแข่งขันได้หรือไม่ เพราะจุดเด่นของสินค้าอยู่ที่ลักษณะพื้นฐานของสินค้า ไม่ใช่คุณสมบัติพิเศษของสินค้าแต่อย่างใด

4.2.3 ความสามารถด้านการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

เมื่อศึกษาต่อไปถึงคุณสมบัติด้านการตลาดของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของแต่ละจังหวัดว่า เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันมาก – น้อย เพียงใด พบว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกจังหวัดยังมีช่องทางจัดจำหน่ายไม่กว้างขวาง ผู้บริโภคหาซื้อได้ยาก สถานที่ซื้อส่วนใหญ่ต้องไปซื้อถึงแหล่งผลิต และซื้อได้เฉพาะในงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่ามีผู้บริโภคในจังหวัดมากถึง 11.8 % ที่ไม่เคยซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปรากฏดังนี้

ตารางที่ 4 -16 : สถานที่ซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จังหวัด / สถานที่ซื้อสินค้า	สงขลา	ปัตตานี	พัทลุง	ตรัง	ภูเก็ต	นครศรีฯ	สตูล	รวม (%)
1. สถานที่ที่ทำการผลิตสินค้า	21	29	28	20	25	36	25	184 (36.9)
2. งานแสดงสินค้า	24	25	24	20	20	23	28	164 (32.9)
3. ตลาดและร้านค้าโดยทั่วไป	8	17	13	8	12	8	11	77 (15.5)
4. ศูนย์จำหน่ายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	3	2	2	2	4	-	1	14 (2.8)
รวมผู้ซื้อสินค้า (n = 498)	**56**	**73**	**67**	**50**	**61**	**67**	**65**	**439 (88.2)**

ตารางที่ 4 –17 : กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกรายจังหวัด

จังหวัด / ผู้ตอบแบบสอบถาม	สงขลา	ปัตตานี	พัทลุง	ตรัง	ภูเก็ต	นครศรีฯ	สตูล	รวม (%)
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	7	0	0	4	1	0	1	13 (2.6)
ประชาชนทั่วไป	13	0	3	14	7	3	4	44 (8.8)
รวมผู้ไม่เคยซื้อสินค้า (n = 498)	**20**	**0**	**3**	**20**	**8**	**3**	**5**	**59 (11.8)**

จากตารางที่ 4-16 – 4-17 จะเห็นว่า ผู้เกี่ยวข้องในส่วนของประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังมีบางส่วนที่ไม่เคยซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เลย (รวม 11.8 %) ในบรรดาผู้ที่เคยซื้อสินค้า 439 ราย พบว่า นิยมซื้อสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากสถานที่ผลิต (36.9%) มีเพียง 15.5 % เท่านั้นที่ซื้อจากตลาดและร้านค้าทั่วไป แสดงให้เห็นว่า สินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมของทุกจังหวัดประสบปัญหาเรื่องการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้า ที่ยังจัดการได้ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่ทั่วถึง ภาครัฐยังต้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง และควรเป็นผู้นำหรือแบบอย่างในการบริโภคสินค้าในโครงการ

ผลวิจัยพบว่า นอกจากปัญหาการกระจายสินค้ายังทำได้ไม่ทั่วถึง และใช้เพียงบางช่องทางแล้ว จากศักยภาพการแข่งขันของสินค้าเองที่ยังมีปัญหาเรื่องราคาที่แพงเกินไป และตัวสินค้ามีความโดดเด่นระดับปานกลาง หีบห่อยังไม่ถึงดูดใจมากนัก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มสมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการตลาด และยังไม่มีความสามารถในการจัดการตลาดสมัยใหม่ มีการทำตลาดเชิงรับมากกว่าเชิงรุก สินค้าที่ผลิตยังต้องการการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า และต้องการความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้สินค้าแตกต่าง ยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นจากปีที่แล้ว เกิดจากการกระตุ้นของภาครัฐ ไม่ใช่เกิดจากการจัดการตลาดของวิสาหกิจแต่อย่างใด นอกจากนี้เมื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึกก็พบอีกว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังไม่มีการวางแผน ไม่มีกำลังเงินมากพอที่จะขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับตลาดที่เติบโตขึ้น หากแต่กลับพึงพอใจกับยอดขายที่เป็นอยู่ และประเมินว่าความสามารถทางการตลาดของตนได้ใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพแล้ว ผู้จัดการกลุ่มเป็นผู้ที่ต้องดูแลทั้งการผลิต การจัดการกลุ่ม และการตลาด ทำให้ไม่มีเวลาคิดสร้างสรรค์งาน หรือมองหาตลาดใหม่ ๆ

ข้อคิดเห็น ชี้แนะ ปรับปรุง แก้ไขสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้สร้างคำถามเปิดเพื่อให้อิสระทางความคิดเห็นแก่ผู้ตอบแบบสอบถามถึงข้อชี้แนะที่ควรแก้ไขปรับปรุงของสินค้าทั้ง 5 รายการ ของแต่ละจังหวัด ปรากฏผลที่น่าสนใจ ดังนี้

1. **ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดภูเก็ต**

ในบรรดาผู้แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ ระบุว่า สินค้ามีความเหมาะสมดีแล้ว ในส่วนที่ต้องปรับปรุง เป็น ดังนี้

- **ผ้าบาติก ข้อที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ การออกแบบลวดลาย ควรให้หลากหลายกว่าภาพน้ำทะเล บรรจุภัณฑ์ยังไม่ดี อยากให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น ราคาสูงเกินไป ควรกระจายสินค้าให้มากกว่านี้ คุณภาพสินค้าให้มากกว่านี้ คุณภาพสินค้ายังไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน บางรายสีตก เนื้อผ้ายังไม่ดี และควรเพิ่มประโยชน์ของสินค้าให้มากขึ้น ข้อที่รัฐควรสนับสนุน คือ เรื่อง เทคนิคการผลิตและการประชาสัมพันธ์ การหาตลาดใหม่ ๆ**
- **ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่า ควรปรับปรุงเรื่อง รูปแบบสินค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น หีบห่อควรสวยงามกว่านี้ (ถุงพลาสติก) การให้สียังไม่เหมือนจริง ควรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กระจายสินค้าให้มากขึ้น และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกว่าที่เป็นอยู่ และควรขอความช่วยเหลือจากรัฐเรื่องการออกแบบสินค้าบรรจุภัณฑ์**
- **สับปะรดภูเก็ต ควรจะโฆษณาส่งเสริมให้บริโภคมากขึ้น และทำสินค้าให้หลากหลาย กระจายสินค้าให้มากขึ้น และกำหนดราคาให้แน่นอน ควบคุมการผลิตให้ได้ขนาดและรสชาติที่สม่ำเสมอ และเร่งผลิตให้ได้ผลเร็วขึ้น ข้อที่รัฐควรช่วยเหลือ ได้แก่ เรื่อง การผลิต และด้านการตลาด**
- **ข้าวหลามหินรุ่ย ในส่วนที่ต้องปรับปรุง ได้แก่ รสชาติ ยังไม่หลากหลาย ควรหาทางยืดอายุสินค้า กระจายสินค้าให้มากขึ้น จะได้เป็นที่รู้จักมากกว่านี้ และราคาสูงเกินไป อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตอยากให้รัฐดำเนินการเรื่องสัมปทานการปลูกไผ่ ซึ่งกำลังประสบปัญหาอยู่ในขณะนี้**
- **น้ำพริกกุ้งเสียบ ผู้ตอบแบบสอบถาม อยากเห็นการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และความหลากหลายของรสชาติ ควรมีเครื่องหมาย อย. รับรองคุณภาพสินค้า ออกบูธร่วมกับ**

หน่วยงานที่จัดนิทรรศการบ้าง และราคาไม่ควรสูงเกินไป ความช่วยเหลือจากรัฐที่ควรทำ คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เทคนิคการผลิตและอบรมการจัดการกลุ่ม

2. ข้อคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดตรัง

- **ผ้าทอนาหมื่นศรี** ข้อที่ควรปรับปรุงสูงสุด (41.5 %) ได้แก่ เรื่องการทำโครงการส่งเสริมการขาย และผลักดันให้เป็นสินค้าส่งออกให้ได้ รองลงมา คือการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับฝีมือการผลิต การปรับปรุงรูปแบบให้หลากหลาย ทันสมัย ขณะเดียวกันก็มีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง ปรับปรุงให้สามารถสวมใส่ได้ในทุกเพศ ทุกวัย และคิดว่าถ้าผลิตเป็นเสื้อผ้า สำเร็จรูปไว้ขาย ก็น่าจะได้รับการยอมรับแพร่หลายมากขึ้น ข้อที่รัฐควรให้ความช่วยเหลือ คือ เรื่องการออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์
- **จักสานใบเตยปาหนัน** 31.4 % ของผู้แนะนำให้ปรับปรุง ระบุว่า สินค้าควรพัฒนาคุณภาพอยู่เสมอ ปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ดูสะอาดตา พัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ให้ทันสมัยตรงความต้องการของตลาด และเสนอแนะว่า ถ้าออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น และควรนำเสนอประโยชน์สินค้าให้หลากหลาย วิธีใช้ใช้ได้กับทุกวัย และดัดแปลงสินค้าให้แปลกแตกต่างไปจากการเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันบ้าง ก็จะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นได้
- **แกะสลักไม้เทพธาโร** ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้ปรับปรุงเรื่องราคาที่สูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพงานที่ทำ 20 % ระบุให้เพิ่มการทำประชาสัมพันธ์ และปรับปรุงคุณภาพงานที่ทำ ให้คงทน ดูแลรักษาง่ายขึ้น และแนะนำรัฐบาลว่า ควรสนับสนุนให้ความรู้แก่เยาวชนเพื่อสืบทอดงานแกะสลักไว้
- มีด / พร้า นาป้อ มีผู้ให้ปรับปรุงเพียง 3 – 17 % เท่านั้น เรื่องที่ควรทำอันดับแรก คือ เพิ่มการทำประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และพัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลาย เพิ่มบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม และเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้แก่สินค้า อยากเห็นรัฐเพิ่มทักษะการผลิตแก่สมาชิกให้มากกว่านี้
- น้ำปลาหยงสตาร์ เรื่องที่ถูกแนะนำมากที่สุด คือ การโฆษณาส่งเสริมการขาย ให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย พัฒนาคุณภาพสินค้า และมีมาตรฐานในการผลิตให้ได้คุณภาพคงที่ โดยควรได้รับการสนับสนุนเรื่องการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน และแนะนำการออกแบบหีบห่อจากรัฐ

3. ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดสตูล

- กาแฟโบราณ จากจำนวน 67 ตัวอย่างของจังหวัดสตูล พบว่า มีผู้เสนอแนะข้อควรปรับปรุงกาแฟโบราณ 7.5 – 38.8 % เรื่องการส่งเสริมการขาย ปรับปรุงหีบห่อให้ทันสมัย และพัฒนาเทคนิคการผลิตให้สินค้าสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานและคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค อยากเห็นรัฐถ่ายทอดอบรมเรื่องเทคนิคการผลิตสมัยใหม่ให้แก่กลุ่มผู้ผลิตอย่างจริงจัง
- ผ้าบาติก ผู้ตอบแบบสอบถาม 13.4 – 31.3 % อยากให้มีการปรับปรุงลวดลาย รูปแบบ และพัฒนาหีบห่อให้เหมาะสม อยากให้นำสินค้าออกแสดงในงานแสดงสินค้าให้มากขึ้น การเพิ่มช่องทางจำหน่าย อาชีพ ให้สินค้าแพร่หลายยิ่งขึ้น และพัฒนาสินค้าให้ใช้ประโยชน์ได้หลากหลายยิ่งขึ้น
- เครื่องปั้นดินเผา มีผู้เสนอแนะน้อยมากเพียง 3.5 – 15 % ของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้น หัวข้อที่ต้องการให้ปรับปรุง ได้แก่ การสร้างตรายี่ห้อ ของตนเอง ผลิตให้ทันความต้องการของตลาด จะได้มีสินค้าวางขายทั่วไป หาซื้อได้ง่าย และอยากเห็นสินค้าหลากหลายรูปแบบ มีสีสันมากขึ้นและมีกล่องใส่ที่สวยงาม
- น้ำปลาท่าพยอม มีปัญหาที่ต้องปรับปรุงในเรื่องการทำประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ ความหลากหลายของสินค้ายังมีน้อย และบรรจุภัณฑ์ยังไม่เหมาะสม สินค้าควรปรับปรุงรสชาติ และเน้นความใหม่เสมอ ข้อที่ควรปรับปรุงไม่น้อย อีกเรื่องคือ การกระจายสินค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการอยากให้รัฐบาลช่วยเหลือเรื่องการหาตลาดให้กลุ่ม
- กะปิกุ้งแท้ เป็นอีกสินค้าหนึ่งที่มีขายทั่วไปในจังหวัดแถบชายทะเลของภาคใต้ ดังนั้นการนำเสนอกะปิกุ้งแท้ไว้ในบัญชีคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดจึงควรมีลักษณะเด่น แตกต่างอย่างเห็นได้ชัดจากกะปิของจังหวัดอื่น ๆ ข้อเสนอแนะที่ปรากฏ ได้แก่ การนำสินค้าออกเผยแพร่ ควรทำให้มากขึ้น ปรับปรุงหีบห่อที่สะอาดดึงดูดใจ และพัฒนาสินค้าให้พร้อมที่จะรับประทานได้ทันที และนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตให้มากขึ้น จึงอยากให้รัฐช่วยแนะนำเรื่องเทคนิคการผลิตที่ถูกอนามัยเป็นสำคัญ

4. ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดสงขลา

- จักสานเชือกกล้วย ข้อที่ควรปรับปรุงอย่างมาก คือ การกำหนดราคาที่สูงเกินไป ควรลดราคาให้ต่ำลงและชี้แนะว่า ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับฝีมือการผลิต ควรมีการพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ และออกแบบสินค้า ให้มีประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น การกระจายสินค้าควรให้ครอบคลุมกว่านี้ จะช่วยให้การจักสานเชือกกล้วยของตำบลคูเต่า อำเภอหาดใหญ่ สามารถทำรายได้และขยายตลาดได้ดีกว่าเดิมผู้ตอบแบบสอบถาม มองว่า รัฐสามารถช่วยเหลือวิสาหกิจจักสานเชือกกล้วยได้ โดยการ 1) เพิ่มงบประมาณสนับสนุนเพื่อพัฒนาสินค้า 2) ช่วยเหลือด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ผู้ที่แสดงความเห็นส่วนใหญ่ มองว่า เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมดีแล้ว รูปแบบสินค้า มีความหลากหลาย และสินค้าสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง แต่ก็แนะนำว่า วิสาหกิจควรพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ อยู่เสมอ และกระจายสินค้าให้มากขึ้น สินค้าบางรายการยังราคาแพง และอยากเห็นรัฐบาลให้การสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีการผลิต เพิ่มงบประมาณด้านกิจกรรม การตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น
- กรงนกเขา แม้ผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความเห็นมากกว่า 80 % ระบุว่า มีการโฆษณาส่งเสริมการขายดีแล้ว แต่ข้อเสนอแนะก็ระบุว่าควรจะได้ทำประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงราคาให้ต่ำลง และอยากเห็นรูปแบบกรงนกเขาที่ต่างจากแบบเดิม ๆ บ้าง ควรปรับปรุง ให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น และเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ จึงอยากเห็นรัฐบาลช่วยเหลือในด้านงบประมาณ การออกแบบสินค้า ช่วยจัดหาเทคโนโลยีการผลิตและช่วยเหลือทำการตลาดให้บ้าง
- ผ้าทอเกาะยอ ผู้ตอบแบบสอบถาม 24 % ระบุว่า ผ้าทอเกาะยอราคาแพงเกินไป และหาซื้อยาก ควรกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกว่านี้ แม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเห็นว่าสินค้าคุณภาพดีแล้ว แต่ก็เสนอแนะว่า ควรพัฒนาให้สินค้าสามารถดูแลรักษาได้ง่ายขึ้น และประยุกต์ผ้าทอเกาะยอ ให้มีประโยชน์หลากหลายยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการ อยากให้รัฐบาลช่วยเหลือด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์และเทคโนโลยีการผลิต วัตถุดิบ
- ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก ข้อที่ควรปรับปรุงที่ได้รับการเสนอแนะมาก คือ เรื่อง การส่งเสริมการขายและการทำประชาสัมพันธ์ ควรมีมากกว่าที่เป็นอยู่ ราคาแพงเกินไป และควรมีการคัดสรรคุณภาพสินค้า ให้สม่ำเสมอ และแปรรูปให้หลากหลายยิ่งขึ้นและ

อยากให้รัฐบาลช่วยเหลือด้านงบประมาณ การหาตลาด การประชาสัมพันธ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และจัดทำวัตถุดิบ

5. ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดนครศรีธรรมราช

- จักสานย่านลิเพา สินค้าที่แม้จะเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป แต่ผู้ตอบแบบสอบถาม ก็แนะนำว่า ควรทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นอีก ด้วยการชี้ให้เห็นคุณค่า และประโยชน์ใช้สอย การสร้างเครือข่าย และการรวมกลุ่มผู้ผลิตเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดการประสานงาน และสามารถรักษาคุณภาพสินค้าของจังหวัดไว้ได้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และจัดหาช่องทางจำหน่ายให้มากขึ้น พร้อม ๆ กับการพัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลาย ใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น รัฐควรสนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตได้บ้าง
- เครื่องเงิน เครื่องถม และสามกษัตริย์ เป็นอีกสินค้าหนึ่งที่มีชื่อเสียงดีแล้วของจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างไรก็ดี ผู้ตอบแบบสอบถามก็แนะนำว่า ควรนำเสนอลวดลายใหม่ ๆ ทันสมัย เสนอสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาควรแน่นอนกว่านี้ ไม่ใช่แพงบ้าง ถูกบ้าง และป้องกันสินค้าแปลกปลอม
- ผลิตภัณฑ์จากกระจูด มีปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ ควรมีตรา ยี่ห้อ ที่ชัดเจน เพื่อรับรองคุณภาพสินค้า จะทำให้สินค้ามีมาตรฐานเดียวกันและมีการพัฒนาปรับปรุงฝีมือพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดได้ในที่สุด และควรมุ่งกระจายสินค้าให้มากขึ้น
- ขนมลา ข้อควรปรับปรุง นอกจากประชาสัมพันธ์มากขึ้นแล้ว ควรมีการจัดหาช่องทางจำหน่าย กระจายสินค้าให้มากขึ้น ทันความต้องการของลูกค้า ปรับปรุงหีบห่อ คุณภาพ รูปแบบสินค้าให้หลากหลาย และซื้อเป็นของฝากจากจังหวัดนครศรีธรรมราชได้
- ไม้กวาดดอกหญ้า เป็นสินค้าที่มีขายทั่วไปในทุกจังหวัด ดังนั้น ไม้กวาดดอกหญ้าของจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงควรพัฒนารูปแบบ ขนาดให้ตรงความต้องการของลูกค้า มีคุณภาพคงทน และคัดเลือกวัตถุดิบอย่างดีก่อนเข้ากระบวนการผลิตไปพร้อม ๆ กับการกระจายสินค้าให้มากขึ้น หาซื้อได้ง่ายขึ้น โดยการหาบเร่ขายตามบ้าน เป็นต้น

6. ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดพัทลุง

- แกะสลักรูปหนังตะลุง ปัญหาหลัก คือ การเผยแพร่ข่าวสาร ให้สินค้า เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น พัฒนารูปแบบ โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ดั้งเดิม และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เสียใหม่ กำหนดบทบาทให้แน่นอนตายตัว น่าจะเหมาะสมกว่าการตั้งราคาตามอำเภอใจ และแหล่งขายที่แน่นอน แพร่หลาย
- **ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว** แม้จะเป็นสินค้าที่สามารถส่งออกได้จำนวนไม่น้อยแล้วก็ตาม แต่ยังมีตลาดให้ผู้ผลิตสนใจอีกมาก ดังนั้นข้อควรปรับปรุง จึงควรมุ่งที่ **จะต้องหาเอกลักษณ์ของงานให้เจอ ปรับปรุงหีบห่อ สร้างตรา ยี่ห้อ และพัฒนารูปแบบสินค้าให้หลากหลาย ปรับปรุงสินค้าให้ใช้งานได้นาน ไม่มีอันตรายต่อผู้ใช้**
- **ผลิตภัณฑ์จากกระจูด กระจูดของจังหวัดพัทลุงเป็นสินค้าหนึ่งที่มีชื่อเสียง** เป็นที่รู้จักทั่วไป เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบจำนวนมาก และนิยมผลิตกันอย่างกว้างขวางในชุมชน ดังนั้น ข้อที่ควรปรับปรุง คือการรักษามาตรฐานสินค้าให้อยู่ในระดับเดียวกัน ทั้งจังหวัด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากกระจูดสามารถแข่งขันได้กับผลิตภัณฑ์กระจูดจากจังหวัดอื่น ๆ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และออกแบบลวดลายแปลกใหม่ ฝีมือปราณีต คัดคุณภาพ และขนาดของวัตถุดิบให้มีมาตรฐานเดียวกัน จะทำให้สินค้าเด่น สะดุดตา และมีคุณภาพ เพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น
- **นมโค (สหกรณ์โคนมพัทลุง)** แม้เป็นสินค้าที่ผลิตมานานแล้ว แต่การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และรูปแบบใหม่ ๆ ของสหกรณ์โคนม ยังไม่สามารถแข่งขันได้กับนมยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางขายทั่วไปในตลาด ดังนั้น สิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นานขึ้น ขณะเดียวกันคุณภาพไว้ใจได้ ถูกสุขอนามัย
- **ผ้าทอทอนชมพู่** กลุ่มผู้ผลิตต้องการให้รัฐสนับสนุน แนะนำ เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลวดลาย และสีสันที่แปลก เป็นเอกลักษณ์ และมีความหลากหลายมากขึ้น คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สีไม่ตก ไม่หด หรือเสียทรงเมื่อนำไปใช้

7. ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จังหวัดปัตตานี

- **น้ำบูดู** ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 73 ตัวอย่างของจังหวัดปัตตานี มีผู้แสดงความคิดเห็น และให้ข้อแนะนำ แก้ไข ปรับปรุง ในเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มาก

ถึง 43.8 % ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ (38.4 %) เรื่องความสะอาดถูกอนามัยของโรงงานผลิต (32.9 %) และอยากให้รัฐบาลช่วยเหลือด้าน เทคโนโลยีการผลิตและเงินทุน

- หมวกกะปิเยาะ รายการที่แนะนำให้ปรับปรุง ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น (27.4 %) พัฒนารูปแบบสินค้า/บรรจุภัณฑ์ (26.0 %) ควรกระจายสินค้าออกแสดงตามงานต่าง ๆ ให้มากขึ้น (17.8 %) กวดขันเรื่องความสะอาด และดูแลคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ (13.7 %) และควรใช้หลายช่องทางจำหน่ายไปพร้อม ๆ กัน โดยระบุว่า อยากให้รัฐบาลช่วยเหลือด้าน งบประมาณ การตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ และ การบริหารจัดการ
- **ลูกหยีทรงเครื่อง ข้อควรปรับปรุงที่ผู้แสดงความคิดเห็นอยากให้แก้ไขก่อน คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ถัดมา เป็นการควบคุมคุณภาพการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ สะอาดถูกอนามัย และตั้งราคาให้เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถาม 16.3 % เชื่อว่า ถ้าสินค้าได้รับการปรับปรุง เรื่องช่องทางจัดจำหน่ายแล้ว มั่นใจได้ว่า ลูกหยีทรงเครื่องจะสามารถขายได้ทั่วทั้งใน และต่างประเทศ จึงอยากเห็นภาครัฐสนับสนุน และช่วยเหลือด้านประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ดูแลเรื่องเทคนิคการผลิต และรูปแบบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ให้แก่วิสาหกิจชุมชน**
- **ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา ผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 5.5 – 19.2 % เท่านั้น** ที่แนะนำว่าควรปรับปรุงเรื่องการพัฒนารูปแบบสม่ำเสมอ และขยันนำเสนอขายตามงานแสดงสินค้า มีความปราณีตยิ่งขึ้น เพื่อสินค้าจะได้คงทน และเก็บได้นาน สนับสนุนให้ใช้ประโยชน์ได้ในหลาย ๆ โอกาส ข้อที่รัฐช่วยเหลือได้ ได้แก่ เรื่องการทำประชาสัมพันธ์ การหาตลาด
- ผ้าบาติก ผู้ตอบแบบสอบถามแนะนำให้ปรับปรุงรูปแบบของสินค้ามากถึง 46.6 % ว่าควรมีความหลากหลาย นำเสนอลวดลายใหม่ ๆ และ ปรับปรุงสีสัน ให้ดึงดูดใจมากขึ้น ควรกระจายสินค้าให้เป็นระบบมากขึ้น เพื่อสินค้าจะได้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มุ่งพัฒนาการผลิต ให้สินค้ามีความคงทน สีไม่ตก ใช้ได้นาน และทันสมัยอยู่เสมอ ควรผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป จะได้ซื้อง่ายขึ้น และควรทำส่งเสริมการขายบ้าง ผู้ตอบแบบสอบถามจึงมีความคิดเห็นว่า รัฐสามารถช่วยเหลือได้ในเรื่องการตลาด

โดยสรุป จากข้อคิดเห็นที่ต้องปรับปรุงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของทุกจังหวัด แม้จะมีลายละเอียดแต่ละผลิตภัณฑ์แตกต่างกันบ้าง แต่โดยรวมแล้วข้อที่ควรแก้ไขปรับปรุง ได้แก่

1) การประชาสัมพันธ์สินค้าให้รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น และวิธีการนำเสนอสินค้าในงานแสดงสินค้าอยู่เสมอ จะช่วยให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น และมีโอกาสทดลองใช้สินค้า
2) การกระจายสินค้ายังไม่ทั่วถึง การนำเสนอสินค้าในงานแสดงสินค้า เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยกระจายสินค้าได้อย่างดี แต่ก็ควรมีช่องทางจำหน่ายวิธีอื่น ๆ ร่วมด้วย จึงจะครอบคลุมตลาดได้ทั่วถึง เช่น การจัดหาคนกลาง หรือการตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าของจังหวัด เป็นต้น
3) การปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น ขณะเดียวกันก็ควรคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะตัว
4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม และเพิ่มมูลค่าให้สินค้า จะช่วยให้สินค้าดึงดูดใจผู้บริโภค ชักชวนและทำให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น ขณะเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น
5) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อทำให้สินค้าผลิตได้ทันต้องการของตลาด ขณะเดียวกัน ก็มีส่วนช่วยให้สินค้ารักษาคุณภาพมาตรฐานไว้ได้ ทำให้สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพสม่ำเสมอ และผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

โดยข้อแก้ไขปรับปรุงควรได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากภาครัฐร่วมด้วย ทั้งในด้านงบประมาณสนับสนุน ด้านการตลาด เทคโนโลยีการผลิต และการจัดฝึกอบรม พัฒนาฝีมือแรงงาน และการจัดการกลุ่ม

จากข้อคิดเห็นปรับปรุงสินค้าและการจัดการตลาด จึงอาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ ประสบการณ์ด้านการตลาด และยังขาดแนวคิดในการจัดการธุรกิจ จำเป็นที่ นตผ. ระดับจังหวัด และนักวิชาการในชุมชน รวมถึงนักธุรกิจ และองค์เอกชนของอาชีพต่าง ๆ จะต้องให้การช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยง ฝึกอบรม และเสริมประสบการณ์ให้แก่สมาชิกกลุ่ม อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

สรุปโดยรวม การศึกษาศักยภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าในทุกรายการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในทุกระดับ จึงเป็นที่น่ายินดีว่า หากรัฐบาลยังสนับสนุน

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างจริงจังเหมือน ปี 2546 ที่ผ่านมา สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่พร้อมในเรื่องกำลังการผลิตจะสามารถเพิ่มยอดขายได้แน่นอน ดังนั้น หน่วยงานทุกหน่วยงานจึงต้องเพิ่มการประสานงาน และสนับสนุนสินค้าในโครงการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกันทั้งด้านเทคนิคการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การออกแบบ การปรับปรุงคุณภาพและการทำตลาด เพราะหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่เร่งจัดการเรื่องการพัฒนาการผลิตควบคู่ไปกับการทำตลาดแล้ว สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็ไม่มีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันไปสู่สากลได้เลย และหากไม่สามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้น ความหวังว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดจะเข้มแข็ง สร้างรายได้ให้ชุมชน ยืนด้วยตนเองได้ ก็จะเกิดไม่ได้เช่นกัน

บทที่ 5
บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

5.1.1 คุณลักษณะสินค้าและการยอมรับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ 7 จังหวัด ภาคใต้ จากรายชื่อสินค้าดีเด่นของจังหวัดที่ นตผ. จังหวัดคัดสรรขึ้น พบว่า ในเบื้องต้น สินค้าทุกรายการที่ถูกคัดสรรมีคุณสมบัติครบถ้วน สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดไว้ทุกประการ ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งในหน่วยงาน นตผ. จังหวัด วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต และประชาชนในจังหวัด ให้การยอมรับว่า สินค้าทุกรายการมีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งในด้าน ความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน ชุมชนมีฝีมือและความสามารถในการผลิต วัตถุดิบจัดหาได้ภายในจังหวัด และทุกรายการทำรายได้ให้สู่ชุมชน (มากน้อยแตกต่างกัน) ในเบื้องต้นสินค้าทุกรายการถูกคัดสรรมาจากสินค้าที่มีชื่อเสียงของตำบลนั้น ๆ อยู่แล้ว จึงได้รับการยอมรับจากตลาดอันดับหนึ่ง ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีความคิดเห็นตรงกันว่า หากจะต้องพัฒนาให้เป็นสินค้าที่เลี้ยงชุมชนได้อย่างยั่งยืนแล้ว สินค้าแทบทุกรายการยังต้องการการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขปัญหาทั้งเรื่องคุณภาพ ความโดดเด่นของสินค้า การหาแหล่งวัตถุดิบ และการขาดแคลนแรงงานฝีมือการผลิต

5.1.2 ศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

5.1.2.1 การยอมรับของตลาด

แม้ในเบื้องต้นสินค้าจะถูกคัดสรรมาจากสินค้าที่ได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงของแต่ละตำบลมาแล้ว แต่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรไว้ ยังต้องปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะถ้าต้องนำเสนอขายในตลาดต่างประเทศ ยังต้องปรับปรุงในเรื่องมาตรฐานสินค้า และความสวยงามของหีบห่อ และต้องอาศัยการทำตลาดเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาดกว้างมากมากขึ้น และสามารถแข่งขันได้ในตลาดสากล จึงอาจกล่าวได้ว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ. เวลานี้ ได้รับการยอมรับในระดับท้องถิ่นอย่างดี แต่ยังต้องปรับปรุงและให้เวลาอีกสักระยะหนึ่ง จึงจะได้รับการยอมรับในระดับสากล

5.1.2.2 ศักยภาพการแข่งขัน

เมื่อตรวจสอบศักยภาพด้านการแข่งขันของสินค้าที่ถูกคัดสรรจาก นตผ. จังหวัด พบว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 7 จังหวัด ประสบปัญหาคล้าย ๆ กัน กล่าวคือ

1) **สินค้าขาดความโดดเด่น ไม่มีลักษณะเฉพาะ ของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เนื่องจากวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนของทุกจังหวัดใกล้เคียงกัน** สินค้าและวัตถุดิบมีลักษณะเหมือน ๆ กัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นถ่ายทอด สืบสานถึงกัน ทุกจังหวัดจึงจำเป็นต้องจัดหาเอกลักษณ์ของสินค้าของจังหวัดให้ได้ จึงจะทำให้สินค้าได้รับการยอมรับจากตลาดทั้งในและนอกจังหวัดมากขึ้น และต้องทำให้สินค้าแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

2) **หีบห่อไม่ดึงดูดใจ** ผลการศึกษา พบว่า สินค้าหลายรายการมีหีบห่อที่เหมาะสม สามารถรักษาคุณภาพสินค้าไว้ได้ แต่หีบห่อของสินค้าหลายรายการยังไม่ดึงดูดใจให้อยากซื้อสินค้า และไม่สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ ทั้งนี้ สืบเนื่องจาก วิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนน้อย ขาดประสบการณ์และไม่เห็นความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยหีบห่อ ขาดการสนับสนุนเทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อ และผู้ผลิตมุ่งเน้นผลิตตัวสินค้ามากกว่าพิจารณาองค์ประกอบอื่น ในการแก้ไขปรับปรุงจึงต้องการการสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและที่ปรึกษาเฉพาะทางควบคู่กันไปกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้แก่วิสาหกิจชุมชน

3) **คุณภาพสินค้าและความสามารถในการผลิตอย่างต่อเนื่อง** แม้ผลวิจัยจะปรากฏว่าสินค้าทุกรายการมีคุณภาพเหมาะสมระดับหนึ่ง แต่ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงาน นตผ. จังหวัด วิสาหกิจชุมชน เริ่มตระหนักว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำลังเผชิญกับปัญหาความสามารถในการผลิต ในอนาคตที่อาจไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เนื่องจาก ขาดแคลนแรงงานฝีมือและไม่ได้รับการสานต่อจากคนรุ่นใหม่ของชุมชน สินค้าหลายรายการประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องจัดหาแหล่งวัตถุดิบจากต่างถิ่น ทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น และผลิตไม่ทันความต้องการของตลาด เป็นบางครั้ง โดยเฉพาะในช่วงการจัดงานนิทรรศการระดับจังหวัด และระดับประเทศ จากเงื่อนไขต่าง ๆ จึงจำเป็นที่ จังหวัดจะต้องระดมความคิดเห็นและหามาตรการให้ความช่วยเหลือ กำหนดเป็นนโยบายระดับจังหวัดว่าจะ

พัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างไรบ้าง จึงจะสามารถทำให้สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เลี้ยงชุมชน และทำรายได้สู่ชุมชนได้มากขึ้น ทั้งนี้ เพราะลำพังวิสาหกิจชุมชน หน่วยเดียว มีกำลังเงินไม่เพียงพอ การขยายกลุ่มผู้ผลิตกระทำได้ยาก หากผู้นำชุมชนไม่มีภาวะผู้นำ และจังหวัดควรพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ธุรกิจ SME ของจังหวัดให้ได้ จึงจะสามารถผลิตได้ทันความต้องการของตลาดที่ขยายตัว

4) **การยอมรับและความหลากหลายของสินค้า** ผลวิจัย พบว่า แม้สินค้าโดยรวมจะได้รับการยอมรับจากตลาด แต่สินค้าในแทบทุกจังหวัด ประสบปัญหาเรื่องความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกไม่มากนัก สินค้าบางรายการประสบปัญหาการหาซื้อได้ยาก (มีขายเฉพาะแหล่งผลิตและตามงานแสดงสินค้าบางโอกาส) การยอมรับเป็นขั้นตอนแรกของผู้บริโภคก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและนำไปสู่ความซื่อสัตย์ต่อยี่ห้อสินค้า (Kotler 2003, P. 375) ดังนั้น เพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขัน จำเป็นที่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต้องสร้างสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาด มีโอกาสได้ทดลองใช้ เมื่อชื่นชอบก็จะซื้อเป็นประจำในที่สุด การกระจายสินค้าทั่วถึง ให้หาซื้อง่าย จะช่วยเพิ่มจำนวนความถี่ในการซื้อและเพิ่มโอกาสทดลองบริโภคได้เป็นอย่างดี และทำได้ไม่ยาก ดังนั้น การเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้าในโอกาสต่าง ๆ ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะทำให้สินค้าได้รับการยอมรับมากขึ้นได้ไม่ยาก

5) **ข้อบกพร่องและจุดอ่อนของสินค้า** แม้ผลวิจัยจะปรากฏว่าสินค้าไม่มีความบกพร่องในแง่คุณภาพสินค้าต่ำกว่ามาตรฐาน หรือ ราคาขายไม่แน่นอน แต่จากการสัมภาษณ์เจาะลึกก็พบว่า คุณภาพสินค้าโดยรวมเหมาะสมกับราคาที่จำหน่ายเท่านั้น สินค้าหลายรายการยังไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพอย่างเป็นทางการ และราคาที่ขายก็มีความเหมาะสมเฉพาะกับคุณภาพของสินค้าที่ปรากฏ หากมีการปรับปรุงคุณภาพให้สูงขึ้น ได้มาตรฐานสากลมากขึ้น ก็จะสามารถเพิ่มราคาขายได้ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าได้มากขึ้น

