



โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น:

กรณีศึกษาตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

One Tambon One Product Project According to Local Community's Needs:

A Case Study at Tambon Deeluang, Sathingpra District, Songkhla Province

พลภัทร น้อยพันธ์

Ponlapat Noipann

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of

Master of Arts in Human and Social Development

Prince of Songkla University

2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ
ชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน นายพลภัทร น้อยพันธ์
สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทพ.กรัสนัย หวังรังสีมากุล) (ดร. นิสากร กล้าณรงค์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทพ.กรัสนัย หวังรังสีมากุล)

..... กรรมการ
(ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย) (ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุพร ช่างสกุล)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์
และสังคม

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เกริกชัย ทองหนู)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อวิทยานิพนธ์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ
ชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาตำบลสีหลวง อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นายพลภัทร น้อยพันธ์
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ท้องถิ่น:กรณีศึกษาตำบลสีหลวง อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ศึกษาแรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาในประเด็นปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัด รวมถึงแนวทางการแก้ไขในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานภาครัฐในระดับชุมชน ดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบกึ่งมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 กลุ่ม และผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 กลุ่ม และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษา

ผู้ประกอบการระดับครัวเรือนทั้งที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่าเป็นโครงการที่ดีสามารถสร้างองค์ความรู้ที่มีคุณค่าในระดับชุมชน ท้องถิ่นได้ โดยจะก่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่า และสามารถสร้างงาน สร้างรายได้รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้

ส่วนในประเด็นเรื่องของแรงจูงใจ หรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มที่เข้าร่วมมองว่าการเข้าร่วมขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มเป็นอันดับแรก เพราะเมื่อกลุ่มมีความเข้มแข็งมีการดำเนินการต่อเนื่อง ทำให้มีโครงการและหน่วยงานต่างๆ เข้ามาส่งเสริมได้อย่างเต็มที่และเมื่อกลุ่มเห็นแนวทางของความอยู่รอดกลุ่มจึงจะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ส่วนกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาใหม่และเป็นกลุ่มที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ชัดเจน (ทำหลายอย่าง)

และสมาชิกยังไม่มีความเข้มแข็งพอ โดยมากจะมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง หรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่องของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการกลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือน มองว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีการดำเนินการเชิงรุกให้มากกว่านี้ โดยควรมีการเข้าถึงเพื่อสร้างความเข้าใจ และสร้างเงื่อนไขในการให้ความช่วยเหลือ โดยต้องประสานกันทุกส่วนงาน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล การศึกษานอกโรงเรียน พัฒนาชุมชน เป็นต้น ให้มีการช่วยเหลือที่ทำให้ชุมชน ท้องถิ่นมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ไม่รอคอยการช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ: โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ความต้องการของชุมชน ท้องถิ่น, ตำบลดีหลวง
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

Thesis Title One Tambon One Product Project According to Local Community's Needs:
A Case Study at Tambon Deeluang, Sathingpra District, Songkhla Province

Author Mr.Ponlapat Noipann

Major Program Human and Social Development

Academic year 2008

ABSTRACT

The objectives of One Tambon One Product Project According to Local Community's Needs: A Case Study at Tambon Deeluang, Sathingpra District, Songkhla Province are: to study the opinion of household manufacture level that unite or do not unite in the project, which is especially involved in proceeding of One Tambon One Product Project. To study the persuasion and the condition in the making decision of unity (or not) in the project. Moreover, to study the obstacles and limitation, to solve the problem of proceeding the project, which is involved in local government level and to study Quality research method and data collecting by using observation and in-depth interview. The sampling is used the household manufacture level that unite in the project (9 families), the household manufacture level that do not unite in the project (5 families), and 10 government officers.

The results of the study are following: the both of the household manufacture that do or do not unite in the One Tambon One Product Project have ideas in the proceeding of the project. Their opinions are accordant: the project is good because of giving new knowledge for Southern community, to support the creation and the development of natural sources. Then, to make more the value of local products, to give more income and good living.

For the point of the persuasion and the condition in making decision of unity (or not) in the project, the united group thinks of the readiness reason for the first(the strong group can make a good proceeding and support). Another groups are new setting group and unclear of product objective (there are too variety of products, then the members are not skillful enough to produce the product in the same time). Most of the groups are not continuous working and have a misunderstanding about the products.

For the point of obstacles are limitation of household manufacture level, it should be more supportable policy for One Tambon One Product Project and give more knowledge and encourage the involve parts such as Local Government Organization, Outside Education Center, Local Community Developing Center, etc. Moreover, to make strong and independent community (no need to wait for the support of government).

KeyWords: One Tambon One Product Project According to Local Community's Needs:
A Case Study at Tambon Deeluang, Sathingpra District, Songkhla Province

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ข้าพเจ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทพ.กรัสในย หวังรังสิมากุล ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและ ดร.พรพันธุ์ เขมคุณาศัย อาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้คำแนะนำทั้งด้านวิชาการและทักษะทางสังคมทุกด้านให้แก่ข้าพเจ้า และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจตลอดจนผลักดันให้งานสำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณายิ่ง ขอขอบพระคุณ ดร.นิสากร กล้าณรงค์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาในการเป็นประธานสอบ ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุพร ช่วงสกุลผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาในการเป็นกรรมการสอบ รวมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขงานจนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน และชาวบ้านตำบลศิลาหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลาที่สละเวลาในการให้ข้อมูลงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ได้ให้โอกาสนี้ ขอบพระคุณกำลังใจจาก พ่อ แม่ ที่ให้ทั้ง โอกาสในการเป็นลูก เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นนักเรียน เป็นนักศึกษา เป็นสมาชิกของสังคมและเป็นลูกที่ดี ด้วยแรงใจ แรงกาย เม็ดเงินและเมตตาของพ่อและแม่ ขอบคุณพี่ น้องญาติสนิท มิตรสหาย ที่ส่งแรงใจ ความเข้าใจและปรารถนาดีตลอดมา และขอบคุณคุณณัฐญา ชูถึง และคุณณัฐณิชา พรรณรัตน์ที่เป็นเพื่อนที่ดี และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณอีกหลายคน ที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ที่มีส่วนช่วยให้ประสบความสำเร็จ ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย และคณะสำหรับทุนอุดหนุนการทำวิจัยในครั้งนี้

พลภัทร น้อยพันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญ.....	(8)
รายการตาราง.....	(11)
รายการภาพประกอบ.....	(12)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	5
คำถามการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	10
กระบวนการดำเนินงาน หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัด โออีต๊ะ ในกระบวนการพัฒนา (One Village One Product Symbiosis).....	13
การพัฒนาแนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น.....	13
แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของประเทศไทย.....	16
หลักการพื้นฐานของแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	18
กระบวนการดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน.....	21
ความหมายของชุมชน.....	21
ลักษณะความเป็นชุมชน.....	22
ทุนของชุมชน.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
พลังท้องถิ่นและศักยภาพชุมชน.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	29
ความหมายเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	29
ความสำคัญของการตัดสินใจ.....	30
ทฤษฎีการตัดสินใจ.....	31
ประเภทของการตัดสินใจ.....	32
องค์ประกอบของการตัดสินใจ.....	32
ขั้นตอนในการตัดสินใจ.....	33
แผนงการตัดสินใจ.....	36
เทคนิคการตัดสินใจเชิงคุณภาพ.....	36
เทคนิคการแก้ปัญหา.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในด้านต่าง ๆ...	40
ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	46
การปฏิบัติงานของคณะกรรมการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	47
บทที่ 3 วิธีการวิจัย.....	49
ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
พื้นที่ในการวิจัย.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
เครื่องมือ.....	51
ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	51
การจัดกระทำข้อมูลและการนำเสนอผลวิเคราะห์.....	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	57
ความคิดเห็นต่อการดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	57
แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	72
ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	83
ข้อเสนอแนะในนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ.....	85
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	88
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผลการวิจัย.....	94
ข้อเสนอแนะ.....	98
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	105
ประวัติผู้เขียน.....	117

รายการตาราง

ตาราง		หน้า
1	รายชื่อกลุ่มที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา.....	54
2	รายชื่อกลุ่มที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าOTOP ตำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา.....	56

รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงสู่เมือง.....	18
2 ความหลากหลายของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	20
3 ขั้นตอนในการตัดสินใจ.....	35
4 แผนที่ตำบลศิหลวง อำเภอสิงขร จังหวัดสงขลา.....	50
5 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ.....	90
6 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ.....	91
7 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง.....	92

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่างๆ จัดทำขึ้นตามแนวคิดของทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ความทันสมัย ซึ่งเชื่อว่าการพัฒนาเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น การวางแผนพัฒนาจึงถูกผูกขาด โดยผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการจากรัฐมาโดยตลอด ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-7 รัฐวางกรอบคิดและจัดการความยากจนในชนบทด้วยการเพิ่มรายได้ให้ปัจเจกบุคคลเพื่อให้พ้นเส้นความยากจน ด้วยวิธีการสร้างงานให้บุคคลมีงานทำ และมีรายได้ เร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อการส่งออกของเอกชนให้เป็นตลาดงานของแรงงานจากชนบทภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมกระแสหลัก

เมื่อพิจารณาพบว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดังกล่าว ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบนฐานของอุตสาหกรรมนิยมนอกเหนือจากเกษตรกรรมนิยม โดยมุ่งนำทรัพยากรธรรมชาติมาสนองภาคอุตสาหกรรมและละเลยความสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมกับการใช้ประโยชน์ของชุมชน สนับสนุนให้ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีสมัยใหม่แทนเทคโนโลยีและภูมิปัญญาชาวบ้าน อีกทั้งยังปฏิเสธวิถีคิดแบบชาวบ้าน และวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยให้โอกาสผู้มีการศึกษาสูงชั้นนำชาวบ้านเพื่อการพัฒนาชิงแข่งขันกับนานาชาติ ทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรม เสียจิตวิญญาณและภูมิปัญญาชาวบ้าน จนก่อให้เกิดปัญหาความอ่อนแอและพึ่งตนเองไม่ได้ (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, 2547: 22)

ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 กรอบคิดและการจัดการความยากจนได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีแนวคิดใหม่ที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน และเศรษฐกิจชุมชน เพื่อการพึ่งพาตนเอง เป็นต้น และเปลี่ยนแนวคิดจากเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางมาสู่การให้มนุษย์เป็นศูนย์กลาง จากการทำงานแยกส่วนมาเป็นลักษณะองค์รวม มีการเปิดให้ส่วนต่างๆ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง การพัฒนาร่วมกันในระบบล่างขึ้นบน (Bottom up) ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของสังคม และระบบการเมืองที่เปลี่ยนแปลงเป็นประชาธิปไตย (อรศรี งามวิทย์พงศ์, 2546: 214-217) ซึ่งต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน มีเสถียรภาพ ตลอดทั้งการแก้ไขปัญหาความยากจนด้วยการบริหารจัดการ การที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ

รัฐบาลได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้กลับมาได้รับความสนใจอีกครั้ง โดยนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและรัฐบาลจะสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหารจัดการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นการจัดการที่เชื่อมโยงความเป็นท้องถิ่นเข้ากับความเป็นสากลในกระแสโลกาภิวัตน์ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) หรือ OTOP ชื่อของ OTOP ได้กลายเป็น Brand Name ของสินค้าไทยที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มองว่าประเทศไทยเป็นตัวอย่างของความสำเร็จในการ Branding Local Wisdom (สยมพร ลิ้มไทย, 2549: 16)

อย่างไรก็ตามภายใต้ความสำเร็จของนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของไทยในสายตาของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นความสำเร็จในภาพรวมหรือในระดับมหภาค แต่เมื่อพิจารณาสภาพความเป็นจริงในชุมชน ท้องถิ่น การส่งเสริมและแรงจูงใจจากภาครัฐในระบบ OTOP กลับไม่ได้กระตุ้นหรือส่งผลต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนอีกมากมายไม่สนใจที่จะเข้าสู่กระบวนการ OTOP ภายใต้การจัด การของรัฐ ซึ่งหากจะพิจารณากรณีตัวอย่างในหลายๆ โครงการของรัฐที่ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เช่น การตั้งกลุ่มออมทรัพย์ของกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น แต่โครงการของกรมการพัฒนาชุมชนไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง หรือไม่เอื้อประโยชน์ต่อชาวบ้าน อาทิ เนื่องจากรัฐออกระเบียบการเงินครอบครัวชาวบ้าน โครงการส่วนใหญ่จึงต้องล้มเลิกไป (กัลยานี ปฎิมาพรเทพ, 2543: 32-33) นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ก็ประสบกับปัญหาเช่นเดียวกันนี้ จากการศึกษาพบว่ายังมีผู้ประกอบการบางรายไม่แน่ใจว่าจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้น ไม่มีความเป็นอิสระ ต้องยึดติดกับระเบียบแบบแผนของทางราชการ เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 2549 อำเภอสังขละบุรี ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา ได้รับการคัดเลือกใช้เป็นพื้นที่นำร่องของภาคใต้ ในการดำเนินงานจัดตั้งเครือข่ายองค์ความรู้ชุมชนมุ่งสู่การเป็น Knowledge Based OTOP ของจังหวัดสงขลา สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2549 โดยรวมเป็นเงินจำนวน 8,953,780 บาท มีผลจากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) ประเภทอาหาร ระดับ 5 ดาว 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เคลือบน้ำตาล โดนด ระดับ 4 ดาว 2 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว 2 ผลิตภัณฑ์ และประเภทของใช้ประดับตกแต่ง ระดับ 3 ดาว 2 ผลิตภัณฑ์ โดยมีจำนวนผู้ผลิตที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP จำนวน 44 กลุ่ม (พัฒนาชุมชนอำเภอสังขละบุรี, 2547: 4)

กล่าวได้ว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่งตามความมุ่งหมายของนโยบายรัฐบาล ดังที่ รัตน แก้วเรืองศรี ประธานกลุ่มหัตถกรรมใยตาลโดนด บ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ซึ่งผลิตห่มวกใยตาลสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี ปีนปีกम्म ตลอดจนกล่องกระดาษทิชชู จนได้รับรางวัล 4 ดาว ระดับจังหวัด ในปี พ.ศ. 2546 รางวัล 3 ดาว ระดับประเทศในปี พ.ศ. 2547 และได้รับรางวัล 3 ดาว ระดับประเทศ ในปี พ.ศ. 2549 ได้กล่าวถึงการดำเนินการของนโยบายที่มีความสำคัญต่อกลุ่มดังนี้

...มีครูมาสอนให้ทำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 แต่ทำแล้วไม่มีตลาดขายสินค้าเลยหยุดทำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 ได้ตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่และได้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOPT กับกรมการพัฒนาชุมชน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ได้รับในด้านความรู้ การช่วยเหลือทางด้านการตลาด และการสนับสนุนด้านเงินทุน จึงเห็นว่าถ้าไม่เข้าร่วมกับโครงการ OTOPT ก็จะไม่มีวันนี้ คือ ไม่โต กลุ่มไปไม่รอดเหมือนที่เคยเป็นมา การเข้าร่วมโครงการ OTOPT ทำให้ได้เข้าร่วมกิจกรรม ได้มีการประชุม แม้จะเสียเวลาบ้างถือว่าเล็กน้อย ได้เสียสละและได้ทำเพื่อส่วนรวม อีกทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่ากว่า เพราะว่าทุกวันนี้สินค้าผลิตไม่พอจำหน่าย เนื่องจากสินค้าประเภทหัตถกรรมเป็นสินค้าที่ต้องใช้ทั้งเวลาและความประณีตในการผลิตชิ้นงานแต่ละชิ้นออกมา...

เช่นเดียวกับที่ บุญญา ชุมแสง ประธานกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) กลุ่มผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์เคลือบน้ำตาลโดนด ขนมโกโก้ไม่มีไส้ ขนมโกโก้สอดไส้ ขนมห้วงาคำ ขนมห้วงาขาว ขนมห้วงาขาวกรอบ ขนมห้วงาฟองนางเส็ด ขนมห้วงา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลมากมาย ได้กล่าวถึงการเข้าร่วมโครงการ OTOPT ว่า การไปประชุมทำให้ได้ประสบการณ์ ได้เรียนรู้ และมีความรู้ การออกงานเท่ากับเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัว มีความภาคภูมิใจที่ขนมพื้นบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ วันนี้ได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าขึ้นสู่ระดับสากลได้

กระนั้นก็ดีแม้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา จะดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จและมีผู้ประกอบการสินค้า OTOPT สนใจลงทะเบียนผู้ผลิตเป็นสมาชิกถึง 44 กลุ่ม แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอิสระอีกหลายส่วนในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ที่ไม่สนใจจะเข้าร่วมลงทะเบียนผู้ผลิตสินค้า OTOPT ดังเช่นครอบครัวของ เกื่อน นักร

ที่สืบทอดการผลิตขนมพื้นบ้านประเภทกาดละแม จากรุ่นพ่อแม่มาจนถึงรุ่นลูก คือ นางเขียว นักร้องนางสมจิต พร้อมมูล และนายสามารด แซ่มซ้อย (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ได้กล่าวให้ฟังว่า

...เมื่อก่อนจะไปขายตามตลาดนัดตามหัวเมืองต่างๆ ทั้งในจังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง หรือตามตลาดในตัวเมืองใหญ่ๆ เช่น ตลาดอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หรือต่างจังหวัด เช่นที่ อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น แต่ทุกวันนี้ไม่ได้ออกไปขายตามตลาดเพราะมีลูกค้ามาสั่งให้ทำและมาซื้อถึงบ้าน ส่วนสาเหตุที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP เพราะคิดว่าไม่มีความจำเป็น ทำให้เสียเวลาในการประชุม ต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งกลุ่มขึ้นมา อีกทั้งต้องเข้าสู่ระบบของทางราชการซึ่งยุ่งยาก...

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มดอกไม้จันทร์ของนางจิราพร เรืองศรี และกลุ่มผู้ผลิตขนมลากรอบนางอรุณมณี ยอดจันทร์ (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ก็ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP เช่นเดียวกันด้วยเหตุผลที่ว่าได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานอื่นๆ แล้ว เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

กรณีตัวอย่างซึ่งมีทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งสร้างฐานเศรษฐกิจให้กับชาวบ้านในระดับฐานราก ได้สะท้อนให้เห็นช่องว่างทางความคิดระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน ระหว่างองค์กรรัฐกับชาวบ้าน และระหว่างรัฐกับรัฐการนานโยบายไปปฏิบัติในชุมชนของหน่วยงานรัฐ ตลอดจนปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ของนโยบาย การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีประเด็นคำถามเพื่อตอบโจทย์วิจัยในประเด็นที่หนึ่ง ว่ากลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นต่อนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างไร อะไร คือ แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการของกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งนี้ก็เพื่อมุ่งหวังที่จะทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการว่ามีความต้องการในเรื่องใดบ้าง ประเด็นที่สอง การบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐมีปัญหาคืออุปสรรคและข้อจำกัดอย่างไรในการดำเนินนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชน และประเด็นที่สามมีแนวทางแก้ไขหรือข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายดังกล่าวในระดับชุมชนอย่างไร

อย่างไรก็ตามการศึกษาตามนโยบายดังกล่าวในระดับชุมชนท้องถิ่น ข้อมูลข้างต้นเป็นเงื่อนไขที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดต่างๆ ในการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐ เพื่อที่จะสามารถกำหนดทิศทางและวิธีการดำเนินการแก้ปัญหาของโครงการได้อย่างตรงจุดเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นต่อไป อีกทั้งการที่ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ อำเภอสิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นกรณีศึกษา

เนื่องจากอำเภอดังกล่าวดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่นำร่องของภาคใต้ในการดำเนินงานจัดตั้งเครือข่ายองค์ความรู้ชุมชนมุ่งสู่การเป็น Knowledge Based OTOF ของจังหวัดสงขลา ทั้งนี้เพื่อที่จะนำคำตอบที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้ โดยการขยายให้เห็นผลของการดำเนินนโยบายในระดับมหภาคหรือภาพโดยรวมของนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทั้งยังเป็นต้นแบบในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ข้างเคียง เพื่อที่จะสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ลดการออกไปรับจ้างทำงานนอกพื้นที่ ซึ่งผลพวงที่ตามมาคือการอยู่ดีมีสุขของชุมชน ท้องถิ่นอย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็น แรงจูงใจ หรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการดำเนินงานนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับชุมชน

คำถามการวิจัย

1. ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ทั้งที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นต่อนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นอย่างไร
2. ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน มีแรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากปัจจัยอะไร มากน้อยเพียงใด
3. หน่วยงานภาครัฐมีปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดในการนำนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปปฏิบัติในระดับชุมชนอย่างไร
4. หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วม และไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะในการดำเนินงานนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) พื้นที่ศึกษาได้แก่ ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาจากผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เลือกมี ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวน 27 คน จาก 9 กลุ่ม