5.1.2.3 ความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

นอกจากสินค้าต้องได้รับการยอมรับ มีความโดดเด่น แตกต่างแล้ว ความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้สามารถเลี้ยงชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ผลวิจัย พบว่า ตลอดปี 2546 ที่ผ่านมา วิสาหกิจชุมชนในภาคใต้มีโอกาสทำตลาดให้สินค้าของตน โดยผ่านช่องทางจำหน่ายสินค้าจากงานแสดงสินค้าที่ นตผ. ทั้งส่วนกลางและจังหวัดจัดขึ้น ความสามารถในการทำตลาดจึงขึ้นกับจำนวนกิจกรรมที่ภาครัฐนำเสนอ เงินทุนของวิสาหกิจชุมชนที่จะต้องใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมงาน กำลังคนหรือสมาชิกกลุ่ม ต้องมีจำนวนมากพอที่จะทำหน้าที่การตลาด การผลิตได้ในเวลาเดียวกัน เพราะหากทำการตลาดก็จะขาดกำลังคนในการผลิต ที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชน ใช้วิธีการผลิตในช่วงที่ปลอดจากงานแสดงสินค้า จากการเข้าร่วมสังเกตการณ์จัดงานของวิสาหกิจชุมชนภาคใต้ ทั้งในระดับจังหวัด และระดับประเทศ พบว่า จำนวนสินค้าที่นำเสนอขายมีน้อย (เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอของวิสาหกิจภาคอื่น ๆ) จำนวนร้านน้อยกว่า (มีผู้ผลิตไม่กี่กลุ่ม) และขาดทักษะการนำเสนอ จัดร้านไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูดใจ เรียกร้องความสนใจของผู้บริโภคได้น้อยกว่า การนำเสนอของวิสาหกิจชุมชนภาคอื่น ๆ ผลสังเกตการณ์แม้จะ พบว่า สินค้าที่นำเสนอได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างดี แต่สินค้าหลายรายการปิดเลิกร้านค้าไปก่อนกำหนดวันสิ้นสุดงานแสดงสินค้า เพราะไม่มีสินค้าไว้ขาย คนขายประจำร้านเป็นผู้สูงอายุ ผู้ผลิตหรือหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจริง ๆ ไม่ใช่เด็กสาวหน้าตาดี คอยเสนอขายสินค้าเหมือนการออกร้านจากวิสาหกิจชุมชนจากภาคอื่น ๆ ฯลฯ

เหล่านี้ คือ การประมวลผลความสามารถทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนภาคใต้ที่จังหวัดควรกำหนดและหาวิธีการแก้ไข เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดต่อไป

5.2 อภิปรายผล

ผลวิจัยอาจสรุปปัญหาโดยรวมของศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดภาคใต้ได้ ดังนี้

1) ความแตกต่าง โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของสินค้ายังไม่ชัดเจน สินค้าตอบสนองความต้องการในระดับประโยชน์พื้นฐานของสินค้า ยังไม่มีการเพิ่มเติมมูลค่าเพิ่มให้สินค้า ขาดความ

หลากหลายของสินค้าให้เลือกซื้อสินค้ายังไม่ได้รับรองมาตรฐานและหีบห่อยังไม่ดึงดูดใจผู้ซื้อ ทำให้สินค้ายังต้องการการพัฒนาดูแลเอาใจใส่อีกมาก จึงจะสามารถแข่งขันกับตลาดสากลได้

2) การขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบและแรงงานฝีมือในการผลิต รวมทั้งการขาดเทคโนโลยีการผลิต การสานต่อภูมิปัญญาของคนรุ่นใหม่ เหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคที่ทำให้สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขาดศักยภาพ ในการแข่งขันกับสินค้าอื่น ๆ ในตลาด และทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องทันความต้องการของตลาด

3) วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตขาดความรู้ทักษะการจัดการธุรกิจ ยังคงมุ่งการผลิตตามแบบแผนการผลิตเดิม ๆ และผลิตตามกำลังความสามารถ และใช้เวลาที่เหลือจากงานอาชีพหลักมากกว่าที่จะมุ่งทำรายได้หลักจากสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่มีการวางแผนการผลิต ขาดการกำหนดปริมาณการผลิต และกำหนดเป้าหมายการขาย รวมทั้งขาดการทำตลาดอย่างจริงจัง จะเห็นได้จากสินค้าส่วนใหญ่หาซื้อได้จากแหล่งผลิตและตามงานแสดงสินค้าที่หน่วยราชการจัดขึ้นเท่านั้น แม้ปัจจุบันแรงงานจังหวัดจะดูแลจัดหาสถานที่ขายสินค้าให้โครงการอย่างถาวรตามห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่แล้วก็ตาม แต่การดำเนินการก็เป็นลักษณะของการขอความร่วมมือ ทำให้พื้นที่ขายจำกัด และวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตต้องดูแล จัดการขายกันเอง ขาดความจริงจังในการทำธุรกิจแบบมืออาชีพ

4) นตผ. ระดับจังหวัด ขาดแคลนงบประมาณสนับสนุน จากลักษณะโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า ความสำเร็จของโครงการเกิดจากความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะ นตผ. ระดับจังหวัดและวิสาหกิจชุมชนเป็นสำคัญ จากผลวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชน (ผู้มีปัญหาเรื่องเงินทุนจำกัด) ยังต้องการงบประมาณสนับสนุนจาก นตผ. ระดับจังหวัดอีกมาก โดยเฉพาะในเรื่องการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์ (ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในระดับประเทศน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ เพราะ วิสาหกิจดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง และได้รับงบประมาณสนับสนุนจำนวนหนึ่งจากจังหวัดระหว่าง 3,000 – 5,000 บาท /ชุมชน)

แม้ นตผ. ส่วนกลางจะดำเนินการอย่างจริงจังในการยกระดับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปสู่สากลให้ได้ แต่รัฐบาลก็มีปัญหาเรื่องจัดสรรงบประมาณที่มีจำกัด และผลักดันให้จังหวัดรับผิดชอบดูแลจัดสรรงบรายได้ของจังหวัดสำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่งด้วย (ทุกจังหวัดปรากฏรายได้ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อัตราลดลงของการว่างงานเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของ CEO จังหวัด ในแผนยุทธศาสตร์ประจำปี (2546) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้อง

สามารถเลี้ยงชุมชนได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น การกำหนดเป้าหมายการขาย การวางแผนการทำธุรกิจอย่างจริงจังของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด จะช่วยให้จังหวัดวางแผนหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าได้เต็มที่มากขึ้น เป็นเหตุเป็นผลและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น และสามารถวัดผลสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

5) ประสิทธิภาพในการประสานงานระหว่างหน่วยงาน นตผ. ระดับจังหวัด / ชุมชน แม้จะพบภาพความขยันขันแข็งในการทำงานของทุกหน่วยงาน นตผ. ทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลก็ตาม แต่การเริ่มต้นโครงการทันทีทันใดตามนโยบายกว้าง ๆ ที่ นตผ. ส่วนกลางกำหนดไว้ และการเพิ่มเติมประกาศเป็นระยะ ๆ คือ วิธีการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ทำให้การดำเนินงานในระดับจังหวัดผิดแผกแตกต่างกัน ขึ้นกับความเข้าใจ ความชัดเจนและการตีความของนโยบายที่ได้รับ ประกอบกับ เดิมแต่ละหน่วยงานต่างก็มีภาระหน้าที่เจาะจงของตัวเอง ดังนั้น การดำเนินโครงการของ นตผ. ระดับจังหวัดจึงต้องแปลก แยกออกไปตามหน้าที่งานของหน่วยงานเป็นสำคัญ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ดูแลการหาตลาด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สนับสนุนเทคโนโลยีการผลิต งานพัฒนาชุมชน ดูแลให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ปรึกษา ประสานงานกับวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัดสนับสนุนวิชาการการเกษตร เป็นต้น แม้จะมีการประชุมกันทุกระยะ แต่ความเข้าใจเบื้องต้นในวิธีการทำงาน การมองปัญหาแปลกแตกแยกจากกัน เป็นอิสระ และหลายครั้งมีการทับซ้อนงานกันอยู่ ต่างคนต่างทำ ต่างเวลากัน เหล่านี้ทำให้การทำงานยังขาดการบูรณาการ (Integrated) เข้าด้วยกัน เพื่อไปยังเป้าหมายเดียวกัน

จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า แม้สินค้าทุกรายการเป็นที่ยอมรับจากตลาดในพื้นที่ มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ด้วยคุณสมบัติเด่น เรื่องสินค้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ประชาชนในชุมชนมีความสามารถในการผลิต และที่ผ่านมาสินค้าเหล่านี้สามารถสร้างรายได้ ให้แก่ชุมชนในระดับหนึ่ง แต่เนื่องจากการผลิตสินค้าส่วนใหญ่ เป็นอาชีพเสริมของคนภาคใต้ ดังนั้น การผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงมีศักยภาพที่แอบแฝงอยู่ สามารถเพิ่มกำลัง และความสามารถในการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ให้แก่ ชุมชนได้อีก (ถ้าทำให้เป็นอาชีพหลักของกลุ่มคนว่างงานแอบแฝงของคนในชุมชน) และไปสู่การสร้างอาชีพต่อเนื่อง เช่น อาชีพประมง เพาะปลูก ผลิตวัตถุดิบ การผลิตอุปกรณ์เครื่องมือ การออกแบบ และการว่าจ้างแรงงาน และอาชีพต่อยอด เช่น ธุรกิจโรงแรมท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ตลาดของขวัญ รางวัล สินค้าเครื่องใช้ในชีวิตประวัน จึงอาจสรุปได้ว่า

การพัฒนาสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงมีศักยภาพอีกมากที่จะสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองได้เป็นอย่างดี สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงควรที่จะได้รับการสนับสนุน กระตุ้น ส่งเสริมอย่างจริงจัง และกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนจากหน่วยงานของรัฐระดับจังหวัด

จากการสำรวจเอกสารและสังเกตการณ์ตลอดปีที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า รัฐบาลส่วนกลางได้มีนโยบายจริงจัง และดำเนินกิจการสนับสนุนส่งเสริมสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและหลากหลาย ทั้งในด้านการจัดงานแสดงสินค้าของหน่วยงานต่าง ๆ การขอความร่วมมือภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้การสนับสนุนจำหน่ายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ขอความร่วมมือธนาคารเอกชน เพื่อการขยายสินเชื่อของธนาคารให้วิสาหกิจชุมชนได้มีแหล่งเงินทุนเพิ่มขึ้น การรวบรวมข้อมูลเพื่อเผยแพร่และขายสินค้าผ่าน www. thaitambon.com การจัดประชุมนานาชาติและเปิดโอกาสให้สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้นำเสนอขายแก่ผู้แทนประเทศต่าง ๆ ที่เข้าร่วมประชุม และการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า ฯลฯ ทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มียอดจำหน่ายรวมเพิ่มสูงขึ้นจากเดิมเป็นลำดับ และสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการยอมรับจากตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น และพบว่า หากยังดำเนินกิจกรรมอย่างจริงจังต่อเนื่อง เช่นที่ผ่านมาตลอดทั้งปีต่อ ๆ ไป ก็จะช่วยให้สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาและยอมรับมากขึ้นในตลาดโลกขณะเดียวกันก็ช่วยผลักดันให้เกิดกระบวนการเรียนรู้แก่วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี

และเพื่อให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีการปฏิบัติการประสานงานที่สอดคล้อง ฉับไว ต่อเนื่อง และขยายผลจาก นตผ. ส่วนกลาง ดังนั้นนโยบายของ กอ. นตผ. ระดับจังหวัดจึงมีนัยสำคัญ ถือเป็นเครื่องมือหลักในกระบวนทัศน์การขับเคลื่อนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการทำงานของทุกหน่วยงานในปัจจุบันเป็นเพียงการตอบรับนโยบายจากส่วนกลาง หากแต่ยังไม่ได้ดำเนินการในเชิงรุก เฉกเช่นบทบาทในส่วนกลาง จากการสัมภาษณ์หลายหน่วยงานระดับจังหวัด คิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่ใช่งานประจำของหน่วยงาน งานส่วนใหญ่ที่ปรากฏเป็นเพียงความพยายามในการกระจายสินค้า โดยใช้การจัดการแสดงสินค้าเป็นหลัก ตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และฝึกอบรมให้ความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน แต่ยังขาดการบริหารของทุกหน่วยงานให้มุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน คือความยั่งยืนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยที่พบว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเบื้องต้นที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาแต่ดั้งเดิม สามารถทำรายได้ให้กับชุมชนระดับหนึ่ง (การผลิตสินค้าในโครงการเกือบทั้งหมดจะมีลักษณะเป็นอาชีพเสริม หากสนับสนุนให้เป็นอาชีพหลัก ก็จะเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น) และลดการว่างงาน อพยพย้ายถิ่นได้ ดังนั้น จึงมีศักยภาพเบื้องต้นของคุณสมบัติสินค้าที่จะเป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด หากแต่ผลการวิจัยพบว่า สินค้ายังตอบสนองความต้องการของตลาดเพียงเฉพาะคุณสมบัติพื้นฐานของสินค้าเท่านั้น ยังขาดการออกแบบคิดค้นเพิ่มมูลค่า เพิ่มประโยชน์ใช้สอย และยังไม่สามารถนำเสนอสินค้าได้หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภค อีกทั้งความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตเองยังดำเนินการในระดับท้องถิ่น ต่างคนต่างทำ และทำตามศักยภาพกำลังเงินและกำลังคนของแต่ละวิสาหกิจชุมชน ยังขาดการสนับสนุนอย่างจริงจัง และขาดทิศทางการสนับสนุนที่ชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะการสร้างศักยภาพสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวม ดังนี้

5.3.1 นโยบายและทิศทางการพัฒนาสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ นตผ. ระดับจังหวัด

จากบทสรุปปัญหาที่สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังเผชิญอยู่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.3.1.1 การกำหนดแผนธุรกิจของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด และผลักดันให้มีหน่วยงานหลักขึ้นมาดูแลสินค้าแต่ละประเภทของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนมีที่ปรึกษาที่ชัดเจน สามารถให้คำแนะนำสอดคล้องกับนโยบายและทิศทางการพัฒนาของจังหวัด และมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงานมากขึ้น และวิสาหกิจชุมชน มีความมั่นใจมากขึ้นในการประกอบอาชีพ ว่าจะได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ

5.3.1.2 อนุกรรมการ นตผ. ระดับจังหวัด ควรปรับปรุงพัฒนากระบวนการประสานงานระหว่างหน่วยงานให้เป็นบูรณาการมากขึ้น ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ และขึ้นตรงกับหน่วยงานของกระทรวงตนเท่านั้น หากแต่ต้องบรรลุเป้าหมายร่วมกันของจังหวัดที่ดำเนินการด้วย

5.3.1.3 สร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด การประชาสัมพันธ์ให้คนไทยสนับสนุนสินค้าจากท้องถิ่น และจัดฝึกอบรมทักษะการออกแบบสินค้า ทักษะการผลิต การจัดการตลาดสมัยใหม่ การใช้เทคโนโลยี การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ และการสร้างคนรุ่นใหม่ เพื่อให้มีค่านิยมที่จะอนุรักษ์งานภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการจัดโซนนิ่ง ฟื้นฟูแหล่งวัตถุดิบ และผลักดันกระตุ้นให้ผู้ผลิต ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานสากล ฯลฯ เหล่านี้ จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชน เกิดการเรียนรู้ในกระบวนการจัดการตลาดมากขึ้น และเข้าใจแนวคิดในการจัดการเชิงธุรกิจมากขึ้น

ดังนั้น นตผ. จังหวัด ควรจะดำเนินการ สนับสนุนช่วยเหลือให้วิสาหกิจชุมชนสามารถกระจายสินค้าได้หลายช่องทางในเวลาเดียวกัน การอบรมให้ความรู้เรื่องเทคนิคการกระจายสินค้าแก่วิสาหกิจชุมชนจะช่วยแก้ปัญหากำลังคนของวิสาหกิจที่มีจำกัดได้ การสร้างเครือข่ายทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าให้วิสาหกิจชุมชน การกำหนดมาตรการการร่วมมือรับสินค้าในโครงการเข้าไปจำหน่ายในสัดส่วนที่มากขึ้น การรับฝากสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถใช้เป็นมาตรการคืนกำไรสู่ชุมชนของห้างสมัยใหม่ได้ และลดปัญหาที่วิสาหกิจชุมชนต้องจัดการตลาดเอง (ซึ่งไม่มีทักษะ ประสบการณ์เพียงพอ ดังที่ปฏิบัติอยู่ในขณะนี้)

5.3.1.4 ผลักดันส่งเสริมให้เกิดงานวิจัยเพื่อรองรับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด ทั้งด้านการผลิต เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการธุรกิจชุมชน

5.3.1.5 เพิ่มบทบาทเป็นผู้ให้ข้อมูลแก่วิสาหกิจชุมชนทั้งดิน ข้อมูลตลาด ข้อมูลการแข่งขัน การพัฒนาสินค้า และเป็นผู้ให้คำปรึกษา ชี้แนะ ช่วยแก้ปัญหาให้แก่วิสาหกิจในเชิงรุก ไม่ใช่รอให้วิสาหกิจเข้ามาปรึกษาเอง

5.3.1.6 ต้องมีการติดตามผล การกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้งานดำเนินต่อไปได้ ดังนั้น ทุกหน่วยงานของ นตผ. ระดับจังหวัดที่ดำเนินกิจกรรมใด ๆ ในพื้นที่ จำเป็นต้องมีการติดตามผล เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

5.3.1.7 ผู้ดูแลรับผิดชอบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของทุกหน่วยงานควรได้รับการอบรมความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ สามารถให้คำแนะนำ / ฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจในจังหวัด ผลักดันแนวคิดใหม่ ๆ แก่ผู้ประกอบการ เชิงรุกมากกว่าตั้งรับรอให้ผู้ประกอบการเข้ามาขอคำปรึกษา ทั้งนี้ผู้ประกอบการวิสาหกิจส่วนใหญ่ยังไม่กล้าเข้าพบหน่วยงาน