2.2 ผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวน 12 คน จาก 6 กลุ่ม

2.3 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปปฏิบัติ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เจ้าหน้าที่ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 10 คน

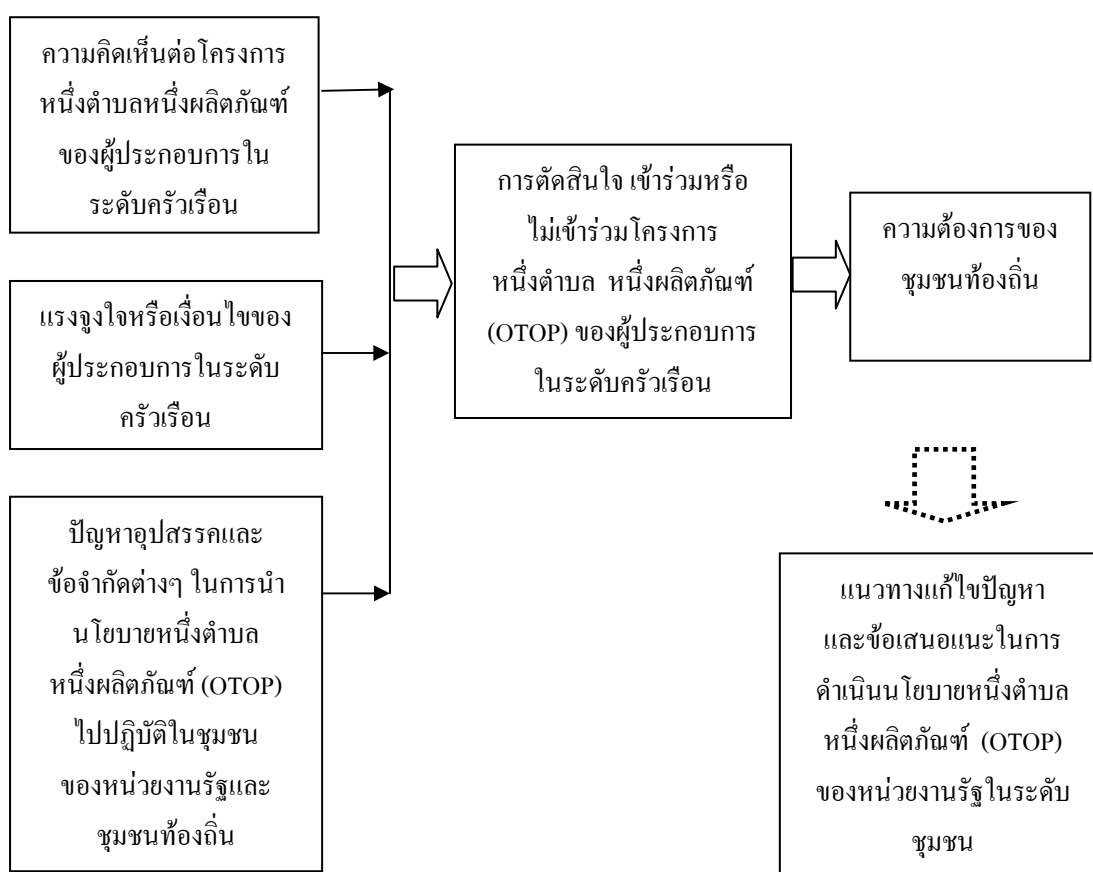
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาใน 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรก คือความคิดเห็น แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่ เข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ประเด็นที่ 2 คือ ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชนและประเด็นที่ 3 คือ ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทั้งในประเทศญี่ปุ่นและในประเทศไทยดังกล่าว ซึ่งเป็นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลชุมชน วิเคราะห์และสังเคราะห์กลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ถึงความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วม

และไม่เข้าร่วมโครงการของกลุ่มผู้ประกอบการ การบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐมีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดอย่างไรในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชน และแนวทางแก้ไขหรือข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายดังกล่าวในระดับชุมชน ซึ่งสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หมายถึง โครงการของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริม สนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด
2. ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน หมายถึง ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา นอกจากประกอบอาชีพทำนา เลี้ยงสัตว์ และค้าขายเป็นอาชีพหลักแล้วยังผลิตสินค้าออกจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม

3. กลุ่มที่เข้าร่วม หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการตาม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ปี 2549
4. กลุ่มที่ไม่เข้าร่วม หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ปี 2549
5. การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย
6. แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งซึ่งความคุ่มพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ เอง ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้น ส่วนภายนอก ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่นๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้
7. เงื่อนไขในการตัดสินใจ หมายถึง สาเหตุของปัจจัยที่มากกระทบต่อปรากฏการณ์ที่ทำให้ในบุคคลเลือกปฏิบัติต่อการกระทำต่อตนเอง สังคมในสถานการณ์นั้นๆ
8. องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องระดับสั่งการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับสั่งการ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด พัฒนาการอำเภอ/จังหวัด เกษตรอำเภอ/จังหวัด พาณิชยจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ/จังหวัด และอุตสาหกรรมจังหวัด ซึ่งมีหน้าที่ในการดูแลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ เช่น การควบคุมการผลิต การดูแลมาตรฐาน หรือแม้แต่การประชาสัมพันธ์เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการระดับต่างๆ
9. องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องระดับพื้นที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับพื้นที่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เกษตรตำบล การศึกษา นอกโรงเรียน สาธารณสุขตำบลและเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่รับผิดชอบ ซึ่งมีหน้าที่ในการดูแลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ เช่น การควบคุมการผลิต การดูแลมาตรฐาน หรือแม้แต่การประชาสัมพันธ์ การทำการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคำสั่งการจากคณะกรรมการระดับต่างๆ

10. ชุมชน ท้องถิ่น หมายถึง ชุมชนที่มีที่ตั้งชัดเจน มีกลุ่มคนที่มาอาศัยอยู่ร่วมกัน มีการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กลายเป็นความผูกพัน และสร้างกิจกรรมเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิต ร่วมกันขึ้น ทั้งนี้ยังหมายความถึงการมีจิตสำนึกและอุดมการณ์ร่วมกันของชุมชน ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือ ด้วยสำนึกความเป็นพลเมืองในการเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนจะเป็นข้อมูลที่จะช่วยให้หน่วยงานของรัฐเข้าใจความคิดพื้นฐาน หรือมุมมองของชุมชนที่มีต่อนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้าใจต่อโครงการดังกล่าวให้กับชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุผล ได้อย่างชัดเจน

2. ความเข้าใจแรงจูงใจ ปัญหาอุปสรรค เส้นใย ข้อจำกัดต่างๆ และแนวทางแก้ปัญหา ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน และในส่วนของเจ้าหน้าที่รัฐ จะเป็นกรณีศึกษาและบทเรียนสำคัญที่จะนำไปสู่การปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างแนวทางร่วมกันในการดำเนินนโยบาย ซึ่งจะสามารถเป็นทุนในการสร้าง พัฒนาและส่งเสริมอาชีพ ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน ในชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และชุมชน โดยนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวความคิดที่ได้เกิดขึ้นกับประเทศญี่ปุ่น เมื่อกว่า 20 ปีมาแล้ว โดยใช้ชื่อว่าโครงการ “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” เริ่มต้นมาจากเมือง โออิตะ (Oita) ในปี พ.ศ. 2520 จังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่บนเกาะคิวชู ซึ่งใกล้กับประเทศไต้หวัน และเกาหลี ตั้งอยู่ทิศทางตะวันตกเฉียงใต้ของญี่ปุ่น จังหวัดโออิตะ มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็นเขตอำเภอและตำบล 58 เขต มีภูมิอากาศอบอุ่น ลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย ล้อมรอบไปด้วยภูเขาที่ราบสูงและทะเล มีชื่อเสียงในด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นแหล่งน้ำพุร้อนอันดับหนึ่งของญี่ปุ่น ทุกปีจะมีนักท่องเที่ยวมาอาบน้ำพุร้อนที่นี่ประมาณปีละ 50 ล้านคน (ข้อมูลปี 1999) มีพื้นที่ 6,338 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 1,220,000 คน รายได้ของประชากรต่อคนประมาณ 900,000 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 บาท ต่อ 3 เยน) (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546: 6-13)

แนวคิดในการรณรงค์โครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดขึ้นในช่วงที่ประเทศญี่ปุ่นมีการขยายตัวเรื่องเศรษฐกิจดีมาก และเข้ามาถึงยุคของการรักษาระดับที่ทรงตัว เมื่อมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดโออิตะ จะเข้าไปทำงานที่เมืองหลวง ทำให้เกิดปัญหาความหนาแน่นของ ประชากรที่มีมากเกินไป ประชากรส่วนใหญ่มักจะไปรวมตัวอยู่ตามเมืองหลวง และตามภาคต่างๆ สาเหตุที่ไปรวมตัว เนื่องจากเมืองหลวงเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ และเป็นแหล่งที่รวมของข้อมูลข่าวสารทำให้ในชนบทมีประชากรลดลง ในช่วงนั้นจึงมีโครงการการลงทุนของบริษัทที่มีฐานะการเงินดีทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวไปในทางบวก เริ่มถึงยุคการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มของ

การผลิตลดน้อยลง ทำให้มีความหลากหลาย เงินอุดหนุนตามที่ภาครัฐได้สนับสนุนไปตามท้องถิ่นต่างๆ ก็ลดน้อยลง ฉะนั้นทางส่วนภูมิภาคตามชนบทก็ต้องมาพึ่งตนเองมากขึ้น ปัญหาที่พบอีกอย่างหนึ่งในช่วงที่เศรษฐกิจมีการขยายตัว คือ จำนวนประชากรในพื้นที่มีสัดส่วนของผู้หญิงมากขึ้น พบคนสูงอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนหนุ่มสาวได้เข้าไปทำงานในเมืองหลวงหมด ดังนั้น ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ นายฮิรามัตสึ (Mr. Morihiko Hiramatsu) ได้เดินทางไปทั่วจังหวัดโออิตะ พบว่าได้รับการร้องเรียนจากทางประชาชนว่ามีปัญหาเรื่อง รายได้ตกต่ำ ไม่มีงานทำ ไม่มีความพร้อมเรื่องการรักษาพยาบาล สภาพแวดล้อมไม่ดี เพราะทางภาครัฐไม่ให้ความช่วยเหลือ ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะจึงหาแนวทาง เพื่อมากระตุ้นให้สถานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น มี 2 แนวทาง ได้แก่ จากปัจจัยภายนอก คือ การดึงเอาบริษัทขนาดใหญ่ที่มีฐานะการเงินดีมาลงทุนในพื้นที่ และปัจจัยภายใน คือ การส่งเสริมให้ประชากรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ ได้มีการสร้างงาน สร้างธุรกิจ ทำงานกันเพื่อที่จะหารายได้ (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กรมการพัฒนาชุมชน, 2545: 11)