5.3.1.8 เพิ่มบทบาทนักธุรกิจ นักธุรกิจเป็นอีกผู้หนึ่งที่ นตผ. ระดับจังหวัดควรขอความร่วมมือ เพราะนักธุรกิจของแต่ละจังหวัดเป็นผู้มีแนวคิด ความสามารถด้านการตลาด

และมีมุมมองเชิงธุรกิจที่สามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่วิสาหกิจชุมชนได้อย่างดีและสามารถเป็นเครือข่าย กระจายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ โดยได้รับประโยชน์ร่วมกันระหว่างภาคเอกชนและวิสาหกิจชุมชน

5.3.2 บทบาทของวิสาหกิจชุมชน

5.3.2.1 ส่งเสริมแนวคิดการจัดการธุรกิจชุมชน เนื่องจากปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่ผลิตสินค้าในรูปแบบอาชีพเสริม ทำเฉพาะเวลาว่าง สมาชิกกลุ่มดำเนินการในรูปของรับจ้างกลุ่มแล้วนำมาให้กลุ่มดำเนินการทางการตลาดให้ ดังนั้น การทำงานโดยรวมของวิสาหกิจชุมชน จึงยังขาดแนวคิดในการจัดการเชิงธุรกิจ ขาดการทำงานแบบคิดถึงองค์รวมและไม่ต่อเนื่อง สมาชิกกลุ่มทุกคนควรมีโอกาสได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้และฝึกทักษะเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจให้ครบทุกด้าน ทั้งการผลิต การจัดการการขาย และการจัดการการเงิน บัญชี จึงจะทำให้กลุ่มสามารถปฏิบัติการ ควบคุมการปฏิบัติการและบริหารจัดการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.2 กระตุ้นชักชวนคนรุ่นใหม่ให้เป็นสมาชิกกลุ่มเพื่อสืบสานภูมิปัญญา คนในครอบครัวมีส่วนอย่างมากในการกระตุ้นชักจูงให้คนรุ่นใหม่สนใจภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีค่านิยมที่จะอนุรักษ์เอกลักษณ์ของท้องถิ่น อย่างไรก็ดี หากการผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน และสามารถประกอบเป็นอาชีพหลักได้แล้ว สมาชิกในครอบครัวที่เป็นคนรุ่นใหม่ ก็จะมีค่านิยมที่ดีขึ้นในที่สุด ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ต้องช่วยกันของทั้งวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานของรัฐที่จะช่วยกันสร้างค่านิยมทางบวกให้แก่คนรุ่นใหม่ในชุมชน

5.3.2.3 มุ่งเน้นการผลิต ปรับปรุงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ มีมาตรฐานสากล โดยการสร้างความแตกต่างให้สินค้า รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ในสินค้า ขณะเดียวกันต้องรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน สร้างความหลากหลายให้สินค้าเป็นทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค และออกแบบสินค้า หีบห่อของสินค้าให้ดึงดูดใจมากขึ้น การเพิ่มทักษะการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยในการผลิต เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดต้นทุนและสามารถผลิตได้ทันความต้องการของตลาดและเกิดความต่อเนื่อง เป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถแข่งขันได้ในตลาด

5.3.2.4 การสร้างความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะของสินค้าประจำจังหวัด สินค้าทุกรายการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ต้องมุ่งเน้นสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความเด่น แปลก ลวดลายแตกต่าง และมีคุณค่าในตัวเอง ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น เพิ่มคุณค่า

เพิ่มประโยชน์ใช้สอย เพิ่มวิธีการใช้ เพิ่มโอกาสในการใช้ รวมถึงการออกแบบสินค้าให้ทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอ ความคงทนของสินค้า หีบห่อที่ดึงดูดใจ ชวนให้ซื้อ ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อสร้างคุณค่าของสินค้าในสายตาผู้ซื้อ (Kotler 2003, : 317) Miland Lele (อ้างถึงใน Kotler 2003) เสนอแนวทางการสร้างศักยภาพสินค้า โดยสร้างความแตกต่างว่าสามารถทำได้ง่าย ๆ โดยการนำเสนอสินค้าเดียวกันนี้ในตลาดกลุ่มใหม่ ใช้ช่องทางการขายใหม่ การกำหนดราคาใหม่ และการส่งเสริมการตลาดเป็นครั้งคราว ก็สามารถกระตุ้นความสนใจให้แก่ผู้ซื้อได้ และทำให้สินค้าดูแตกต่างไม่ยากนัก

5.3.2.5 การสร้างและรักษามาตรฐานสินค้า นอกเหนือจากการสร้างความโดดเด่นให้สินค้ามีลักษณะเฉพาะตัว เพื่อให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น มีคุณค่ามากขึ้นแล้ว การรักษาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และได้มาตรฐานเดียวกันในระดับสากลก็จะทำให้ผู้ซื้อไว้วางใจ มั่นใจและเป็นลูกค้าประจำของสินค้าในที่สุด ดังนั้น การที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด จริงจัง ติดตามและสนับสนุนการนำสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐานสินค้าวิสาหกิจชุมชน จะเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และจะเป็นใบรับรองสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับมากขึ้น

5.3.2.6 กล้าที่จะเข้าพบเพื่อหารือหน่วยงาน นตผ. ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอคำปรึกษา และรับทราบข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับโครงการ

5.3.2.7 การพัฒนาความสามารถด้านการจัดการตลาด ความสามารถด้านการตลาดเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่สำคัญสำหรับวิสาหกิจชุมชน ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและนำไปสู่การปรับตัวทางธุรกิจ เพื่อให้สินค้า ผลิตได้ตรงตามต้องการของผู้ซื้อตลอดเวลาได้ ทั้งนี้ เพราะวิสาหกิจชุมชนมีทักษะเฉพาะด้านการผลิต รับจ้างผลิตเท่านั้น

ผู้วิจัยเสนอแนะข้อควรทำของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสร้างความสามารถในการจัดการตลาดดังนี้

1) เข้ารับการฝึกอบรมความรู้ในการจัดการตลาดจากหน่วยงานที่จัดรายการให้ จะทำให้เข้าใจกลไกการทำงานของตลาด และเห็นความสำคัญของการจัดการตลาด และเข้าใจว่ากลุ่ม จะต้องดำเนินกิจกรรมการตลาดอะไรบ้าง เพื่อให้สินค้าขายได้
2) เข้าร่วมนำเสนอขายสินค้าในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จะทำให้เห็นว่าท้องถิ่นอื่นทำกันอย่างไร เหมือน แตกต่างหรือน่าสนใจอย่างไร ? ควรจะผลิต

สินค้าอะไรขายเพิ่มเติมอีกบ้าง เพื่อให้สินค้าที่ผลิตมีความหลากหลายมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของตลาดมากขึ้น

3) กระจายสินค้าอย่างทั่วถึงและหลายช่องทางไปพร้อม ๆ กัน ผลการวิจัยพบว่า มีเพียง 2 ช่องทางที่สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นิยมใช้ในการกระจายสินค้าสู่ตลาด คือ แหล่งผลิต (เมื่อผู้ซื้อมีโอกาสมาและถึงแหล่งผลิต) และตามสถานที่จัดแสดงสินค้า ผลวิจัยยังพบว่า แม้แต่หน่วยงาน นตผ. เอง และประชาชนในจังหวัดจำนวนไม่น้อยที่ไม่เคยซื้อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดตัวเอง จึงเห็นได้ว่า สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังมีปัญหาอยู่มากในเรื่องการกระจายสินค้าที่ยังทำได้ไม่ทั่วถึง ตามแนวคิดตลาดสมัยใหม่ การกระจายสินค้าที่ประสบความสำเร็จ จะมุ่งไปยังการสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ซื้อเป็นสำคัญ เช่น การส่งสินค้าถึงบ้าน การขายตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการขายทางอินเตอร์เน็ต และนำเสนอขายในห้างสรรพสินค้าสมัยใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่จับจ่ายที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคปัจจุบัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวของจังหวัดพัทลุงเป็นตัวอย่างของการกระจายสินค้า ผ่านอินเตอร์เน็ตที่ได้รับความสำเร็จและเติบโตมาจนถึงทุกวันนี้ได้เป็นอย่างดี

4) บันทึก เก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า

5) สร้างมาตรฐานสินค้า เครื่องหมายการการค้า และสร้างตรายี่ห้อของตนเอง ต้องพยายามผลักดันให้สินค้าได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพ

6) มุ่งขยายตลาดออกนอกพื้นที่และสร้างเครือข่ายการขายสินค้าต่างพื้นที่

5.3.3 บทบาทของนักวิชาการ และนักธุรกิจ

ในแต่ละจังหวัด มีสถานศึกษา ทั้งในระดับสาขาวิชาชีพ และระดับการจัดการธุรกิจ จำนวนไม่น้อย นตผ. ระดับจังหวัด ควรจะได้ใช้ศักยภาพของนักวิชาการเหล่านี้ให้ช่วยกันตามกำลังความสามารถในแต่ละระดับของการผลักดันสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการเชิญเป็นวิทยากร เป็นกรรมการที่ปรึกษาเฉพาะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากปัจจุบันที่กำหนดบทบาทไว้ให้นักวิชาการเป็นเพียงผู้ประเมินผลโครงการ อีกทั้งพบว่า การดำเนินการในรูปของคณะกรรมการประจำจังหวัด เป็นเพียงการจัดประชุมนาน ๆ ครั้ง ขาดความต่อเนื่อง ติดตามอย่างจริงจังจากคณะกรรมการ ทั้งนี้เพราะคณะกรรมการไม่ได้มีความรู้

สึกเป็นส่วนหนึ่งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หากแต่เป็นหน้าที่ของกรมพัฒนาชุมชน ระดับจังหวัดที่ต้องดูแลรับผิดชอบโดยตรง

บรรณานุกรม

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล นิทัศน์ คณะวรรณ (2545) การตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ , ซีเอ็ดยูเคชั่น

ณรงค์ เพชรประเสริฐ (บรรณาธิการ) 2541 หนึ่งครัวเรือนสองวิถีการผลิต : ทางออกวิกฤตเศรษฐกิจไทย กรุงเทพมหานคร : เอดิสันเพรส โปรดักส์

ยุพาวดี สมบูรณกุล (2001) พฤติกรรมผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

Besser (1999), Terry L. , 1999 "Community involvement and the preception of success among small business operation in small towns" , Journal of Small Business Management v. 37 no 4.

Boone & Kurtz (2004) contemporary marketing 11 th edition ,Thomson South – Western.

Philip Kotler (2003) Marketing Management 11 th edition , International Edition , Prentice Hall.

บัวรัตน์ ศรีนิล และคณะ (2541) ประมวลสถานภาพ วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ "การวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับผ้าทอพื้นบ้านไทยให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขัน" รายงานวิจัย.

ปรียดา สงสุรินทร์ (2544) พฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรม จ. สงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีผ้าทอเกาะยอและหัตถกรรมจักสานจากเชือกกล้วย. ภาคนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาคค่ำ) , คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

กรมพัฒนาชุมชน (2544) กระบวนการพัฒนา "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" อนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ (ธ.ค. 2544) คู่มือหลักเกณฑ์มาตรฐานและหลักเกณฑ์คัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ "กลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน"

กรมการพัฒนาชุมชน. คู่มือการดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2546.

กรมการพัฒนาชุมชน (2544). โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 17-18 สิงหาคม 2544 โรงแรมภูเก็ตการ์เด้นท์ ภูเก็ต.

"คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย". จัดทำโดยกองอำนวยการโครงการ OTOP Product Champion.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) และคำสั่งกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ รวบรวมจัดพิมพ์โดยคณะทำงานโครงการ OTOP product champion , พฤษภาคม 2546.

ศูนย์พัฒนาธุรกิจชุมชน (2543). ร่างสมุดปกขาววิสัยทัศน์ SMEs ไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ : แนวทางการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุชาดา อรุณรัถถาวร "รายงานความคืบหน้าการผลักดันสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" โพสต์ทูเดย์ , 17 มีนาคม 2547.

หอการค้าไทย (2544). ปัญหาและมาตรการสำหรับภาคการค้าและภาคเอกชน, เอกสารประกอบการสัมมนาระดับชาติ "ยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs" 8-9 มิถุนายน 2544 ศูนย์ประชุมสิริกิติ์. กรุงเทพมหานคร.

..... (2544). ข้อเสนอมาตรการ 5 ด้าน เพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เอกสารประกอบการสัมมนาระดับชาติ "ยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs" 8-9 มิถุนายน 2544.

www.thaitambon.com : 2546

www. OTOPWEB.COM : 2546

www.moi.go.th : 2546

www.tisi.go.th : 2546

www.phuket.com : 2546

www.trang.com : 2546

www.satun.com : 2546

www.songkhla.com : 2546

www.nakornsri.com : 2546

www.patalung.com : 2546

www.pattanee.com : 2546

ภาคผนวก

1) ตัวอย่างแบบสอบถาม

2) รายละเอียดสินค้าที่เลือกศึกษา

แบบสอบถาม

เรื่อง ศักยภาพของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Q/N No. ☐☐☐ (3)

จังหวัด ☐ สงขลา ☐ สตูล ☐ ปัตตานี ☑ พัทลุง ☐ (4)
☐ ภูเก็ต ☐ ตรัง ☐ นครศรีธรรมราช

ตำแหน่งงาน ☐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องระบุ..... ☐ (5)
☐ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้า.....
☐ ประชาชนทั่วไป

ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ระบุสินค้าที่ท่านเคยซื้อ..... ☐ (6)

สถานที่ซื้อ.....

ความคิดเห็นทั่วไป.....

ลักษณะของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

ระบุชื่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดที่ท่านรู้จัก 5 ชื่อ

1..... ตำบล..... ☐ (7)

2..... ตำบล..... ☐ (8)

3..... ตำบล..... ☐ (9)

4..... ตำบล..... ☐ (10)

5..... ตำบล..... ☐ (11)

ท่านคิดว่าสินค้าต่อไปนี้มีความเหมาะสมเป็นสินค้าหลักในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพัทลุงหรือไม่ เพราะเหตุใด

รายการ	รู้จัก	ความเหมาะสม		เหตุผล	
		เหมาะสม	ไม่เหมาะสม		
1.แกะสลักรูปหนังตะลุง ตำบล.....					☐ (12)
2.ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ตำบล.....					☐ (13)
3.ผลิตภัณฑ์จากกระจูด ตำบล.....					☐ (14)
4.นมโค(สหกรณ์โคนม) ตำบล.....					☐ (15)
5.ผ้าทอทอนชมพู่ ตำบล.....					☐ (16)

โปรดตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้า 5 รายการหลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดของท่าน

ชื่อสินค้าหลัก	1 แกะสลักรูปหนังตะลุง	2 ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	3 ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	4 นมโค (สหกรณ์โคนม)	5 ผ้าทอทอนชมพู่
1.เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ดั้งเดิม					
2.สามารถหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้					
3.สอดคล้องกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน					
4.คนในชุมชนมีฝีมือ/ความสามารถในการผลิต					
5.สามารถทำรายได้ให้ชุมชน					
6.ระบุจังหวัดที่ท่านคิดว่ามีการผลิตสินค้านี้					
7.ลักษณะเด่นของสินค้าคือ	-				
8.เป็นสินค้าที่เกิดจากการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของประชาชน/พัฒนากร/ผู้ผลิต					
9.จำนวนผู้ผลิตในชุมชน					
10.ลูกค้าหลักคือใคร(ในชุมชน/ในจังหวัด/ต่างประเทศ)					
11.หน่วยงานที่สนับสนุนหลักคือ					
12.คู่แข่งสำคัญของสินค้าได้แก่					

17	29	41	53	65
18	36	42	54	66
19	31	43	55	67
20	32	44	56	68
21	33	45	57	69
22	34	46	58	70
23	35	47	59	71
24	36	48	60	72
25	37	49	61	73
26	38	50	62	74
27	39	51	63	75
28	40	52	64	76

ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าหลัก 5 รายการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพัทลุง

(โปรดทำเครื่องหมาย✓ในช่องสินค้าให้ตรงกับลักษณะของหัวข้อที่ท่านเห็นด้วย แล้วทำเครื่องหมาย✕ในหัวข้อที่ไม่เห็นด้วย)

หัวข้อเรื่อง	1 แกะสลักรูปหนังตะลุง	2 ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	3 ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	4 นมโค	5 ผ้าทอทอนชมพู่
ลักษณะของสินค้า					
-เป็นเอกลักษณ์ของตำบล/จังหวัด					
-มีความแปลกแตกต่างจากสินค้าของจังหวัดอื่น					
-วัตถุดิบมาจากหลายแหล่ง					
-ลักษณะหีบห่อมีความเหมาะสม					
-ลักษณะหีบของห่อสินค้ามีความสวยงาม					
-ลักษณะหีบห่อสินค้ามีความสะดวกแก่การใช้					
-ลักษณะหีบห่อของสินค้าง่ายในการขนส่ง					
-ลักษณะหีบห่อสินค้าช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
-สินค้ามีหลากหลายให้เลือก					
-เป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย					
-เป็นสินค้าที่มียอดขายสูง/นำรายได้เข้าจังหวัด/ชุมชน					

77 97 117 137 157

78 98 118 138 158

79 99 119 139 159

80 100 120 140 160

81 101 121 141 161

82 102 122 142 162

83 103 123 143 163

84 104 124 144 164

85 105 125 145 165

86 106 126 146 166

87 107 127 147 167

หัวข้อเรื่อง	1 และสลักรูปหนังตะลุง	2 ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว	3 ผลิตภัณฑ์จากกระจูด	4 นมโค	5 ผ้าทอทอนหมู่
-เป็นสินค้าที่ช่วยให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น					
-เป็นสินค้าที่ช่วยให้เกิดการจ้างงานในชุมชน					
-ราคาขายไม่แน่นอน					
-คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ					
-ผลิตโดยใช้แรงงานคนเป็นหลัก					
-ขาดเทคโนโลยีในการผลิต					
-สินค้ามักขาดตลาด/ผลิตไม่ทันขาย					
-สินค้ามีคุณภาพต่ำ					
-คนทั่วไปยอมรับหรือเห็นด้วยที่จะให้เป็นสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด					

☐	☐	☐	☐	☐	88 108 128 148 168
☐	☐	☐	☐	☐	89 109 129 149 169
☐	☐	☐	☐	☐	90 110 130 150 170
☐	☐	☐	☐	☐	91 111 131 151 171
☐	☐	☐	☐	☐	92 112 132 152 172
☐	☐	☐	☐	☐	93 113 133 153 173
☐	☐	☐	☐	☐	94 114 134 154 174
☐	☐	☐	☐	☐	95 115 135 155 175
☐	☐	☐	☐	☐	96 116 136 156 176

ท่านคิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงสินค้า 5 รายการหลักในเรื่องใดบ้าง

สินค้าหลัก .....แกะสลักรูปหนังตะลุง.....
รูปแบบสินค้า.....
คุณภาพสินค้า.....
ประโยชน์ของสินค้า.....
ราคาจำหน่าย.....
ช่องทางจัดจำหน่าย.....
การกระจายสินค้า.....
การโฆษณาส่งเสริมการขาย.....
อื่นๆ.....