ซึ่งแนวความคิดหลักของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือ การใช้ปัจจัยภายในอย่างเต็มที่ ทำอะไรด้วยตนเอง คิดเอง สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น หรือชุมชนตนเองเอาของที่มีอยู่เดิมซึ่งคืออยู่แล้วมาพัฒนาให้ดีขึ้น และอีกแนวทางหนึ่งก็คือ การทำให้เมือง จังหวัดเป็นฐานข้อมูล เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่ใช้ประโยชน์ได้ทั่วไป ดังที่ กิตติ ลิ้มสกุล (2544: 5) กล่าวว่าหลักสำคัญของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global) คือ การสรรหาสิ่งดีๆ ซึ่งเป็นลักษณะเดิมของชุมชนมาพัฒนาให้ดีขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของทั่วโลกได้หลักสำคัญที่ 2 คือ พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self reliance creativity) คือ การคิดด้วยตัวเอง ทำเอง พยายามสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง มีการค้นหาสิ่งที่เป็นศักยภาพที่ซ่อนอยู่ที่ในชุมชนเอามาพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่เป็นที่เป็นความรู้ดั้งเดิมเป็นเหมือนการตกผลึกของดีๆ และหลักสำคัญอีกประการ คือ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (human resource development) คือ การพัฒนาให้โอกาสคนที่มีความคิดดีๆ ให้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ และทำงานอย่างเต็มศักยภาพของตนเอง

การที่จะทำอย่างนี้ได้ วิธีการแรก คือ ต้องทำให้ความคิดนี้ได้แพร่กระจายไปในชุมชนของตนเอง พร้อมๆ กับการพัฒนาชุมชน ฉะนั้น การที่จะพัฒนาให้ชุมชนได้เข้าใจในความคิดนี้มีวิธีการเผยแพร่ให้ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ในหลายระดับ คือ ต้องให้ผู้ว่าราชการจังหวัด อธิบดีทุกกรม ได้ทราบแนว ความคิดหลักของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ก่อน อันดับต่อมาจึงให้ผู้ว่าราชการจังหวัด แต่ละจังหวัดได้จัดประชุม สัมมนาชี้แจงแนวทางให้นายอำเภอ หัวหน้าส่วนราชการทุกส่วนของอำเภอ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มองค์กรสตรี กลุ่มอาชีพต่างๆ และประชาชนทั่วไป ได้เข้าใจแนวความคิดในการพึ่งตนเอง ไม่ใช่รอรับการ

ช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างเฉียว ให้ทุกคนได้รับทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง โดยผ่านสื่อสาร มวลชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน ต้องการค้นหาสิ่งต่างๆ ได้ใช้ความรู้ประสบการณ์ของแต่ละชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีฐานความรู้พื้นฐานที่ทางรัฐได้สร้างศูนย์วิจัยในหัวข้อต่างๆ เพื่อที่จะเป็นแหล่งความรู้ให้กับคนในชุมชน

ซึ่งในจังหวัด โออิตะมีการจัดตั้งศูนย์แนะนำการแปรรูปทางการเกษตร เป็นศูนย์แห่งแรกในระดับจังหวัด ทำกันขึ้นมาเอง ตัวอย่าง เช่น คาโบสสี ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับมะนาวของไทย มีการพัฒนา การผลิตสามารถที่จะแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ประมาณ 30 อย่าง ศูนย์ฯ ต่อมา คือ ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรเพื่อเป็นฐานความรู้ในการประยุกต์ใช้ต่อไป คือ ศูนย์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์การเกษตร ทำหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีคุณภาพดีขึ้น มีการวิจัย การใช้ประโยชน์ของบ่อน้ำร้อนในการเพาะปลูกดอกไม้ นอกจากนี้จังหวัด โออิตะมีชื่อเสียงในเรื่องเห็ดหอมและการที่จะทำเห็ดหอมซึ่งมีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 ในญี่ปุ่น มีชื่อเสียงดังไปทั่วโลก ก็เพราะมีศูนย์วิจัยเรื่องเห็ด จึงทำให้มีสัดส่วนของตลาดสินค้าเห็ดหอมมียอดขายเป็นร้อยละ 28 ของทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้รางวัลในเรื่อง พันธุ์เห็ดหอมเป็นอันดับ 1 ของประเทศด้วย (กรมพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กรมการพัฒนาชุมชน, 2545: 15)

หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ ญี่ปุ่นไม่ได้หมายถึง การผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวหากแต่สามารถเป็นหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งอุตสาหกรรม หนึ่งอาชีพก็ได้ อย่างเช่น ระบบการเพาะเลี้ยงในทะเลมีการเปิดเพลงให้ปลาฟังตอนให้อาหารปลา ทำให้ปลามีความสุข เป็นการระบายความเครียดให้ปลา ทำให้ปลาออกไปได้เป็นจำนวนมาก เป็นเทคนิคในการเพิ่มผลผลิตอีกอย่าง เพลงที่เปิดให้ฟังเป็นเพลงพื้นเมืองของโออิตะ นอกจากศูนย์ทางการเกษตรแล้ว ยังมีศูนย์พัฒนาฝีมือทางหัตถกรรม อุตสาหกรรม และศูนย์ทดลองสินค้าปศุสัตว์ มีการเลี้ยงวัว การพัฒนาวัว ทำโคลนของวัว และมีการอบรมในชุมชน คือ การพัฒนาทรัพยากรด้านบุคคล ได้แก่ การตั้งกลุ่มศึกษาเพื่อเสริมสร้างความอุดม สมบูรณ์ในชุมชนศึกษา เรื่อง การค้าในอนาคต มีการจัดตั้งกลุ่มสตรีชุมชนศึกษา เรื่อง ศูนย์ศึกษาข้อมูลสารสนเทศของจังหวัด ได้มีการพัฒนาตัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย มีการดำเนินการใน 3 เรื่อง คือ การตลาด การขยายการกระจายสินค้าของจังหวัด จัดตั้งบริษัทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้นมาหลังจากเริ่มโครงการได้ 10 ปี มีการจัดงานแสดงสินค้าในจังหวัดโตเกียว ซึ่งเป็นศูนย์กลางของประเทศในจังหวัดชุมชนเองก็มีตลาดทั่วไป และตลาดนัดมีสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จำหน่าย ตามสถานีรถไฟต่างๆ ก็จะมีร้านขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546: 14) สาระเกี่ยวกับความเป็นมาและนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีดังนี้

1. กระบวนการดำเนินงาน “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดโออิตะ ในกระบวนการพัฒนา (one village one product symbiosis)

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2544: 5-6) ได้สรุปสาระสำคัญของการพัฒนาตามแนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดโออิตะ ไว้ดังนี้

ปรัชญา แนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” เน้นความรักในท้องถิ่นความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ มีความเชื่อมั่น มีทิศทางร่วมกันในการฟื้นฟูท้องถิ่น มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์บนรากฐานวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ มีการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

แนวคิด แนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์” เน้นให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ชนิด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากผลผลิต และทรัพยากรของท้องถิ่นลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

หลักการ แนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ (The Oita prefecture one village one product 21 promotion council (2001) “concept: The one village one product movement journal. 3 – 1 – 1, Ote – machi, Oita, 870 – 8501, Japan)

1. Think globally act locally หมายถึง คิดระดับโลก ทำระดับท้องถิ่นด้วยความแตกต่างในแต่ละท้องถิ่นและวัฒนธรรม เราได้สร้างผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถทำการตลาดได้ทุกหนทุกแห่ง ในญี่ปุ่นและทุกที่ในโลก

2. Independence and creativity หมายถึง ความเป็นอิสระและความคิดสร้างสรรค์ ประชาชนในท้องถิ่น สามารถตัดสินใจด้วยตัวเอง “หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์” จะเป็นอย่างไร หนึ่งหมู่บ้านสามารถเลือกได้ 3 ผลิตภัณฑ์ หรือ 2 หมู่บ้าน สามารถร่วมกันทำการผลิต 1 ผลิตภัณฑ์ ให้รัฐบาลท้องถิ่นสามารถที่จะจัดหาผู้ช่วยในขั้นสุดท้ายในขั้นสุดท้ายของกิจกรรม เช่น ด้านเทคนิค และด้านการตลาด

3. Fostering human resources การสนับสนุนทรัพยากรมนุษย์เป้าหมายสุดท้ายของกิจกรรมนี้ (ultimate goal) คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความล้มเหลวเกิดขึ้นได้ ถ้าผู้นำท้องถิ่นสิ่งนั้นก็ คือ การตอบสนองอย่างสร้างสรรค์ เมื่อได้เกิดความท้าทายกับบางเวลาที่ยากลำบาก

2. การพัฒนาแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย

ประเทศไทยมีบทเรียนมากมายที่สามารถนำมาปรับใช้กับประเทศไทยไม่ใช่แค่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรในท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น

สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในชุมชน มีการพัฒนาการผลิตพร้อมกับการส่งเสริมการตลาด มีการทดลองพัฒนาประชาสัมพันธ์ให้สังคมเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำมีรายละเอียดของกิจกรรม ดังนี้

1. การพัฒนาเศรษฐกิจโดยการเพิ่มมูลค่าผลผลิต เวลาที่ชาวญี่ปุ่นพูดถึงการพัฒนาเศรษฐกิจจะมุ่งที่การเพิ่มมูลค่าในผลผลิต (value added) เพื่อให้มีรายได้เพิ่มจากการผลิต ดังนั้นผลผลิตเกษตร ต้องมีการแปรรูปให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ในขณะที่คนไทยจะเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อให้รายได้เพิ่มขึ้น

2. การพัฒนาเศรษฐกิจจากทรัพยากรและภูมิปัญญาของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นบ๊วยของเมืองโอยาม่า หรือผลิตภัณฑ์จากฟางข้าว ต่างก็เป็นผลผลิตที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นผสมผสานกับการใช้ภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น แม้แต่การสร้างศูนย์วัฒนธรรมของเมืองอิดานามิ เป็นการมองหาประโยชน์จากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เปลี่ยนวิธีคิดเสียใหม่ ร่วมมือกับคนภายนอกบ้าง เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ๆ