หน่วยงานทางรัฐควรสนับสนุนสินค้านี้อย่างไร

.....
.....

ท่านคิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงสินค้า 5 รายการหลักในเรื่องใดบ้าง

สินค้าหลัก .....ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว.....
รูปแบบสินค้า.....
คุณภาพสินค้า.....
ประโยชน์ของสินค้า.....
ราคาจำหน่าย.....
ช่องทางจัดจำหน่าย.....
การกระจายสินค้า.....
การโฆษณาส่งเสริมการขาย.....
อื่นๆ.....

หน่วยงานทางรัฐควรสนับสนุนสินค้านี้อย่างไร

.....
.....

ท่านคิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงสินค้า 5 รายการหลักในเรื่องใดบ้าง

สินค้าหลัก .....ผลิตภัณฑ์จากกระจูด.....
รูปแบบสินค้า.....
คุณภาพสินค้า.....
ประโยชน์ของสินค้า.....
ราคาจำหน่าย.....
ช่องทางจัดจำหน่าย.....
การกระจายสินค้า.....
การโฆษณาส่งเสริมการขาย.....
อื่นๆ.....

หน่วยงานทางรัฐควรสนับสนุนสินค้านี้อย่างไร

.....
.....

ท่านคิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงสินค้า 5 รายการหลักในเรื่องใดบ้าง

สินค้าหลัก .....นมโค(สหกรณ์โคนม).....
รูปแบบสินค้า.....
คุณภาพสินค้า.....
ประโยชน์ของสินค้า.....
ราคาจำหน่าย.....
ช่องทางจัดจำหน่าย.....
การกระจายสินค้า.....
การโฆษณาส่งเสริมการขาย.....
อื่นๆ.....

หน่วยงานทางรัฐควรสนับสนุนสินค้านี้อย่างไร

.....
.....

ท่านคิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงสินค้า 5 รายการหลักในเรื่องใดบ้าง

สินค้าหลัก .....ผ้าทอทอนชมพู่.....

รูปแบบสินค้า.....

คุณภาพสินค้า.....

ประโยชน์ของสินค้า.....

ราคาจำหน่าย.....

ช่องทางจัดจำหน่าย.....

การกระจายสินค้า.....

การโฆษณาส่งเสริมการขาย.....

อื่นๆ.....

หน่วยงานทางรัฐควรสนับสนุนสินค้านี้อย่างไร

.....

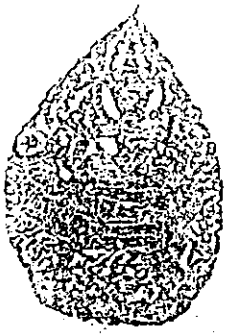
.....

ข้อสังเกตทั่วไปจากพนักงานสัมภาษณ์

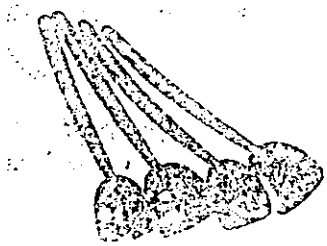
.....

.....

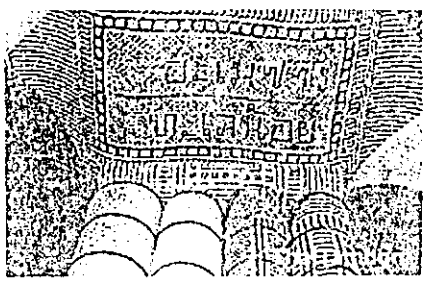
.....



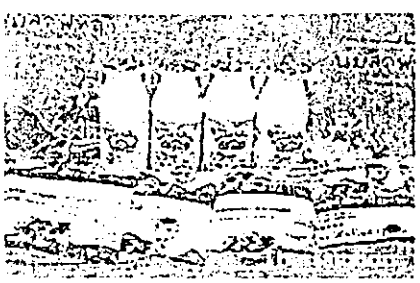
แกะสลักรูปหนังตะลุง
ม.1 บ้านบางแก้ว ต.ท่ามะเดื่อ อ.บางแก้ว



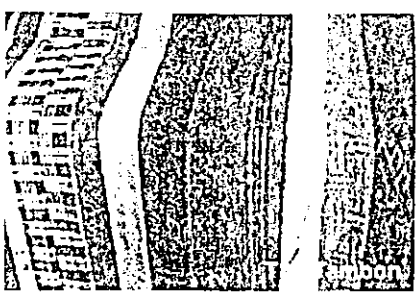
ผลิตภัณฑ์จากกระลามะพร้าว
ต.ลำสินธุ์ กิ่ง อ. ศรีนครินทร์



ผลิตภัณฑ์จากกระจูด
ม.7 บ้านหัวป่าเขียว ต.ทะเลน้อย อ.ควนขนุน



นมโค (สหกรณ์โคนม)
ม.1 บ้านห้วยาง ต.นาท่อม อ.เมืองพัทลุง



ผ้าทอทอนชมพู่
ม.3 บ้านทอนชมพู่ ต.ชุมพล กิ่ง อ. ศรีนครินทร์

ผลิตภัณฑ์ : ผ้าบาติก

ที่ตั้ง : กลุ่มเยาวชนทำผ้าบาติก
หมู่ 5 บ้านท่าฉัตรไชย ต.ไม้ขาว
อ. ถลาง จ. ภูเก็ต

รายละเอียด : เป็นผ้าบาติกที่ทำโดยฝีมือของกลุ่ม มีลวดลายสัญลักษณ์ของภูเก็ต

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ผ้า
2) สี

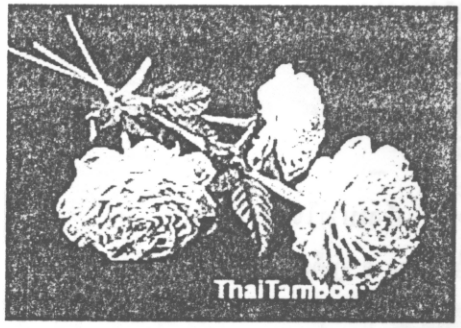
ราคาขายส่ง : ผืนละ 25 – 80 บาท
ราคาขายปลีก : ผืนละ 50 –100 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มเยาวชนทำผ้าบาติก
หมู่ 5 บ้านท่าฉัตรไชย
ต.ไม้ขาว อ. ถลาง จ.ภูเก็ต

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

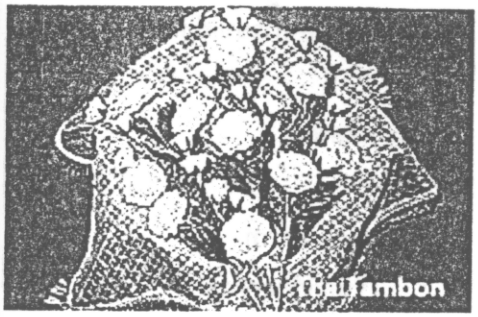
1) กลุ่มบ้านรักษ์บาติก
2) กลุ่มหัตถกรรมจากบาติก
3) กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านไม้ขาว
4) กลุ่มโชคบาติก 23/62 หมู่ 5
บ้านสามกอง ต.รัษฎา อ. เมือง จ. ภูเก็ต
5) กลุ่มแม่บ้านกู้กูรวมใจ9/9 หมู่ 3
ต. รัษฎา อ. เมือง จ. ภูเก็ต
6) กลุ่มทำผ้าบาติกกมลา หมู่2 ต. กมลา
อ. กะทู้ จ.ภูเก็ต

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา

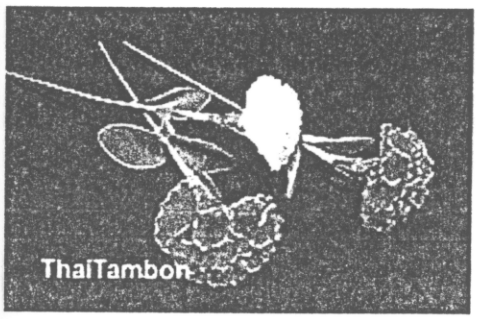
ที่ตั้ง : กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านบ่อแร่สันติสุข
76/2 หมู่ 6 บ้านบ่อแร่ ต.วิชิต
อ. เมือง จ. ภูเก็ต



รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกล็ดปลา ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ต่างๆ เช่น กุหลาบ มะลิ ดอกดาหลา ยิปโซ ฯลฯ มีทั้งแบบเป็นช่อดอกไม้ หรือแยก เป็นดอกจำหน่าย

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) เกล็ดปลา
2) สี
3) กาว
4) กระดาษย่น

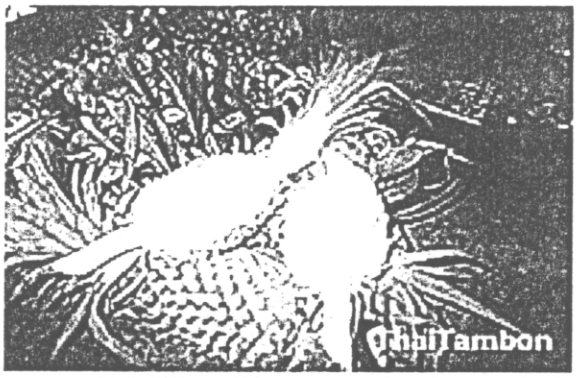
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า



สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านบ่อแร่สันติสุข
76/2 หมู่ 6 บ้านบ่อแร่ ถ. ศักดิเดช
ต.วิชิต อ. เมืองภูเก็ต
จ. ภูเก็ต 83000
ติดต่อ : นางสาวจำปา รู้คุณ
โทร :076- 391681,
076- 200457

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ : กลุ่มดอกไม้เกล็ดปลาเทพกระษัตรี
หมู่ 10 ต.เทพกระษัตรี อ. ถลาง
จ. ภูเก็ต

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : สับปะรดภูเก็ต

ที่ตั้ง : หมู่ 4 บ้านบางโจ ต. ศรีสุนทร
อ. ถลาง จ. ภูเก็ต

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นสับปะรดหวาน กรอบ อร่อย ผลิตส่งออกต่างจังหวัด และในภูเก็ต นำมาเป็นอาหารว่าง หรือเชื่อมก็ได้ จะทำการขายปลีก

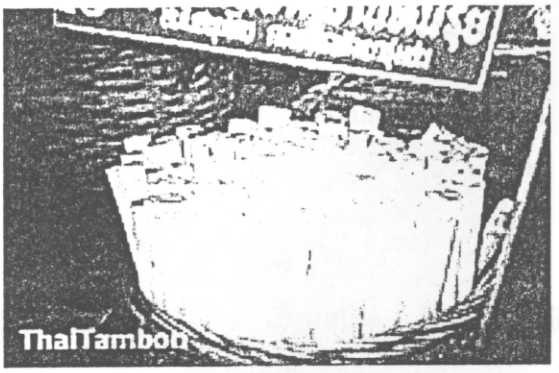
วัตถุดิบที่ใช้ : ปุ๋ยและเมล็ดพันธุ์

ราคาขายส่ง : ลูกละ 3–8 บาท
(ขึ้นอยู่กับฤดูกาล)

ราคาขายปลีก : ลูกละ 3 – 8 บาท
(ขึ้นอยู่กับฤดูกาล)

สถานที่จำหน่าย : ศูนย์สาธิตเพื่อการตลาด
หมู่ 4 ต. ศรีสุนทร อ.ถลาง
จ.ภูเก็ต

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ข้าวหลามหินรุ่ย

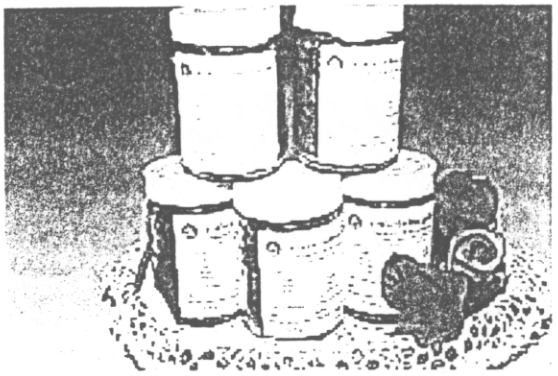
ที่ตั้ง : 351 / 3 บ้านหินรุ่ย หมู่ 1
ต.เทพกระษัตรี อ.ถลาง จ.ภูเก็ต

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ข้าวหลามของบ้านหินรุ่ย มีความอร่อย สด ใหม่ สะอาด ไม่ใส่สารกันบูด

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ข้าวเหนียว
2) กระบอกไม้ไผ่
3) น้ำกะทิ
4) น้ำตาล
5) เกลือ

ราคาขายส่ง : มีหลายราคาตามขนาดบรรจุ
ราคาขายปลีก : มีหลายราคาตามขนาดบรรจุ

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มอาชีพข้าวหลามบ้านหินรุ่ย
หมู่ 1 ต.เทพกระษัตรี อ.ถลาง
จ.ภูเก็ต
ติดต่อ : นายสมชาย วิชิตบุตร
โทร : 076-274263



ผลิตภัณฑ์ : น้ำพริกกุ้งเสียบ

ที่ตั้ง : กลุ่มสตรีตำบลบ้านฉลอง 25/25 ถ. ธนูเทพ หมู่ 8 บ้านโคกทราย ต. ฉลอง อ. เมือง จ. ภูเก็ต

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นน้ำพริกสำเร็จรูป สะอาดอร่อย ไม่ใส่สารกันบูด บรรจุขวดพลาสติกใส ได้รับมาตรฐานจาก อย.

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) กุ้งเสียบ 2) กะปิ
3) พริกขี้หนูสด 4) กระเทียม
5) น้ำตาล 6) มะนาว

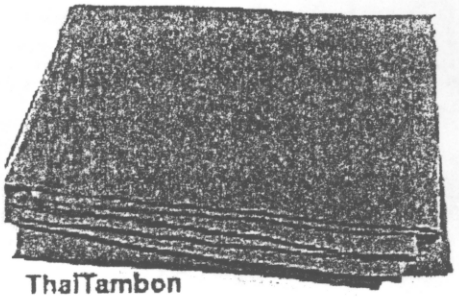
ราคาขายส่ง : หลายราคาตามขนาดบรรจุ
ราคาขายปลีก : หลายราคาตามขนาดบรรจุ

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตรีตำบลฉลอง
45/25 ถ.ธนูเทพ หมู่ 8 ต.ฉลอง
อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
ติดต่อ : นางจิรภา พฤฒิสีบ
โทร : 076- 381187, 282255

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มอาชีพตำบลฉลอง 45/25 หมู่ 8 ต. ฉลอง อ. เมืองภูเก็ต จ. ภูเก็ต
2) กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหาร 359/32 หมู่ 1 ต. เทพกระษัตรี อ.ถลาง จ. ภูเก็ต
3) บจ. สยามเซาเทิร์น ฟู้ดไลน์ 33/1 หมู่ 1 ต.เกาะแก้ว อ. เมือง จ.ภูเก็ต
4) บริษัทแม่จู้จำกัด 159/21 หมู่ 5 ต. เทพกระษัตรี อ.ถลาง จ. ภูเก็ต

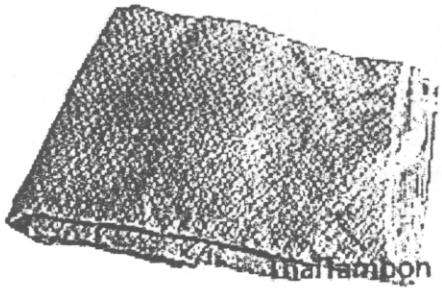
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ผ้าทอนาหมื่นศรี

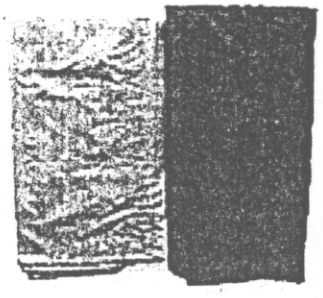
ที่ตั้ง : กลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี
19/1 หมู่ 8 บ้านควนสวรรค์
ต.นาหมื่นศรี อ.นาโยง จ.ตรัง
92170

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผ้าทอมือจากกี่พื้นบ้านที่เรียกว่า "หูก" ประเภทต่าง ๆ เนื้อผ้าดี สวยงาม มีให้เลือกมากมาย เช่น ผ้าพื้น, ผ้าลายยกดอก, ผ้าขาวม้า, ผ้าทอลายกระรอก, ผ้าเช็ดหน้า, ผ้าสะไบ (ลายตามุก, ลายลูกหางแก้ว, รายราชวัตร, ลายแก้วชิงดวง)



วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ไหม
2) ด้าย

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับลายและขนาดของผ้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับลายและขนาดของผ้า



สถานที่จำหน่าย : กลุ่มทอผ้านาหมื่นศรี
19/1 หมู่ 8 บ้านควนสวรรค์
ต.นาหมื่นศรี อ.นาโยง จ.ตรัง
92170
ติดต่อ : นางกุศล นิลละออ
โทร : 075 - 299597, 01- 4764318

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านไสบ่อ
128 หมู่ 2 บ้านไสบ่อ ต.นาวง
อ.ห้วยยอด จ.ตรัง
2) ผ้าทอห้วยนาง
340 หมู่ 2 ต. ห้วยนาง
อ. นาโยง จ. ตรัง

ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : จักสานใบเตยปาหนัน

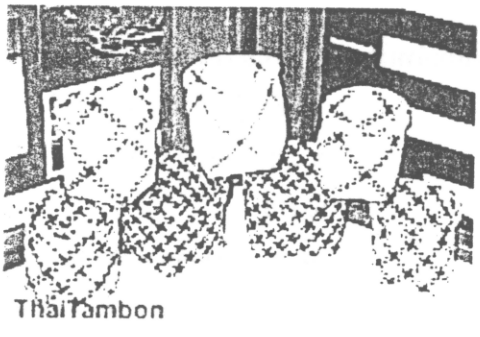
ที่ตั้ง : กลุ่มจักสานใบเตยบ้านโต๊ะบัน
144 หมู่ 8 ต.บ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : จักสานใบเตยเป็นภาชนะต่าง ๆ มีหลายรูปแบบ