3. สร้างความเป็นชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาเศรษฐกิจต้องทำด้วยการส่งเสริมความร่วมมือของคนในชุมชน การที่พูดถึงการพัฒนาการผลิตของเมืองตนเองว่า การสร้างเมืองด้วยการระดมความคิดจากชุมชนผ่านช่องทางสื่อสารมวลชน ให้ช่วยกันหาทางพัฒนาความเป็นอยู่ของทุกคนให้ดีขึ้นและกระตุ้นให้คนในชุมชนหันมาเรียนรู้ร่วมกันปรึกษาหารือและร่วมมือกันแก้ปัญหา รวมทั้งใช้การผลิตเป็นโจทย์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความสัมพันธ์ทางสังคมในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน (CERCAP) และการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน (RKNs)

4. การพัฒนาการผลิตพร้อมๆ กันกับการส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฟางข้าว การส่งเสริมการพัฒนาพันธุ์บ๊วย ได้มีการจัดการประกวด การทำสารคดี การจัดเทศกาลต่างๆ ล้วนเป็นการส่งเสริมการตลาดให้กับสินค้า ทำให้มีคนรู้จักสินค้ามากขึ้น และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ผลิตในสายการผลิตใกล้เคียงต่อเนื่องกัน เปิดช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ ให้กับสินค้าของชุมชน

5. การส่งเสริมการผลิตต้องคิดถึงผู้บริโภคเป็นอันดับแรก การผลิตสินค้าต้องดูความต้องการของผู้บริโภค สินค้าที่สังคมไม่นิยมใช้แล้วอย่างลูกคิด สามารถพลิกฟื้นขึ้นมาได้ถ้ามีการกระตุ้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นสิ่งที่ล้ำสมัยไม่ใช่ปัญหาเสมอไป

6. การพัฒนาเศรษฐกิจสามารถใช้เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผลที่ได้สำคัญทุกกิจกรรมไม่ใช่เรื่องรายได้ แต่เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกชุมชนจนมีความเข้าใจกัน เมื่อดำเนินกิจกรรมก็ส่งเสริมการตลาดและพัฒนาประชาสัมพันธ์ให้สังคมเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำในฐานะที่เป็นสิ่งสร้างสรรค์ของชุมชน ทำไมเราเห็นไม้ไผ่เป็นถ่านได้ด้วย และถ่านไม้ไผ่ไม่ใช่เป็นเพียงถ่าน แต่ถ่านไม้ไผ่สามารถใช้เป็นเครื่องมือพัฒนานักวิทยาศาสตร์

ชุมชนได้อีกด้วย หรือกิจกรรมของศูนย์วัฒนธรรมเมืองอิดานามิ แม้ว่าต้นทุนจะสูง ระยะเวลาต้นทุนยังอีกยาวนาน แต่ก็เป็นการลงทุนที่ทำให้ผลระยะยาว เพราะการพัฒนาจะยั่งยืนต้องเรียนรู้เรื่องราวของอดีต (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546: 16-20)

เมื่อจังหวัดโออิตะ ได้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาตนเอง โดยแนวทาง “หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์” ได้มีความพยายามนำแนวทางนี้เข้ามาใช้กับประเทศไทย จังหวัดต้นแบบที่นำแนวคิดนี้มาใช้ คือ จังหวัดสงขลา และจังหวัดเชียงใหม่ สองจังหวัดดังกล่าวได้มีการส่งหน่วยงานราชการหลายหน่วยงานไปศึกษาดูงาน “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของโออิตะแล้วนำแนวความคิดและแนวทางมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศไทย

การถอดประสบการณ์จากความสำเร็จของจังหวัดโออิตะ ในการพัฒนาตามแนวทางหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) มาปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ดังที่ รุ่งนภา อนุเรือง และคณะ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิเคราะห์กระบวนการความคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโออิตะ เพราะความสำเร็จของโออิตะ เกิดจากการพัฒนากระบวนการที่ใช้เวลาใช้ความเป็นชาตินิยมในสายเลือดความมีระเบียบวินัยสูง ในการดำรงชีวิตและใช้ชีวิต จนเกิดรูปแบบความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม โดยมีสาระสำคัญในประเด็นดังต่อไปนี้

1. จังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดที่เน้นการพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นก็เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร หรือต่อเนื่องจากฐานการเกษตรของจังหวัด จะต้องมีการพัฒนาที่ดินขนาดใหญ่เพื่อเอาชนะข้อจำกัดของที่ดินสำหรับการเกษตรที่มีเพียง 10 เปอร์เซ็นต์ และจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมีมาตรฐานระดับโลก และพยายามไม่ให้ผลิตภัณฑ์ที่เหมือนหรือซ้ำๆ กันแต่ละชุมชนต้องมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากผลผลิต ทรัพยากร โดยภูมิปัญญาของท้องถิ่น ของชุมชน แต่ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับโลก (เพื่อโอกาสในการส่งออก) นี่คือ ยุทธศาสตร์ที่โออิตะกำหนดไว้ชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่ม

2. ยุทธศาสตร์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เน้นการพึ่งตนเอง เพราะที่ผ่านมภาคการเกษตรได้รับการอุดหนุนและช่วยเหลือรัฐบาลมาก โออิตะสรุปว่า การอุดหนุนหรือการช่วยเหลือแบบให้เปล่าที่รัฐให้มากเกินไปนั้น นอกจากช่วยเหลือเกษตรกรไม่ได้ไม่จริงแล้วยังทำลายศักยภาพของคนในภาคเกษตรของจังหวัดโออิตะอีก การช่วยเหลือแบบให้เปล่าที่มากเกินไป ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจังหวัดโออิตะ ยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเน้นให้ชุมชนพึ่งตนเอง โดยการพัฒนาจากฐานศักยภาพด้านภูมิปัญญาและทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

3. ประเด็นสุดท้ายในยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแนวทาง “หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์” คือ เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หรือการพัฒนาคน คนต้องเรียนรู้ ต้องเข้าใจ และ

ต้องพัฒนาเทคโนโลยี แต่มีเงื่อนไขว่าต้องไม่ใช่เทคโนโลยีที่เหมือนกับจังหวัดอื่นๆ เทคโนโลยีที่โออิตะให้ความสำคัญคือ เทคโนโลยีที่สัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ในลำดับแรกๆ คือ การเกษตร และผลิตภัณฑ์เป็นเทคโนโลยีที่ต่อเนื่องจากฐานสำคัญของการพัฒนาจังหวัดโออิตะและที่สำคัญที่สุดคือ เทคโนโลยีต้องคำนึงถึงผู้บริโภคไม่ทำลายผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

จากกระบวนการความคิดของโออิตะ ทำให้เห็นว่า หากจะทำแนวความคิดดังกล่าวมาใช้ในประเทศไทย จะต้องมีการปรับกระบวนการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต เอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน และที่สำคัญแต่ละชุมชนต้องมีเอกลักษณ์ของตนเอง มีการพึ่งตนเอง โดยการพัฒนาจากฐานศักยภาพด้านภูมิปัญญาซึ่งได้แก่ ความรู้ ค่านิยม อุดมการณ์ หรือบรรทัดฐานทางสังคม ผนวกกับทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเอง และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หรือการพัฒนาคน คือ การพัฒนาการให้โอกาสคนที่มีความคิดดีๆ ความรู้ดีๆ มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นและทำงานอยู่เต็มที่ ขณะที่ภาครัฐก็มีวิธีการที่กระตุ้นเศรษฐกิจ 2 แนวทาง คือ ปล่อยภายนอก คือ การดึงเอาบริษัทใหญ่มาลงทุนในพื้นที่ และการค้าแบบหักบัญชี (คือ การค้าต่างตอบแทน) ส่วนปล่อยภายใน คือ การส่งเสริมให้ประชากรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ ได้มีการสร้างงาน สร้างธุรกิจ ทำงานกันขึ้นมาเพื่อที่จะหารายได้ช่วยตนเอง ทำอะไรด้วยตนเอง คิดเอง ทำเอง ทำให้สามารถนำความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์มาพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญได้ จากแนวทาง หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้ คือ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับโลก โดยมีความแตกต่างของท้องถิ่นและวัฒนธรรม มีความคิดที่เป็นอิสระต่อกัน และสร้างสรรค์ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาวะที่คับขัน จากวิกฤติทำให้เป็นโอกาส จึงจะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในกระแสโลกาภิวัตน์

3. แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของประเทศไทย

จากแนวคิดและการดำเนินการ โครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นที่โออิตะ ในปี 2544 รัฐบาลได้มีนโยบายในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ขึ้นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพ ในการดำเนินการตามนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจึงต้องใช้กลไกของหน่วยดำเนินการทั้งระบบขับเคลื่อนให้ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้เกิดการบูรณาการในการดำเนินงานร่วมกัน ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติโดยรวม (กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย, 2544: 4) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริม

ให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังกาย (energy) ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) และความปรารถนา (desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลักเพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดีและคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล กระบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลักให้เข้าสู่มาตรฐานสากลและบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลกเสริมกับการตลาดในประเทศ ดังนั้น การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการทางการตลาดอย่างเหมาะสมสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนนั้นๆ ได้ทางหนึ่งคนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจกันให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกันมีจุดประสงค์ไปในทิศทางเดียวกัน จึงสามารถทำให้ความคิดนั้นๆ สำเร็จได้ สิ่งที่มองเห็นได้ชัด ก็คือ การคิดค้น การสร้างผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม สิ่งที่ไม่เห็นคือพลังแห่งความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดจากความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง

แนวทางพัฒนาท้องถิ่นนี้จึงเป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกันกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้นอยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้นรวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุนส่งเสริมและสร้างผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งที่จะเป็นอันตรายต่อชุมชน และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทย

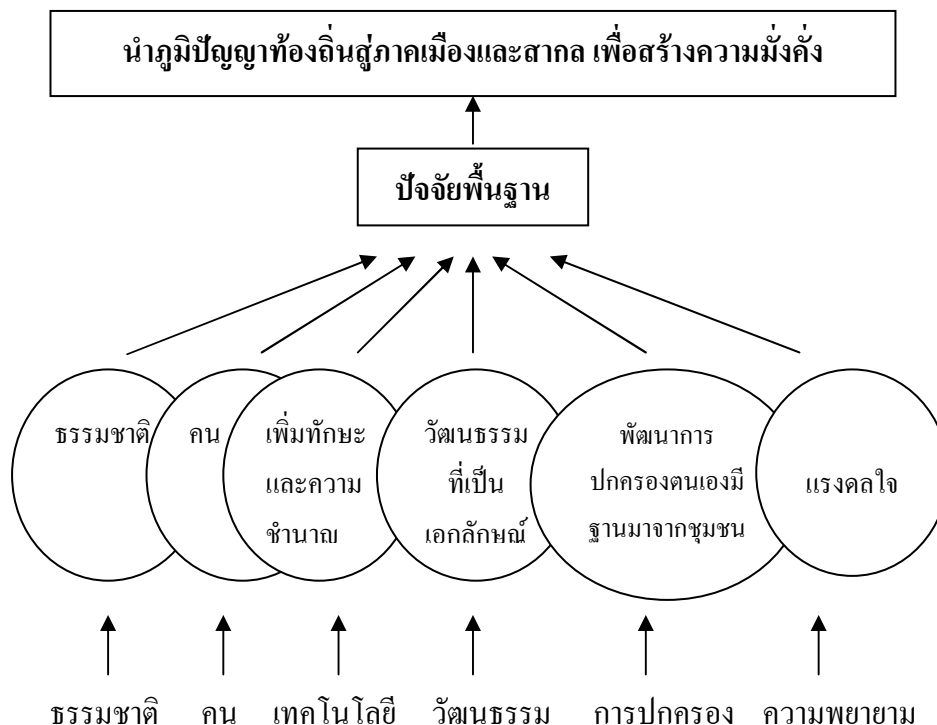
ดังนั้น แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่นลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น ไปสู่เมืองใหญ่ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (unit of development) เบื้องต้นและรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

4. หลักการพื้นฐานของแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน (2546: 9-10) กล่าวว่าหลักการพื้นฐานของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้ยึดตามหลักการของ โออีเซ 3 ประการ ได้แก่

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดสร้างสรรค์ (self-reliance-creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) พุ่มพอกประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

ภายใต้คำขวัญ (slogan) ที่ว่า นำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่งคั่งสู่เมือง และแนวคิดดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของปรัชญาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 3 ประการ คือ (1) สร้างเสริมและพัฒนาให้ท้องถิ่นมั่งคั่ง (2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในทุกกิจกรรม และ (3) กิจกรรมครอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่งคั่งสู่เมือง

ที่มา: คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2544: 6.

สำหรับการดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีหลายหน่วยงาน เข้ามารับผิดชอบ ในระดับจังหวัด/อำเภอ แยกกลุ่มกิจกรรมส่งเสริมได้ 6 ลักษณะ ได้แก่

1. การรวมกลุ่ม และการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนหน่วยงาน เข้ามารับผิดชอบ ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน กรมการปกครอง องค์การบริหารส่วนตำบล
2. การพัฒนาการผลิตเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักงาน เกษตรอำเภอ/จังหวัด
3. การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมปัจจัยการผลิต หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม
4. การส่งเสริมการตลาด หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์
5. การวิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
6. การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์

5. กระบวนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

กระบวนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เน้นการ ให้การสนับสนุนมากกว่าการให้เงินช่วยเหลือ โดยยึดนโยบาย 3 หลัก คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพ ระดับโลก มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อ มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี และ 3 กิจกรรม ได้แก่ ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตและคิดขึ้นเองในท้องถิ่น การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพในท้องถิ่น ดังที่ กิตติ ลิ้มสกุล (2545: 5-12) กล่าวไว้มีรายละเอียด ดังนี้

1. การให้การสนับสนุน (support) มากกว่าการให้เงินช่วย กระบวนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เน้นการให้การสนับสนุนมากกว่าการให้เงินช่วยเหลือ โดยยึดนโยบาย 3 หลัก คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อ มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี และ 3 กิจกรรม ได้แก่ ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตและคิดขึ้นเองในท้องถิ่น การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพในท้องถิ่น หลักการกระบวนการนี้ ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะมักจะ ไปทำลายความสามารถในการพึ่งพาตนเอง รัฐบาล เพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือ ในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ การตลาดชุมชนท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขาย หรืออาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one product corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

1.2 มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี ในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะหมู่บ้าน หรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

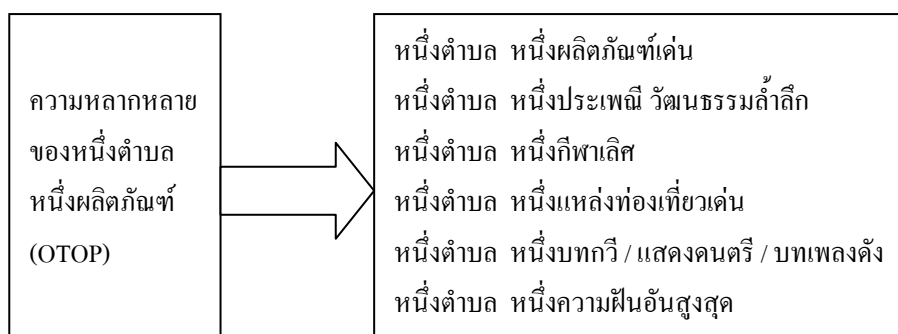
1.3 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผน การตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

2. กิจกรรมหลักของการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้แก่ การขายสินค้าท้องถิ่น ไปยังตลาด และการผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

การดำเนินงานตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงมิใช่แต่เพียงการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และชุมชนเท่านั้น แต่หมายรวมถึง การนำทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นภูมิปัญญาชาวบ้านประเพณีวัฒนธรรม และความรู้ ความสามารถของประชาชนในด้านต่างๆ ที่มีความหลากหลายมาประกอบกันดังภาพประกอบ 2 เพื่อสร้างสรรค์งานให้เป็นเอกลักษณ์มีคุณค่าและสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับชุมชน

ดังนั้นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงมิได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น เป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้าน ขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และขบวนการคิดสร้างสรรค์ของประชาชนในชุมชนที่สร้างขึ้น



ภาพประกอบ 2 ความหลากหลายของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ที่มา: คณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2544: 11.

จากแนวคิดหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ของประเทศญี่ปุ่นมาสู่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของประเทศไทย ทำให้ภาครัฐปรับบทบาทจากผู้ให้ความช่วยเหลือด้านเงิน หรือทรัพยากรในการผลิตแบบให้เปล่ามาเป็นผู้ให้การสนับสนุน ส่งเสริม กระตุ้นให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง คิดเอง ทำเองอย่างมีคุณค่า โดยมีการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐจากทุกส่วนราชการจึงเป็นที่มาของเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เพื่อให้ประชาชนยืนอยู่บนความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน

ความหมายของชุมชน

ในทศวรรษที่ผ่านมากระแสการสนับสนุน เรื่อง ความเป็นชุมชน ได้เป็นกระแสใหญ่ กระแสหนึ่งที่ไหลคู่ขนานไปกับกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทั้งนี้สาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือ การเกิดขึ้นของกระแสโลกาภิวัตน์ได้ก่อให้เกิดวิกฤตการณ์ทางสังคมและส่งผลกระทบต่อประชาชนอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง การริเริ่มของชุมชน เพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ดังกล่าวจึงเกิดขึ้นและมีบทบาทเป็นอย่างมากในการขบคิดเพื่อแสวงหาทางเลือกใหม่ในการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมและการพึ่งพาตนเอง ดังที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายเอาไว้ ดังนี้

“ชุมชน” เป็นคำที่นำไปใช้กันอย่างกว้างขวาง และใช้ในลักษณะแตกต่างกันออกไปจึงมีอาจกล่าวได้ว่าชุมชนเป็นคำที่มีความหมายแน่นอนตายตัวเพียงประการเดียว อาจพิจารณาได้หลายแง่มุม อาทิ ปรัชญา กายภาพ สังคมวิทยา จิตวิทยา โดยในบางครั้งความหมายของชุมชนไม่จำกัดอยู่กับความหมายที่ให้ความสำคัญกับอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์หรือบริเวณเล็กๆ ที่หมายถึงหน่วยทางปกครองในระดับหมู่บ้านเท่านั้น ความหมายของชุมชน อาจจะมีทั้งรูปธรรมและนามธรรม มีหลายขนาดและหลายระดับ ตั้งแต่ระดับหมู่บ้านจนถึงระดับโลกก็ได้ (ปรีชาดิ วลัยเสถียร, 2543: 1)

อย่างไรก็ตามการให้ความหมายเกี่ยวกับชุมชน กลับเป็นคำที่ให้นิยามและความหมายได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจากการให้ความหมายเกี่ยวกับชุมชนจะอยู่ภายใต้วาทกรรมชุดหนึ่ง (Discourse) ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปภายใต้เงื่อนไขและบริบททางสังคม การเมือง ดังนั้นการให้ความหมายเกี่ยวกับชุมชนในปัจจุบันจึงมีลักษณะหลากหลาย เช่น

พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (อบอุ้น) (2548: 99) กล่าวว่าสังคมไทยมักจะให้นิยามความหมายของ “ชุมชน” ในขอบเขตของพื้นที่ทางกายภาพและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในพื้นที่หรือหมู่บ้านแห่งใดแห่งหนึ่ง แต่ในความเป็นจริงชุมชน หมายถึง “การรวมตัวของคน” ที่มีจิตสำนึกและความมุ่งมั่นร่วมกัน เป็นสายใยของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีพลังยึดโยง สนับสนุน เกื้อกูลซึ่งกันและกัน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526: 6) ได้ให้ความหมายว่า ชุมชน หมายถึง องค์การทางสังคมอย่างหนึ่งที่มีอาณาเขตครอบคลุมท้องถิ่นหนึ่ง และปวงสมาชิกสามารถบรรลุถึงความต้องการพื้นฐานส่วนใหญ่ และสามารถแก้ไขปัญหาส่วนใหญ่ในชุมชนของตนเองได้ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ประชากร สถาบันทางสังคม องค์การทางสังคมและพื้นที่ทางภูมิศาสตร์

กาญจนา แก้วเทพ (2538: 14-15) ได้ให้ความหมายว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน มีฐานะหรืออาชีพที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน (Homogeneous) มีลักษณะของการใช้ชีวิตร่วมกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผู้อยู่อาศัยในชุมชนมีความรู้สึกร่วมกันเป็นชุมชนเดียวกัน มีการดำรงรักษาคุณค่า และมรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา รวมทั้งการถ่ายทอดไปสู่ลูกหลานด้วย