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ใบเตยปาหนัน
2) สีย้อมผ้า

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

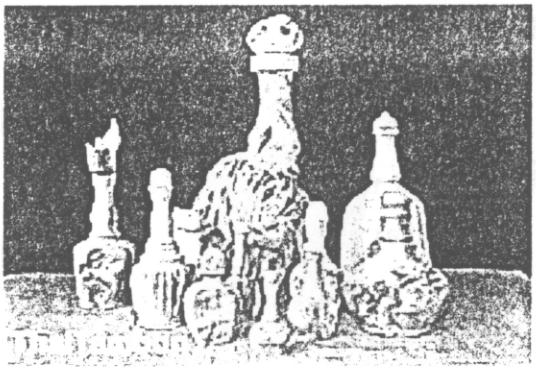
สถานที่จำหน่าย :กลุ่มจักสานใบเตยบ้านโต๊ะบัน
144 หมู่ 8 ต.บ่อหิน อ.สิเกา
จ.ตรัง 92150
ติดต่อ : นายดำ หยีหาสัน
โทร : 01- 3965123



รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มจักสานใบเตย บ้านควนตุ้งกู หมู่ที่ 3
ต.บางสัก อ. กันตัง จ.ตรัง

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : แกะสลักไม้เทพธาโร

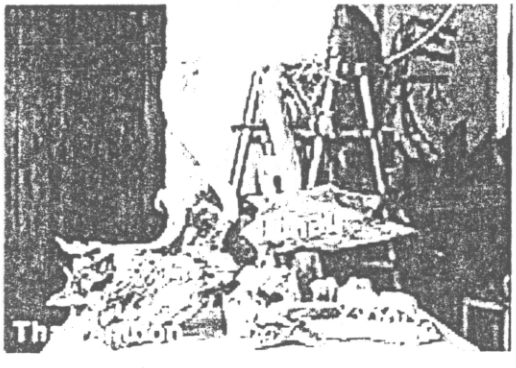
ที่ตั้ง : กลุ่มผลิตภัณฑ์พื้นบ้านแกะสลัก
ไม้เทพธาโร 58 หมู่ที่ 1 บ้านคลอง
ต. หนองปรือ อ.รัษฎา จ. ตรัง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : แกะสลักไม้จากเทพธาโรเป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น ปลาพะยูน, พระพุทธรูป, เจ้าแม่กวนอิม แกะสลักเป็นของที่ระลึก (พวงกุญแจ, ตัวสัตว์, ผลไม้พื้น เมืองต่าง ๆ)

วัตถุดิบที่ใช้ : ตอและรากไม้เทพธาโร

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มผลิตภัณฑ์พื้นบ้านแกะสลักไม้
เทพธาโร
58 หมู่ที่ 1 ต.หนองปรือ
อ.รัษฎา จ.ตรัง 92160
ติดต่อ : นายวิเชษฐ์ ชุมดี
โทร :075-294009

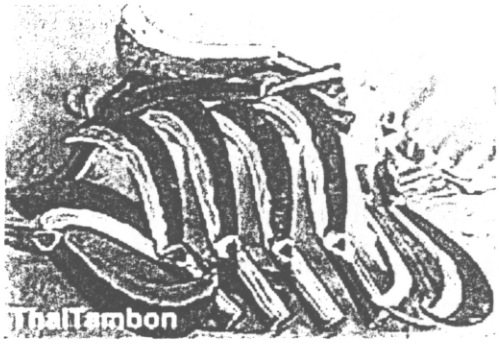


รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มแกะสลักไม้เทพธาโร 78/2 หมู่ที่ 1
บ้านเขากอบ ต.เขากอบ อ.ห้วยยอด จ.ตรัง
2) กลุ่มแกะสลักไม้เทพธาโร 6/1 หมู่ที่ 1
บ้านลำช้าง ต.เขาไพร อ.รัษฎา จ.ตรัง

รางวัลที่เคยได้รับ : รางวัล"หม่อมงามจิตต์
บูรฉัตร ประจำปี พ.ศ.2542

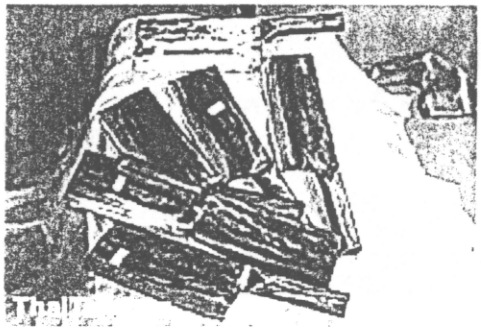
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : มีด /พร้านาป้อ

ที่ตั้ง : หมู่ 3 บ้านนาป้อ ต. ควนปริง
อ.เมือง จ. ตรัง

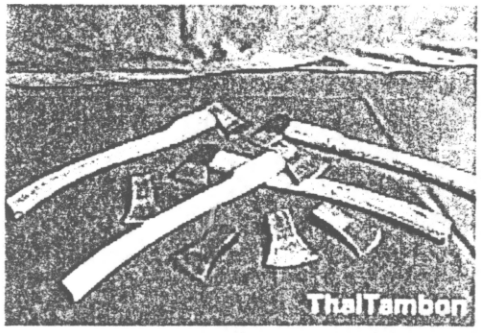
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์จากเหล็กกล้า ตี เป็นเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น มีดพร้า มีดกรีดยาง ดราด จอบ และ เครื่องมือเกษตรต่าง ๆ ใช้เอนกประสงค์ตามความเหมาะสมของลักษณะงานที่ใช้



วัตถุดิบที่ใช้ : เหล็ก ถ่าน น้ำประสานทอง
ทองแดง

ราคาขายส่ง : 80 บาท
ราคาขายปลีก : 100 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มตีเหล็กบ้านนาป้อ
77/2 หมู่ที่ 3 บ้านนาป้อ
ต. ควนปริง อ.เมือง
จ. ตรัง 92000
ติดต่อ : นายประเวช ชิดจันทร์
โทร : 09-8738750



ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : น้ำปลาหยงสตาร์

ที่ตั้ง : กลุ่มแม่บ้านหยงสตาร์
116 หมู่ที่ 7 ต.ท่าข้าม
อ.ปะเหลียน
จ.ตรัง 92120

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ปลาหลังเขียว
2) สับปะรด
3) เกลือแกง

ราคาขายส่ง : 20 บาท / ขวด
ราคาขายปลีก : 25 บาท / ขวด

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มอาชีพทำน้ำปลา
116 หมู่ที่ 7 ต.ท่าข้าม
อ.ปะเหลียน จ.ตรัง
92120
ติดต่อ : นางเรียม สาเหล้
โทร : 075-289339

ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : กาแฟโบราณ

ที่ตั้ง : 122 หมู่ที่ 2 บ้านสะพานเคียน
ต. ควนโดน อ.ควนโดน
จ. สตูล

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นกาแฟที่บดละเอียดแล้ว บรรจุขวดกลมใส มีฝาปิดมิดชิด

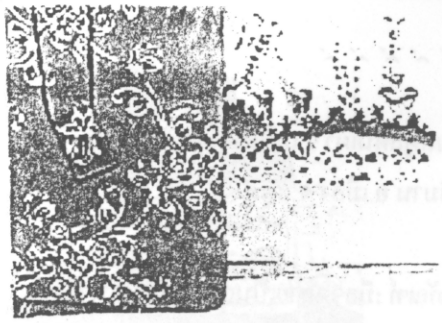
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มผลิตกาแฟโบราณ
122 หมู่ที่ 2
บ้านสะพานเคียน
ต.ควนโดน อ. ควนโดน จ. สตูล อ. ควนโดน จ.สตูล
ติดต่อ : นางกูอัน ดาราหมานเศษ
โทร :074 795202, 09 658-3706

รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) กาแฟพื้นเมือง 74 หมู่ 3 ต. เกตรี
อ.เมือง จ.สตูล
2) กาแฟพื้นเมือง 67 หมู่ 1 ต. บ้านควน
อ. เมือง จ. สตูล

ที่มา : www.thaitambon.com

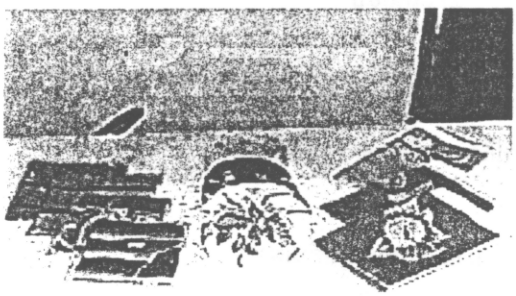


ผลิตภัณฑ์ : ผ้าบาติก

ที่ตั้ง : 181 หมู่ 4 ต.ควนขัน อ.เมือง
จ.สตูล

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ผ้าเช็ดหน้า/ผ้าตัดชุด/ผ้าคลุมผม/ผ้าวิน

วัตถุดิบที่ใช้ : ผ้าป่านมัสลิน



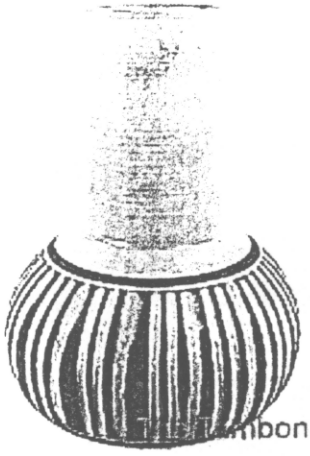
ThaiTambon

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มควนขันบาติก
181 หมู่ 4 ต.ควนขัน
อ.เมือง จ.สตูล
ติดต่อ : นางสาวเพ็ญนภา รักนิยม
โทร.01-6799581

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) เลขที่ 28 หมู่ 1 ต.ละงู อ. ละงู จ.สตูล
2) เลขที่ 90 หมู่ 2 ต. ละงู อ.ละงู จ. สตูล
3) เลขที่ 101 หมู่ 1 ต. ควนโดน อ. ควนโดน
จ. สตูล



ผลิตภัณฑ์ : เครื่องปั้นดินเผา

ที่ตั้ง : กลุ่มสตูลดินเผา 9 ถ.วิเศษมยุรา
ต.พิมาน อ.เมือง จ.สตูล

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เป็นงานฝีมือที่มีทักษะทางศิลปการวาดและการออกแบบ

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ดินเหนียว
2) สีเคลือบ

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตูลดินเผา
9 ถ.วิเศษมยุรา ต. พิมาน
อ. เมือง จ.สตูล
ติดต่อ : นายชัยศักดิ์ ไชยกุล
โทร :074 711703, 09 296-7730
e-mail : cddsatun@se-ed.net

รางวัลที่เคยได้รับ : เคยได้รับรางวัลชมเชยการประกวดงานมหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : น้ำปลาท่าพยอม

ที่ตั้ง : 22หมู่ที่ 7 ตำบลปากน้ำ อ.ละงู
จ.สตูล 91110

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นน้ำปลาแท้ ทำจากปลากะตัก ไม่เจือสี และสารกันบูด บรรจุในขวดเพชร

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ปลากะตัก
2) เกลือ
3) สับปะรด

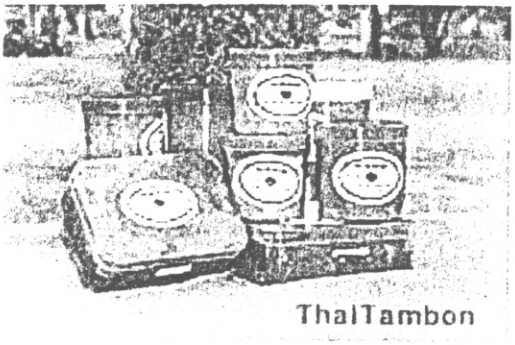
ราคาขายส่ง : ปริมาณ 700 ซีซี 20 บาท
ราคาขายปลีก :ปริมาณ 700 ซีซี 25 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มทำน้ำปลาท่าพยอม
22หมู่ที่ 7 ตำบลปากน้ำ
อ.ละงู จ.สตูล 91110
ติดต่อ : นางบุญศรี งัะสมัน
โทร :074 781039, 01 798-6502
e-mail : cddsatun@hotmail.com

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ

1) เลขที่ 77 หมู่ 5 ต. สาคร อ. ท่าแพ
จ. สตูล
2) เลขที่ 75 หมู่ 8 ต. ท่าแพ อ. ท่าแพ
จ. สตูล

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : กะปีกุ้งแท้

ที่ตั้ง : 139 หมู่ที่ 2 ต.ทุ่งหว้า อ.ทุ่งหว้า จ.สตูล

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : กะปีทำจากกุ้งทะเลสด ๆ นำมาผลิตไม่มีสารพิษเจือปน บรรจุใส่กระปุก ๆ ละ 1/2 ก.ก

วัตถุดิบที่ใช้ : กุ้ง เกลือ น้ำตาลทรายขาว

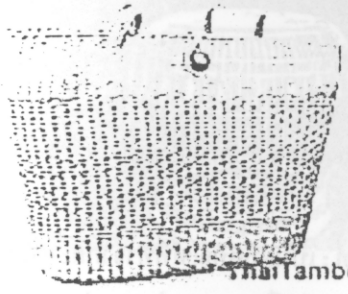
- น้ำหนัก 500 กรัม **ขายปลีก** 50 บาท
  ขายส่ง 45 บาท
- น้ำหนัก 300 กรัม **ขายปลีก** 35 บาท
  ขายส่ง 30 บาท
- น้ำหนัก 200 กรัม **ขายปลีก** 25 บาท
  ขายส่ง 20 บาท

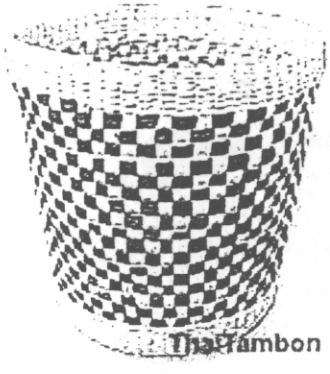
สถานที่จำหน่าย : กลุ่มออมทรัพย์เพื่อ การผลิตบ้านท่าเรือ
139 หมู่ที่ 2 9 ต.ทุ่งหว้า
อ. ทุ่งหว้า จ.สตูล
ติดต่อ : นางมาลี โทวารี
โทร :074 - 789248

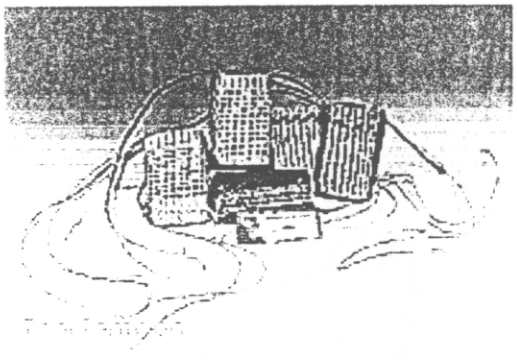
รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) เลขที่ 61/1 หมู่1 ต.ทุ่งหว้า อ. ทุ่งหว้า จ. สตูล
2) เลขที่ 48 หมู่ 1 ต. ทุ่งบุหลัง
   อ.ทุ่งหว้า จ. สตูล

ที่มา : www.thaitambon.com







ผลิตภัณฑ์ : จักสานเชือกกล้วย

ที่ตั้ง : หมู่ 9 บ้านหัวควาย ต. คูเต่า
อ.หาดใหญ่ จ. สงขลา

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากใยกล้วย มีความเหนียว และคงทนอย่างมาก รูปแบบของผลิตภัณฑ์ก็มีการพัฒนาใหม่อยู่เสมอ เช่น กระเป๋า ตะกร้า ถาด หมวกต่างๆ และทางกลุ่มยังรับผลิตตามสั่งด้วย ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศ

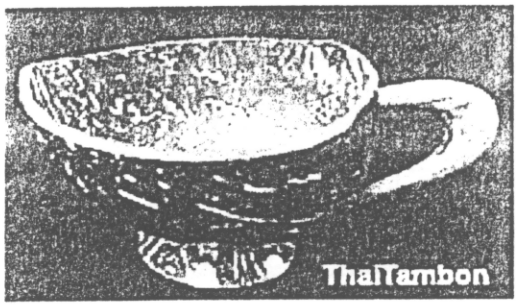
วัตถุดิบที่ใช้ : 1) เส้นใยกล้วย
2) กำมะถัน
3)แลกเกอร์
4) กระดุม

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

สถานที่จำหน่าย : 52 หมู่ 9 บ้านหัวควาย
ต.คูเต่า อ.หาดใหญ่
จ. สงขลา 90110
ติดต่อ นางเปียน จินดาวงศ์
โทร. 074 - 252017

รางวัลที่เคยได้รับ : เป็นหมู่บ้านดีเด่นอุตสาหกรรมปี 42 และเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมสร้างสรรค์จากหม่อมงามจิตต์

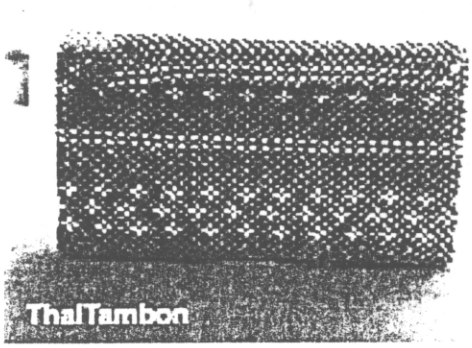
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

ที่ตั้ง : 100 หมู่ที่ 6 บ้านหน้าถ้ำ
ต.ปาดังเบซาร์ อ.สะเดา จ.สงขลา

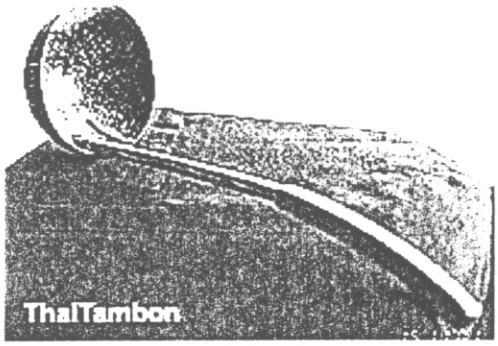
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว ซึ่งมีในท้องถิ่น สามารถทำเป็นภาชนะต่าง ๆ เช่น ถ้วยกาแฟ ทัพพี กาน้ำ โคมไฟ



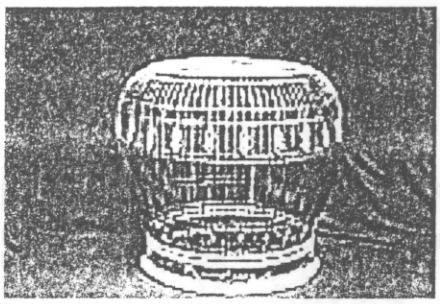
วัตถุดิบที่ใช้ : 1) กะลามะพร้าว
2) ตะปู
3) กาว
4) ชแล็กค์

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว
100 หมู่ที่ 6 บ้านหน้าถ้ำ
ต.ปาดังเบซาร์ อ.สะเดา จ.สงขลา
ติดต่อ : นางบุญธรรม มโนเพ็ชร
โทร :074 329608, 01 963-2013
e-mail : cddsongkhla@se-ed.net



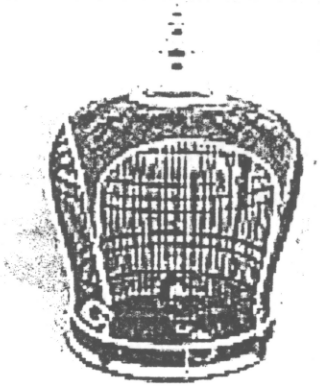
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : กรงนกเขา

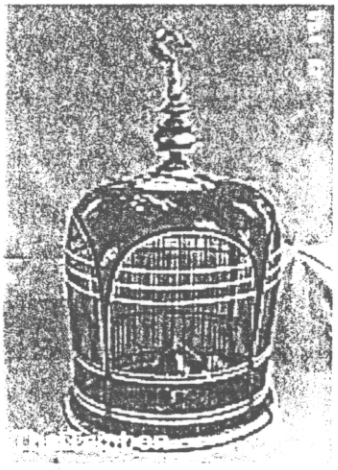
ที่ตั้ง : 220/9-11 หมู่ 2 บ้านนา ต.บ้านนา
อ. จะนะ จ. สงขลา 90130

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : กรงนกเขามีหลายรูปแบบหลายรูปทรง สร้างสรรค์จากผลงานมืออาชีพที่สั่งสมมายาวนาน ซึ่งแต่ละชนิดจะเรียกตามรูปทรง เช่น กรงดอก กรงหวาย กรงเสตง กรงโกหยีหรือกรงหัวโต กรงลูก กรงธรรมดา กรงโชว์ที่มีขนาดเล็กนำไปโชว์เป็นของที่ระลึก นอกจากนี้ทางกลุ่มยังรับทำตามสั่งด้วย



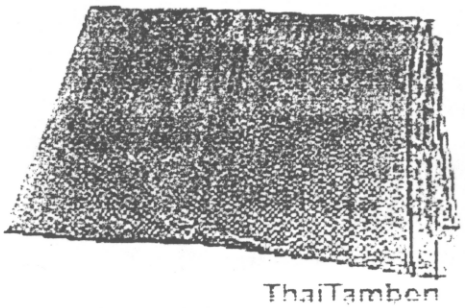
วัตถุดิบที่ใช้ : 1)หวาย 2)ไม้ไผ่ 3) ผ้าชนิดต่างๆ 4)ไม้ทำหัวกรง 5) เอ็นเบอร์ 35 6) วานิช 7) สี 8) ยาย้อม 9) เชือกไนล่อน

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับลวดลายและขนาด
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับลวดลายและขนาด



สถานที่จำหน่าย : 220/9-11 หมู่ 2 บ้านนา
ต.บ้านนา อ.จะนะ จ.สงขลา
90130
โทร :074-431305

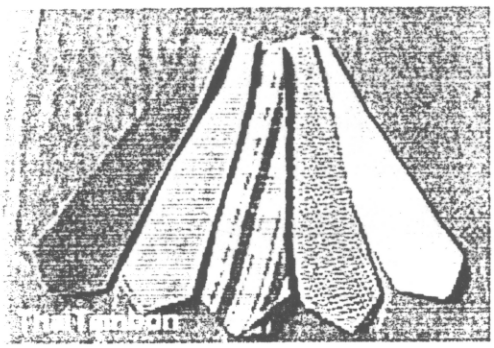
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ผ้าทอเกาะยอ

ที่ตั้ง : 38 หมู่ 3 บ้านนอก ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา 90100

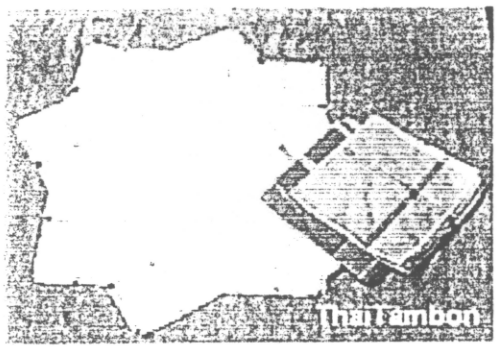
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ เป็นหัตถกรรมผ้าทอพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ มีความปราณีต และมีสีสันและลวดลายต่าง ๆ ที่สวยงาม ผ้าทอที่นี้จะมีจุดเด่นที่ลาย ทั้งลายราชวัตถ์ ลายดอกพิกุล ลายห้าหนึ่ง ฯลฯ เป็นผ้าเนื้อหนา ทอเป็นหลา และทอตามความต้องการของลูกค้า



วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ไหมประดิษฐ์
2) สีย้อม

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับขนาดและลาย
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับขนาดและลาย

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มราชวัตถ์
38 หมู่ 3 บ้านนอก
ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา
ติดต่อ : นายวิชัย มาระเสนา
โทร : 074 450029,
01 4790653,06 2917853



รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มดอกพิกุล 46/1 หมู่ 4 ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา 90100
2) กลุ่มผ้าทอเกาะยอป้าลิ่ม หมู่ 3 ต.เกาะยอ อ. เมือง จ. สงขลา 90100
3) กลุ่มแม่บ้านเกษตร
4) กลุ่มร่มโพธิ์

ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากส้มแขก

ที่ตั้ง : 41 หมู่ 7 ต.สะบ้าย้อย อ.สะบ้าย้อย
จ. สงขลา

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ส้มแขกเป็นสมุนไพรที่ช่วยลดไขมัน ลดความดัน ช่วยระบบขับถ่าย

วัตถุดิบที่ใช้ : ส้มแขก

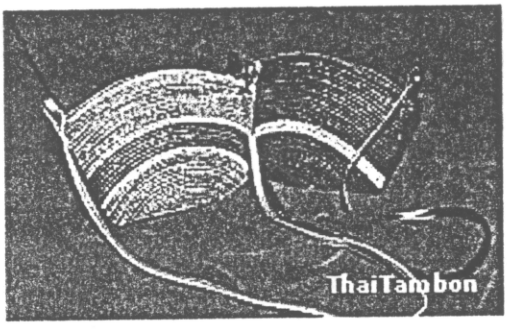
ราคาขายส่ง : มีหลายราคา ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ
ราคาขายปลีก : มีหลายราคา ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขกบ้านยะเร๊ะ
41 หมู่ 7 ต. สะบ้าย้อย อ. สะบ้าย้อย
จ. สงขลา 90210
ติดต่อ : นางแอเสาะ เลาะสุหลง
โทร : 01 -3889315

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขก
215/1 ถ.ราษฎร์บำรุง ต.สะบ้าย้อย อ.สะบ้าย้อย
จ.สงขลา 90210
2) หมู่ 5 ต. เปียน อ. สะบ้าย้อย จ. สงขลา
3) หมู่ 7 ต. ทุ่งตำเสา อ. หาดใหญ่ จ. สงขลา

ที่มา : www.thaitambon.com



ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : จักสานย่านลิเพา

ที่ตั้ง : วัดหมน หมู่ 5 บ้านหมน
ถ. นครสงขลา ต.ท่าเรือ
อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นกระเป๋ารูปทรงต่าง ๆ ทำจากย่านลิเพา เช่น ประเป๋าท้ายใหญ่ กระเป๋าทึบกลมเงินลายพิมทอง กระเป๋ารูปไข่ลายลูกแก้ว กระเป๋าแปดเหลี่ยมกลม – ยาวเล็กลายดอกไม้ กระเช้าดอกไม้ลิเพา ฯลฯ

วัตถุดิบที่ใช้ : ย่านลิเพาเป็นเถาวัลย์ที่มีลำต้นเหนียว ขึ้นในภาคใต้ของไทยมี 3 ชนิด คือ ย่านลิเพาเขา ย่านพองหยอง และย่านลิเพาใหญ่

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับลักษณะและขนาดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับลักษณะและขนาดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มหัตถกรรมบ้านนครศรีธรรมราช
วัดหมน หมู่ 5 บ้านหมน
ถ. นครสงขลา ต.ท่าเรือ อ.เมือง
จ.นครศรีธรรมราช 80000
ติดต่อ : นางจารุวรรณ บุญชัก
โทร : 075 670354, 342660

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรเมืองนครศรีฯ-หัวไทร ต.ท่าเรือ อ.เมือง จ. นครศรีธรรมราช 80290
2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ย่านลิเพา 57 หมู่ 16 บ้านแคสูง ต.ท่าเรือ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80290

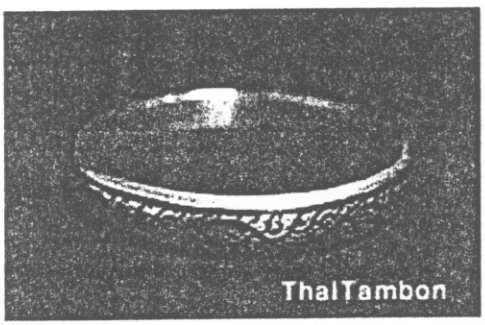
ผลิตภัณฑ์ : เครื่องเงิน เครื่องถม สามกษัตริย์

ที่ตั้ง : หมู่ 5 ต. ปากนคร อ. เมือง
จ. นครศรีธรรมราช 80000

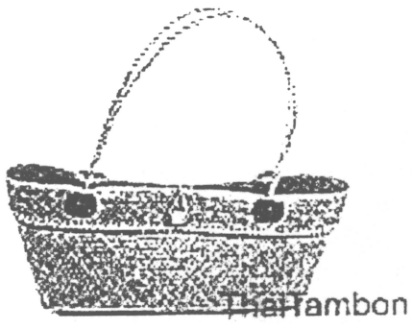
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มเครื่องเงินเครื่องถม
หมู่ 5 ต. ปากนคร อ. เมือง
จ. นครศรีธรรมราช 80000

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ : กลุ่มเครื่องถม 10 ถ. ชลวิถี
ต. ในเมือง อ.เมือง
จ. นครศรีธรรมราช 80000



ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากกระจูด

ที่ตั้ง : 197/1 หมู่ 3 ต.บ้านตูล อ.ชะอวด
จ. นครศรีธรรมราช 80180

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กระจูดจักสานเป็นชิ้นงานขึ้นมา

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านกุมแป
197/1 หมู่ 3 ต.บ้านตูล
อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
80180
ติดต่อ : คุณอุทัย พยุง
โทร : 075 - 476443,
01- 0857680

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) 14/1 หมู่ 6 ต. นางหลง อ. ชะอวด
จ. นครศรีธรรมราช
2) 168 หมู่ 1 ต. เคล็ง อ. ชะอวด
จ. นครศรีธรรมราช
3) 85 หมู่ 5 ต. ท่าเสม็ด อ. ชะอวด
จ.นครศรีธรรมราช
4) 103 หมู่ 5 ต. แม่เจ้าอยู่หัว อ. เชียรใหญ่
จ. นครศรีธรรมราช

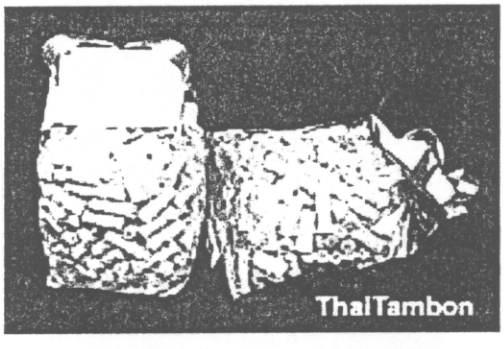
ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : ขนมลา

ที่ตั้ง : 29 หมู่ 2 ถ. อชิโต ต. หูล่อง
อ. ปากพนัง จ. นครศรีธรรมราช
80330

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ขนมลาเป็นขนมพื้นบ้านภาคใต้ หวาน อร่อย มีสีน้ำตาล มีทั้งรูปแบบลาแผ่น ลากรอบ ลาทับ และลางู

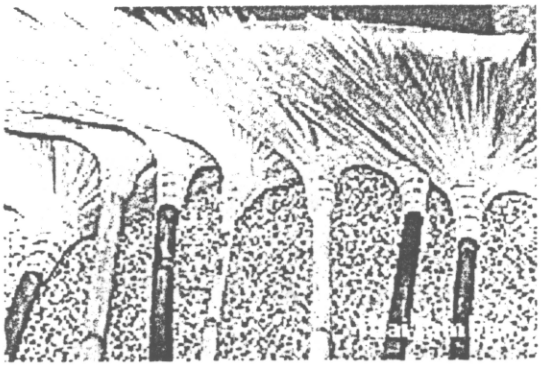
วัตถุดิบที่ใช้ : แป้งข้าวเจ้า, น้ำตาล, น้ำมัน



ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับขนาดบรรจุ

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มอาชีพทำขนมลา
29 หมู่ 2 ถ. อชิโต ต.หูล่อง
อ. ปากพนัง จ. นครศรีธรรมราช
80330
ติดต่อ : นางอนงค์นาฏ นาคสิงห์
โทร :075- 370739 , 09 -7258546

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ไม้กวาดดอกหญ้า

ที่ตั้ง : 42 หมู่ที่ 9 บ้านไสยาสน์
ต.บ้านลำนาว อ.บางขัน
จ.นครศรีธรรมราช

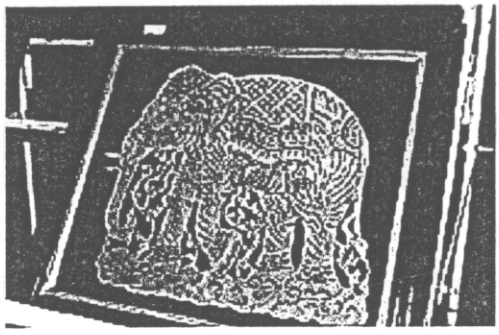
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ทำมาจากดอกหญ้า ส่วนตัวด้ามจับใช้ ไม้หวายเป็นส่วนประกอบ

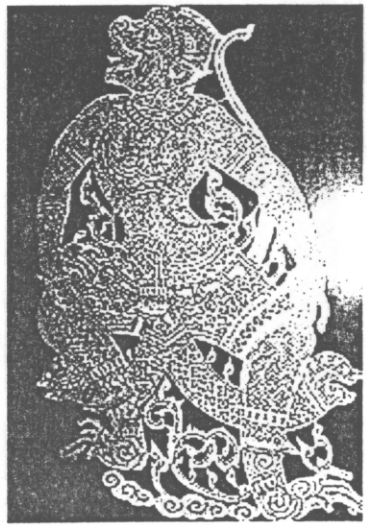
วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ไม้หวาย
2) ดอกหญ้า

ราคาขายส่ง : 25 บาท
ราคาขายปลีก : 30 บาท

สถานที่จำหน่าย : บ้านเลขที่ 42 หมู่ที่ 9
บ้านไสยาสน์ ต.บ้านลำนาว
อ.บางขัน จ.นครศรีธรรมราช
ติดต่อ คุณลอย รัตนบุรี
โทร. 075 – 371018

ที่มา : www.thaitambon.com





ผลิตภัณฑ์ : แกะสลักรูปหนังตะลุง

ที่ตั้ง : 142 หมู่ 1 บ้านบางแก้ว
ต. ท่ามะเดื่อ อ. บางแก้ว
จ. พัทลุง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : รูปหนังตะลุงได้ชื่อว่าเป็น รูปภาพที่ได้ประมวลเอาความงามทางศิลปะอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และกนกลายไทย ให้สัมผัสอ่อนช้อย มีทั้งเป็นของโชว์ ของตกแต่ง ของชำร่วย ของฝาก และทางกลุ่มรับแกะตามความต้องการของลูกค้า เช่น หนังตะลุงแกะสลักรูปช้าง บรรจุในกรอบรูป รูปพระอิศวรทรงโค รูปมังกร รูปม้าบรรจุในกรอบรูป รูปหนุมารหาวเป็นดาวเป็นเดือนบรรจุในกรอบรูป

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) หนังโค
2) วานิช
3) สีน้ำ

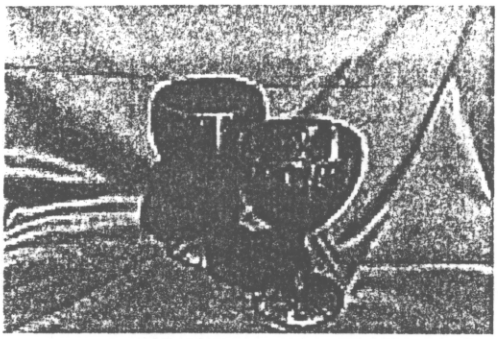
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับขนาดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับขนาดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย : หมู่ 1 บ้านบางแก้ว
ต. ท่ามะเดื่อ อ. บางแก้ว
จ. พัทลุง

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) ต. พนมวังก์ อ. ควนขนุน จ. พัทลุง
2) ต. ชัยบุรี อ. เมือง จ. พัทลุง

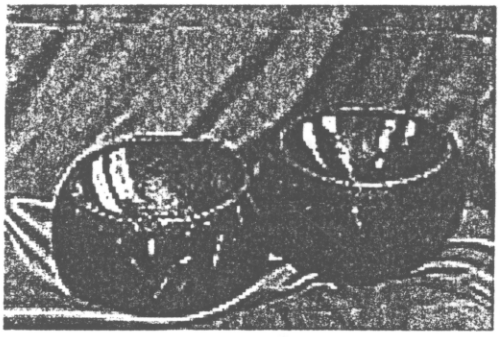
ที่มา : www.thaitambon.com



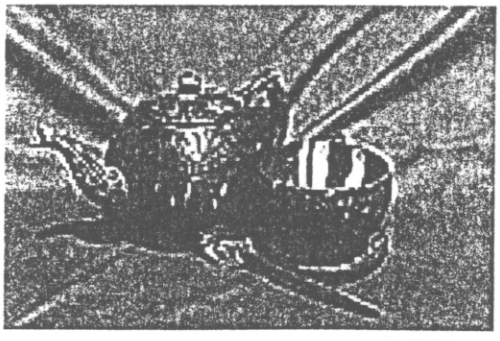
ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว

ที่ตั้ง : 104 หมู่ 3 ต. ลำสินธุ์
อ. ศรีนครินทร์ จ.พัทลุง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว ซึ่งมีในท้องถิ่น สามารถทำเป็นภาชนะต่าง ๆ เช่น ถ้วยกาแฟ ทัพพี กาน้ำ โคมไฟ



วัตถุดิบที่ใช้ : 1) กะลามะพร้าว
2) ไม้ขี้เหล็ก
3) ไม้ตาล
4) ไม้มะพร้าว
5) ย่านลิเภา
6) แลกเกอร์



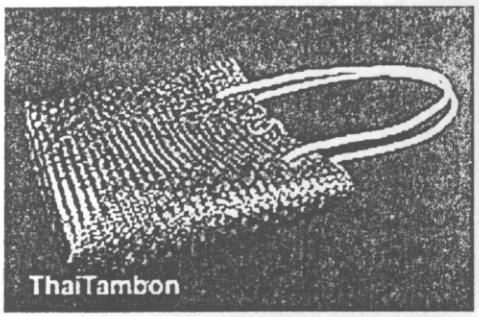
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

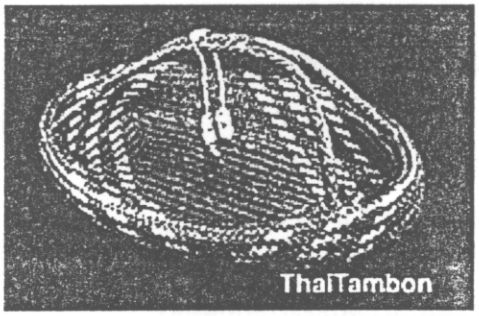
สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตรี หมู่ที่ 3
104 หมู่ที่ 3 ตำบลลำสินธุ์
อ.ศรีนครินทร์ จ.พัทลุง
ติดต่อ : นางประทิ่น นาคมิตร
โทร :074-614320

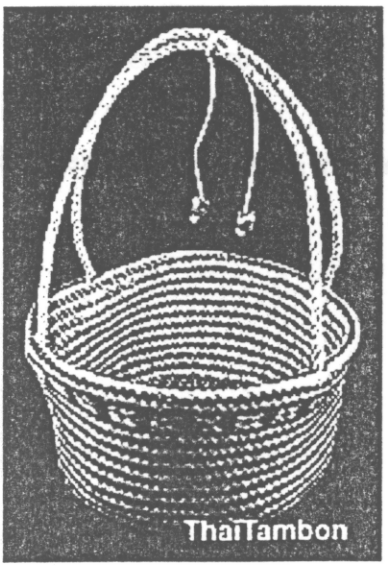
รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) กลุ่มหัตถกรรมกะลามะพร้าว บ้านคอกวัว 42/1 หมู่ 1 บ้านคอกวัว ต.ชัยบุรี อ.เมือง จ. พัทลุง 93000

ที่มา : www.thaitambon.com







ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากกระจูด

ที่ตั้ง : กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากกระจูด
119 หมู่ที่ 7 บ้านหัวป่าเขียว ต. ทะเลน้อย
อ. ควนขนุน จ. พัทลุง 93110

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ :การนำกระจูดที่ผ่านกรรมวิธีต่างๆ มาสานขึ้นเป็นรูปแบบต่างๆ เช่น กระเป๋า ฯลฯ

วัตถุดิบที่ใช้ :
กระจูด ซึ่งสั่งซื้อมาจากอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

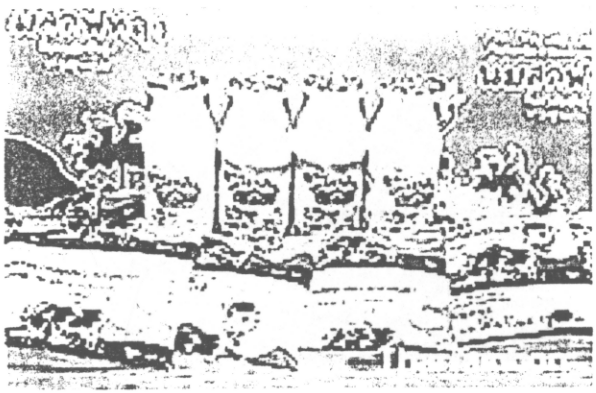
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า

สถานที่จำหน่าย :กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากกระจูด
119 หมู่ที่ 7 บ้านหัวป่าเขียว
ต. ทะเลน้อย อ. ควนขนุน
จ. พัทลุง 93110
ติดต่อ : นางอุบล รักษ์จุล
ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า
โทร : 074 - 693002

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) 221 หมู่ 9 ต. ทะเลน้อย อ. ควนขนุน จ. พัทลุง
2) 111 หมู่ 3 ต. ทะเลน้อย อ. ควนขนุน จ. พัทลุง

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์นมโคพัทลุง

ที่ตั้ง : 35/1 หมู่ที่ 1 บ้านหัวยาง ต.นาท่อม อ.เมือง จ.พัทลุง 93000

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : เป็นนมสดที่สมาชิกผลิตได้เองทั้งหมดในจังหวัด และมีคุณภาพ ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.

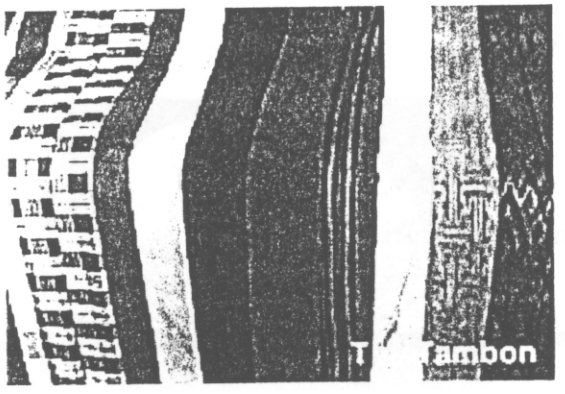
วัตถุดิบที่ใช้ : 1) น้ำนมดิบ

ราคาขายส่ง : 4 บาท / ถุง

ราคาขายปลีก : 5 บาท / ถุง

สถานที่จำหน่าย : สหกรณ์โคนมพัทลุง
35/1 หมู่ที่ 1 บ้านหัวยาง ต.นาท่อม
อ.เมืองพัทลุง จ.พัทลุง 93000
ติดต่อ : นายสุนัย สุขเกษม
โทร :074-612685

รางวัลที่เคยได้รับ : สหกรณ์โคนมดีเด่นระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2542



ผลิตภัณฑ์ : ผ้าทอบ้านทอนชมพู่

ที่ตั้ง : กลุ่มสตรีผ้าทอบ้านทอนชมพู่
26/1 หมู่ที่ 2 ตำบลชุมพล อ.ศรีนครินทร์
จ.พัทลุง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เช่น ผ้าตัดชุด, ผ้าขาวม้า, ผ้าปูโต๊ะ

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ด้าย
2) หมี่ธรรมดา

ราคาขายส่ง : 100 บาท
ราคาขายปลีก : 120 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตรีผ้าทอบ้านทอนชมพู่
26/1 หมู่ที่ 2 ตำบลชุมพล
อ.ศรีนครินทร์ จ. พัทลุง
ติดต่อ : นางอุไรวรรณ หนูอินทร์
โทร : 074-614184
e-mail : cddpattalung@chaiyo.com

รายชื่อกลุ่มอื่นๆ :

1) ผ้าทอแพรกหา 91 หมู่ 2 ต. แพรกหา
อ. ควนขนุน จ. พัทลุง
2) ผ้าทอหน้าแกะ 87 หมู่ 1 ต. ตะแพบ
อ. ศรีนครินทร์ จ. พัทลุง
3) ผ้าทอนิคมลานข่อย 80 หมู่ 5 ต. ลานข่อย
อ. ป่าพะยอม จ. พัทลุง

ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : น้ำบูดูสายบุรี

ที่ตั้ง : 270/1 หมู่2 บ้านบน ต.ปะเสยะวอ
อ.สายบุรี จ.ปัตตานี 94110

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ :น้ำบูดูปะเสยะวอ อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย

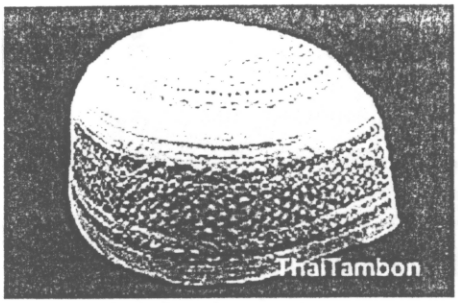
ราคาขายส่ง : **ขวดใหญ่** 23 บาท
ขวดเล็ก 15 บาท
ราคาขายปลีก : ขวดใหญ่ 25 บาท
ขวดเล็ก 16 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มน้ำบูดูสายบุรี
270/1 หมู่2 บ้านบน
ต.ปะเสยะวอ อ.สายบุรี
จ.ปัตตานี 94110
ติดต่อ : นายจรินทร์ ปราดเปรื่อง
โทร :073 -431038 ,
073 -354508 , 01 -6094073

รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) น้ำบูดูแหลมโพธิ์ 146/1 หมู่ 3 ต. แหลมโพธิ์
อ. ยะหริ่ง จ. ปัตตานี
2) น้ำบูดูไม้แก่น 90/3 หมู่4 ต. ไทรทอง
อ. ไม้แก่น จ. ปัตตานี

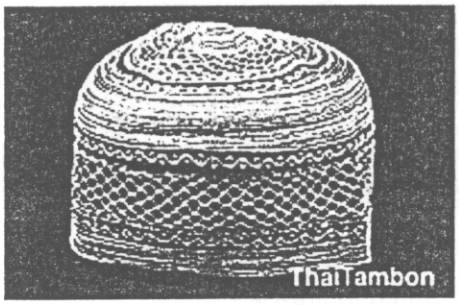
ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : หมวกกะปิเยาะ

ที่ตั้ง : 23 หมู่ 2 บ้านกะมิยอ ตำบลกะมิยอ
อ. เมือง จ. ปัตตานี 94000

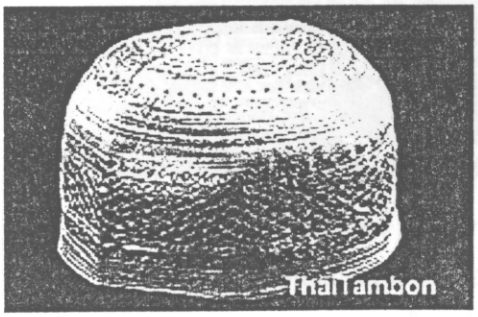
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : หมวกกะปิเยาะ เป็นหมวกที่ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้าย นอกจากนี้ยังส่งออกไปขายยัง ประเทศซาอุดิอารเบีย มาเลเซีย จอร์แดน



วัตถุดิบที่ใช้ : ผ้าฝ้าย

ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับลายและความยากง่าย
ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับลายและความยากง่าย

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มอาชีพเยาวชนเย็บหมวกบ้านกะมิยอ 23 หมู่ 2 บ้านกะมิยอ ต. กะมิยอ อ.เมือง จ.ปัตตานี 94000
ติดต่อ : นายอับดุลการีม การีม
โทร : 09 -7343755, 01 -6796985
หรือ 073 -336334
(กรมพัฒนาชุมชนจังหวัด)

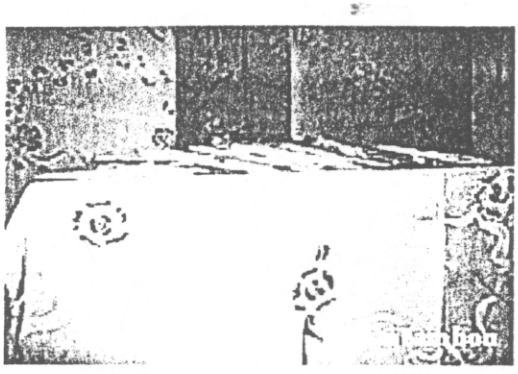


รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) 21/1 หมู่3 ต. สะดาวา อ. ยะรัง จ. ปัตตานี
2) 102/2 หมู่7 ต. นาประดู่ อ. โคกโพธิ์ จ. ปัตตานี
3) 50/6 หมู่ 2 ต. ตาแกะ อ. ยะหริ่ง จ. ปัตตานี

รางวัลที่ได้รับ : รองชนะเลิศลำดับที่ 1 ในงานประกวดผลิตภัณฑ์งานสมโภชหลักเมือง

ที่มา : www.thaitambon.com



ที่มา : www.thaitambon.com

ผลิตภัณฑ์ : ผ้าบาติก

ที่ตั้ง : 140 หมู่ 2 บ้านเมืองยอน ต.ลุโบะยิไร
อ.มายอ จ.ปัตตานี 94140

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ :ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก เป็นงานฝีมือที่เป็นการเขียนลานเฉพาะแบบไม่ซ้ำเหมือนผ้าทั่วไป สีของผ้าจะสดเนื้อผ้าจะมีลักษณะคล้ายผ้าไหม ลายของผ้าจะเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ตอนกลาง

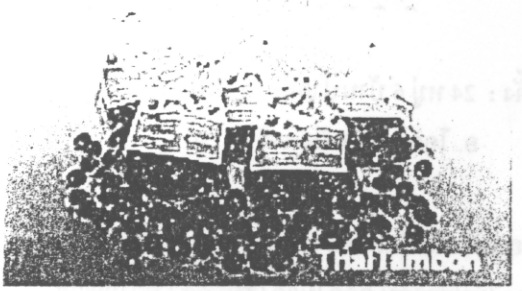
วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ผ้าฟูยีหรือผ้ามัสลิน
2) เทียน
3) สีทำผ้าบาติก
4) น้ำยาสีรีเกท

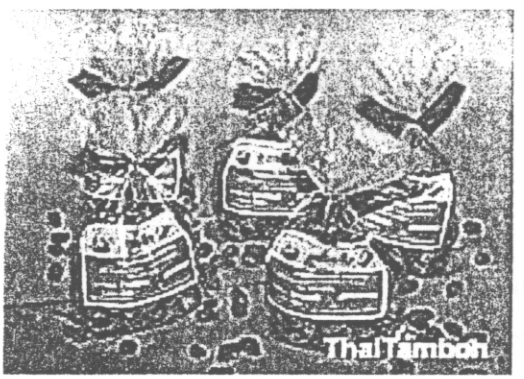
สถานที่จำหน่าย : กลุ่มเมืองยอนบาติก
140 หมู่ 2 บ้านเมืองยอน ต. ลุโบะยิไร
อ. มายอ จ. ปัตตานี 94140
ติดต่อ : นางรูกาย๊ะ รักษ์ธรรม
โทร : 01- 0948392 , 073 -497106 ,
073 -497208
e-mail : cddpattani@se-ed.net

รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) 129 หมู่ 4 ต. ดาโต๊ะ อ. หนองจิก จ. ปัตตานี
2) 68 หมู่ 4 ต. ปิตุมุดี อ. ยะรัง จ. ปัตตานี
3) 80/2 หมู่ 9 ต. ตะโละดือรามัน อ. กะพ้อ จ. ปัตตานี
4) 119 หมู่ 2 ต. บาราโหม อ.เมือง จ. ปัตตานี

รางวัลที่ได้รับ : ได้รับรางวัลชมเชยการแข่งขันเขียนลายบาติกงานสมโภชหลักเมืองปี 2544 และรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 การประกวดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมดีเด่น





ผลิตภัณฑ์ : ลูกหยีทรงเครื่อง

ที่ตั้ง : 34/2 หมู่6 บ้านบากง ต.สะดาวา อ.ยะรัง จ.ปัตตานี 94160

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ทำจากลูกหยีสดคุณภาพดี รับประทานง่ายไม่มีเมล็ด

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) น้ำตาล 60%
2) ลูกหยี 38%
3) เกลือ 2%

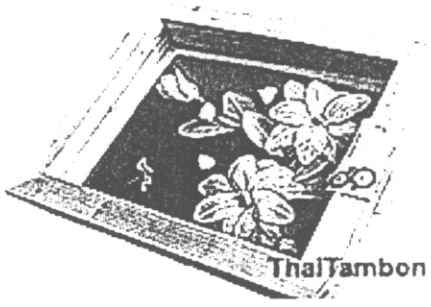
ราคาขายส่ง : 17 บาท
ราคาขายปลีก : 20 บาท

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มสตรีสหกรณ์สะดาวา
34/2 หมู่6 บ้านบากง
ต.สะดาวา อ.ยะรัง จ.ปัตตานี
94160
ติดต่อ: นางมอรีเยาะ ปูตะ
โทร :073 -339162 , 01 -479 2116

รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :

1) ลูกหยีนำแสง ต. ตะลุบัน อ. สายบุรี จ. ปัตตานี
2) ลูกหยีวีรวงค์ 74 หมู่ 3 ต. ยะรัง อ. ยะรัง จ. ปัตตานี

ที่มา : www.thaitambon.com



ผลิตภัณฑ์ : ดอกไม้ใบยาง

ที่ตั้ง : 24 หมู่ 6 บ้านปากล่อ ต.ปากล่อ
อ. โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี 94180

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ประดิษฐ์จากใบยางสด เช่น ดอกไม้ปักแจกัน ดอกไม้จัดใส่กระเช้า พวงกุญแจ ของชำร่วย และกรอบรูปต่างๆ นอกจากนี้ยังส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย

วัตถุดิบที่ใช้ : 1) ใบยาง
2) กาว
3) กระดาษกาวพันก้าน

ราคาขายปลีก : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า
ราคาขายส่ง : ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า

สถานที่จำหน่าย : กลุ่มดอกไม้ใบยาง
24 หมู่ 6 บ้านปากล่อ ต.ปากล่อ
อ. โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี 94180
ติดต่อ : นางประทุม เอกคิลก
โทร :073 - 456319 ,073- 356319 ,
01 -4790829

รายชื่อกลุ่มอื่น ๆ :
1) ต. แม่ลาย อ. แม่ลาย จ. ปัตตานี

รางวัลที่ได้รับ : ผู้นำอาชีพก้าวหน้า

ที่มา : www.thaitambon.com