พรรณงาม เก้าธรรมสาร และพิชชา แสงคง (2542: 211) ได้ให้ความหมายว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน มีวิถีชีวิต วัฒนธรรมร่วมกัน มีกิจกรรมที่ร้อยรัดให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน มีสำนึกร่วมเพราะต้องเผชิญกับปัญหาาร่วมกันในสถานที่หนึ่ง (Space) ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์แต่เลื่อนไหลไปตามกิจกรรมของชุมชน

ประเวศ วะสี (2541: 13) ได้ให้ความหมายว่า ชุมชน หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในระหว่างการกระทำ และมีการติดต่อสื่อสาร (Communicate)

กล่าวได้ว่า ความหมายเกี่ยวกับชุมชนในอดีตจะเน้นไปที่ลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ มักจะหมายถึง ขอบเขตเชิงพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของชุมชนที่ชัดเจน มีกลุ่มคนที่มาอาศัยอยู่ร่วมกัน มีการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กลายเป็นความผูกพัน และสร้างกิจกรรมเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตร่วมกันขึ้น อย่างไรก็ตามชุมชนในทัศนะของนักวิชาการที่ศึกษาด้านประชาคมเห็นว่าชุมชนไม่ได้อยู่ที่ลักษณะทางกายภาพ (อยู่ในอาณาบริเวณเดียวกัน) หรือขึ้นกับคนเท่านั้น แต่หมายถึง จิตสำนึกและอุดมการณ์ของชุมชน ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือ ด้วยสำนึกความเป็นพลเมืองในการเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ความเป็นชุมชนจึงมิได้หลายลักษณะและหลายระดับ ตั้งแต่ชุมชนในระดับครอบครัว ชุมชนระดับหมู่บ้าน ชุมชนระดับเครือข่าย ชุมชนวิชาการ (Academic Community) หรือชุมชนโลก เป็นต้น

ลักษณะของความเป็นชุมชน

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543: 4-7) ได้จำแนกชุมชน และความเป็นชุมชนออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ชุมชนหมู่บ้าน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1.1 ชุมชนในฐานะหน่วยพื้นฐานของการพึ่งตนเอง เป็นการมองว่า ชุมชนจะต้องอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ของผู้คนที่รู้จักกันอย่างใกล้ชิด มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่นั้นร่วมกัน ระบบความสัมพันธ์เป็นครอบครัว เครือญาติ มีการแลกเปลี่ยนและพึ่งพา ชุมชนเป็นระบบพื้นฐานของสังคมที่มีศักยภาพในการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกในด้านต่างๆ โดยมีพิธีกรรมความเชื่อพื้นถิ่นช่วยจรจรโลงการดำรงอยู่ของชุมชนเอาไว้

1.2 ชุมชนในฐานะหน่วยทางการปกครอง ชุมชนเป็นหน่วยทางสังคมที่เล็กที่สุดที่ทางราชการกำหนดให้เป็นหมู่บ้าน มีฐานะเป็นหน่วยทางการปกครองของรัฐที่มีพื้นที่และอาณาเขตที่ชัดเจนตามประกาศของกระทรวงมหาดไทย สมาชิกในชุมชนอาจผูกพันกันในรูปแบบของชุมชนในลักษณะแรก หรืออาจจะไม่ผูกพันแต่ถูกกำหนดความสัมพันธ์โดยกระบวนการของรัฐ

2. ชุมชนในฐานะขบวนการทางสังคม (Social movement) ชุมชนซึ่งเป็นขบวนการทางสังคม เป็นอุดมการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมสมัยใหม่ (Modernity) เนื่องจากเห็นว่าวิธีการและขบวนการแบบเดิมไม่สามารถสนองตอบต่อการแก้ไขปัญหาได้ จึงมีการรวมกลุ่มกันในรูปแบบต่างๆ มีการกำหนดเป้าหมายและข้อเรียกร้อง มีอุดมการณ์ที่ชัดเจน และมีการจัดรูปองค์กรในการดำเนินงาน โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมุ่งจะพิทักษ์ชุมชนจากการรุกรานของรัฐและกลุ่มทุน มีความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงค่านิยมและสร้างวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเป็นทางเลือก โดยที่สมาชิกของชุมชนไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน แต่มีการยึดโยงกันด้วยปัญหา อุดมการณ์ และจิตสำนึก เป็นหลัก เช่น การรวมตัวกันของสมาชิกคนจกกลุ่มประมงพื้นบ้านภาคใต้ เป็นต้น

3. ชุมชนในแนวมุขยนิยมหรือเชิงอุดมคติ (Humanistic perspective) ชุมชนลักษณะนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่า ความเป็นสังคมสมัยใหม่ ทำให้สูญเสียความเป็นชุมชน (Sense of community) ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมสมัยใหม่ เกิดการแข่งขัน เอารอดเอาเปรียบ สร้างสถานะแปลกแยก โดดเดี่ยว สิ้นหวัง ไม่สนใจใยดี และสูญเสียความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมและเพื่อนมนุษย์ในที่สุด ขณะเดียวกันรัฐเองไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและสถานะปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสลับซับซ้อน และมีความเชื่อมโยงและอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากกลไกรัฐมีลักษณะที่เป็นทางการ ใหญ่โต และมีสายบังคับบัญชาในแนวดิ่ง นักคิดในสายนี้จึงเสนอว่าควรมีการรื้อฟื้นความเป็นชุมชนขึ้นมาใหม่ โดยเน้นการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม องค์กร และเครือข่าย เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาอย่างเป็นกระบวนการ โดยมีกิจกรรมอันหลากหลายเพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน ลักษณะของชุมชนตามแนวคิดนี้จึงควรมีขนาดเล็ก เป็นหน่วยอิสระที่ประกอบไปด้วยความแตกต่างหลากหลาย โดยไม่ยึดติดกับอาณาเขตหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แน่นอนตายตัว

4. ชุมชนในรูปแบบใหม่หรือชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) เกิดจากแนวคิดที่ความเป็นชุมชนคือการสื่อสาร ชุมชนลักษณะนี้เป็นชุมชนไร้พรมแดน คือ สมาชิกหรือผู้ที่สนใจสามารถเข้าร่วมได้โดยไม่จำกัดหลักแหล่ง เพียงแต่มีระบบเทคโนโลยีครอบคลุมถึง อาจเป็นชุมชน กลางอากาศซึ่งอาศัยการติดต่อสื่อสารของบุคคลผ่านวิทยุกระจายเสียง ระบบโทรศัพท์พื้นฐาน และระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น รายการวิทยุ “ร่วมด้วยช่วยกัน” สถานีวิทยุ จส. 100 เป็นต้น นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่เอื้อให้เกิดชุมชนไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ชุมชนรูปแบบนี้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทำหน้าที่ในการร้อยรัดความเป็นชุมชนไว้ อย่างไรก็ตาม มีการตั้งข้อสังเกตว่า ชุมชนลักษณะนี้ทำให้คนรวมตัวกันง่าย และแตกสลายง่าย เป็นชุมชนเฉพาะกิจ และเป็นชุมชนที่ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ เทคโนโลยี และยุคสมัยเป็นเงื่อนไขสำคัญ

ไม่ว่าจะมีการให้คำนิยามคำว่าชุมชนในลักษณะต่างๆ กัน อย่างไรก็ตามความสำคัญของความเป็นชุมชน คือ การที่กลุ่มคนได้สร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างขึ้นมาด้วยตนเอง เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างกัน คุณลักษณะหรืออัตลักษณ์และการทำงานร่วมกัน ความเป็นชุมชนมิใช่สิ่งที่คงอยู่ตลอดเวลา อาจเกิดขึ้นแล้วสลายไปได้ และอาจจะฟื้นตัวขึ้นมาใหม่อีกได้ สรุปได้ว่าความเป็นชุมชนมีการปรับเปลี่ยนไปตามเงื่อนไขและสภาวะแวดล้อมต่างๆ ชุมชนและความเป็นชุมชนไม่ได้มีความหมายตายตัวหรือหยุดนิ่ง แต่มีความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง และไม่ได้มีความหมายในตัวเอง ดังนั้นการให้ความหมายเกี่ยวกับชุมชนสามารถสั้น ไหล่ เปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับพลวัตของสังคมในแต่ละยุคสมัย อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังคงมีความสำคัญในฐานะที่เป็นพันธะแห่งความร่วมมือของสมาชิกในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามให้เกิดแก่ชุมชนและสังคมโดยรวม

ทุนของชุมชน (Community capitals)

ในทุกชุมชนไม่ว่าจะเป็นชุมชนเล็กหรือใหญ่ ชุมชนนั้นมีทุน (Capital) เป็นของตนเอง ภายในชุมชน ดังที่ อุทัย คุลยเกษม (2545: 1) และธฤชวรรณ นนทพุทท (2545: 123-135) กล่าวว่า ทุนของชุมชนมี 5 ประเภท ดังนี้

1. ทุนระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural capital) หมายถึง การมีภูมิปัญญา และประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ประยุกต์เข้ากับสภาพสังคม โดยโครงสร้างทางธรรมชาติที่หลากหลายของท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีการปฏิสัมพันธ์แบบเครือญาติ สร้างระบบสังคมแบบพึ่งพาโดยใช้วัฒนธรรมชุมชนเป็นตัวเชื่อมร้อยความหลากหลายหรือความแตกต่างของบุคคลเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นพลังต่อรอง และศักยภาพของชุมชนในการใช้ทรัพยากรและการทำกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนอย่างเหมาะสม

2. **ทุนคน (Human capital)** หมายถึง การมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชนที่มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรต่างๆ ของชุมชนและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในชุมชน และสมาชิกในชุมชนอื่นๆ ที่มีความหลากหลายด้านอายุ เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กรต่างๆ ของชุมชนเข้าถึง และตอบสนองความต้องการคนทุกกลุ่มอายุ

3. **ทุนสติปัญญา (Wisdom capital)** หมายถึง การมีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาสังคมหรือชุมชนในด้านต่างๆ ซึ่งความรู้ดังกล่าวเป็นทั้งความรู้ทางการศึกษาและรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งมีการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาสู่คนรุ่นต่อไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการนำความรู้หรือภูมิปัญญาดังกล่าวมาใช้ในการบริหารจัดการกลุ่มหรือองค์กรชุมชนต่างๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่น

4. **ทุนระบบนิเวศ (Ecological capital)** หมายถึง ชุมชนมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ และเป็นแหล่งปัจจัยดีของชุมชน โดยชุมชนใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนควบคู่กับการอนุรักษ์ด้วย หากชุมชนใดมีทรัพยากรย่อยหรือชุมชนนั้นคงยั่งยืนได้ยากเพราะต้องพึ่งพิงทรัพยากรจากภายนอก

5. **ทุนเงินตรา (Monetary capital)** หมายถึง การที่ชุมชนมีการสะสมทุนทางการเงินไม่ว่าจะเป็นกลุ่มออมทรัพย์ สหกรณ์ ร้านค้า หรือกองทุนสวัสดิการต่างๆ โดยตั้งอยู่บนหลักการช่วยเหลือและพึ่งพากันของสมาชิกในชุมชน การมีส่วนร่วมและสร้างศักยภาพในการพัฒนาตนเองของสมาชิกในชุมชน และการกระจายรายได้ภายในชุมชน เพื่อเป็นหลักประกันชีวิตที่มั่นคงแก่สมาชิกในชุมชน และสร้างระบบการเงินภายในชุมชนให้ทุกคนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อพัฒนาอาชีพและเศรษฐกิจของตนเองและชุมชน

กล่าวโดยสรุปในทุกชุมชนไม่ว่าจะเป็นชุมชนเล็กหรือใหญ่ จะประกอบด้วย ทุนทางสังคม 5 ประเภท คือ ทุนระบบสังคมและวัฒนธรรม ทุนคน ทุนสติปัญญา ทุนระบบนิเวศ และทุนเงินตรา ในการวิเคราะห์ชุมชน จึงมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์ประเด็นเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อให้เข้าใจสภาพชุมชนอย่างแท้จริง

พลังท้องถิ่นและศักยภาพชุมชน

สีลาภรณ์ บัวสาย (2547: 20-30) กล่าวว่าความสามารถของท้องถิ่นในการปรับตัวและพัฒนาได้นั้นเป็นเพราะในท้องถิ่นนั้นๆ มีฐานพลังที่ทำให้ท้องถิ่นสามารถจัดการตนเองได้ และหาความสมดุลของท้องถิ่นได้ด้วย “พลังท้องถิ่น” ซึ่งประกอบด้วย 4 ฐานสำคัญ ดังนี้

1. **ฐานทรัพยากร** ได้แก่ ป่าซึ่งเป็นฐานทรัพยากรที่สำคัญและกระทบต่อคนในชุมชนมากที่สุด และสายน้ำซึ่งมีความหมายในเชิงฐานทรัพยากรใน 2 นัยยะ นัยยะแรก คือ น้ำ เป็นปัจจัย

สำคัญต่อการเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำนา และการทำสวน และนัยยะที่สอง คือ ทรัพยากรที่มากับน้ำ ซึ่งหมายถึง สัตว์น้ำ

2. เครือข่ายทางสังคม การตั้งถิ่นฐานของมนุษย์เมื่อต้องบุกเบิกพื้นที่ใหม่ๆ จำเป็นต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตหรือเพื่อความอยู่รอดนั่นเอง และแม้ชุมชนนั้นได้ก้าวพ้นภาวะดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดแล้ว เครือข่ายทางสังคมยังคงเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในท้องถิ่น ชาวบ้านในชุมชนชนบทไทยรู้จักเครือข่ายทางสังคมนี้เป็นอย่างดีและใช้เป็นด้วย เช่น หากชุมชนจะสร้างโรงเรียนให้สำเร็จโดยการระดมทรัพยากรและแรงงานชาวบ้านจะต้องไปหาใครก่อนที่เป็นผู้นำที่ชาวบ้านเคารพนับถือ เป็นต้น เครือข่ายทางสังคมถือเป็นพลังที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน ประเด็นที่ควรพิจารณาในหัวข้อนี้มีอยู่ 2 ประเด็น คือ ลักษณะของสายสัมพันธ์ทางสังคม และคุณภาพของสายสัมพันธ์

3. ระบบความรู้ ระบบความรู้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากที่เป็นสิ่งตัดสินว่า ท้องถิ่นมีพลังแข็งแกร่งเพียงใด สามารถเผชิญปัญหาและอุปสรรคได้เพียงไหน ชุมชนที่อยู่มานานในท้องถิ่นส่วนใหญ่มักจะมีการพัฒนาชุดความรู้ของตนเองขึ้นมาเพื่อการดำรงชีวิต ยิ่งชุมชนสามารถเรียนรู้ ปรับตัวรับความรู้ใหม่ๆ จากภายนอกมาต่อ ยอดกับความรู้เดิมที่มีอยู่ได้มาก ชุมชนนั้นจะยิ่งเข้มแข็งมาก ประเด็นที่ควรพิจารณาในหัวข้อนี้มีอยู่ 3 ประเด็น คือ ลักษณะของความรู้ท้องถิ่น กระบวนการสร้างและถ่ายทอดความรู้ของชุมชน และการจัดการความรู้เพื่อเป็นพลังในการพัฒนาท้องถิ่น

4. ระบบคุณค่าและความเชื่อ ในการยึดโยงเครือข่ายทางสังคมให้สามารถดำรงอยู่ได้ต่อเนื่องยาวนาน ชุมชนจำเป็นต้องสร้างระบบคุณค่าและความเชื่อชุดหนึ่งเพื่อทำหน้าที่เป็นเครื่องมือผูกร้อยใจของคนที่อยู่ร่วมกันในท้องถิ่นให้ได้ รวมทั้งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือกำกับควบคุมพฤติกรรมของคนในกลุ่มให้อยู่ในครรลองที่เป็นที่ยอมรับ และยกระดับจิตวิญญาณความเป็นมนุษย์ให้สูงขึ้นซึ่งหากกล่าวโดยสาระสำคัญแล้ว นี่คือ บทบาทหน้าที่ของศาสนานั่นเอง โดยในที่นี้ได้จำแนกประเด็นของระบบคุณค่าและความเชื่อออกมาเป็น 2 ประเด็น เพื่อให้เห็นความหมายและหน้าที่ทางสังคม (Social function) ที่สะท้อนให้เห็นพลังของศาสนธรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ หน้าที่ทางสังคมของระบบคุณค่าและความเชื่อ และการสืบทอดระบบคุณค่าและความเชื่อ

อานันท์ กาญจนพันธ์ (2543: 85 – 87) มองว่าศักยภาพชุมชน คือ สิ่งที่เราอาจพูดในภาษาปัจจุบัน “สิทธิ” คือ การยอมรับการได้รับความชอบธรรมว่าตนเองมี 1) เรื่องของคุณค่า 2) การปรับตัว 3) ทูตทางสังคมความชอบธรรม ทั้งนี้ต้องเชื่อมโยงกันทั้ง 3 ประเด็น และปัจจุบันพบว่า ปัญหาของชุมชนทั้งหลายเกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิ ความชอบธรรมในเรื่องการใช้ทรัพยากรว่า สิทธิถูกกำหนดโดยใคร หรือปัจจุบันสิทธิกำหนดโดยโครงสร้างสังคมที่เป็นรัฐชาติ ที่ออกกฎหมายที่เดียวแล้วบอกว่าเป็นหลักของการกำหนดสิทธิทั้งหมด ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์เพราะชาวบ้าน

ก็คิดว่าตนเองมีเกณฑ์ในการจัดการ กฎเกณฑ์ในการจัดการต่างๆ เหล่านี้ เป็นเรื่อง “ทุนทางสังคม” ซึ่งในความหมายนี้มี 3 ส่วน คือ

1. ระบบความรู้ คือ การที่ชาวบ้านมีระบบความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และการที่จะใช้มันได้หรือจัดการอย่างไร ต้องเป็นระบบความรู้ที่ไม่ใช่เชิงเดี่ยว เช่น แนวคิดเชิงวิทยาศาสตร์ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีลักษณะเชิงเดี่ยวค่อนข้างมาก ระบบความรู้เหล่านี้ต้องมองเชิงซ้อน ขณะเดียวกันก็ยากที่คนปัจจุบันจะยอมรับได้ เพราะไปติดกับความรู้เชิงเดี่ยวมาโดยตลอด การที่ชาวบ้านใช้ระบบความรู้เหล่านี้ บางที่อาจเป็นที่ไม่ยอมรับ ไม่เข้าใจ เพราะใช้ระบบความรู้รู้อย่างอื่น เราเลยคิดว่าเขาไม่ควรมีสิทธิ และความรู้อย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ

2. กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการใช้ความรู้ อาจเป็นเรื่อง จารีต ระบบความรู้ที่จะเอามาใช้เป็นกฎเกณฑ์เพื่อควบคุมและจัดการความสัมพันธ์ตนเอง แต่ปัจจุบันเราใช้กฎเกณฑ์ของรัฐ คือ กฎหมาย จึงเกิดภาวะมือใครยาวสาวได้สาวเอา นอกจากกฎเกณฑ์แล้ว

3. องค์กรที่เกี่ยวข้อง หรือกลุ่มต่างๆ ในชุมชนที่ค้ำนึ่งถึงระบบคุณค่า 2 ข้อข้างต้น มากำกับดูแลประสิทธิภาพร่วมกัน

นอกจากนี้ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2529: 20) กล่าวว่ากระบวนการพัฒนาตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนอยู่ที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาการปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนได้ตระหนักและเล็งเห็นในพลังศักยภาพของตนเองว่าจะสามารถฟื้นฟู ดำรงอยู่และพัฒนาได้ แล้วจึงนำพลังเหล่านี้มาผลักดันสู่ขบวนการปฏิบัติจริงในชุมชน บนฐานของการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน ในการแสวงหาวัฒนธรรมชุมชนมาต่อต้าน และหาทางออกจากการครอบงำของกระแสจากภายนอกชุมชน (ทุนนิยม) ซึ่งการพัฒนา ตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนที่จะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งและการพึ่งตนเองของชุมชนนั้น ซึ่งมีวิธีการหรือเงื่อนไขที่สำคัญ ดังนี้

1. การพัฒนาต้องเป็นแบบกลุ่ม (Collective) ชาวบ้านจะพึ่งตนเองได้นั้นอดีตได้ยืนยันแล้วว่าชาวบ้านจะต้องอยู่รวมกันเป็นชุมชน เป็นหมู่บ้าน ไม่ใช่ต่างคนต่างอยู่ แต่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และต้องมีสมาชิกที่เข้าร่วมในกิจกรรมที่ทำมากพอ

2. ต้องมีการพัฒนาจิตสำนึกให้มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Mutual Aid) บนพื้นฐานของการพยายามพึ่งตนเอง ความสมัครใจที่จะดำเนินกิจกรรมร่วมกัน วิธีการที่จะพัฒนาจิตสำนึกให้ชัดเจนขึ้น ก็คือ การพยายามรื้อฟื้นความทรงจำร่วมกันเกี่ยวกับความจำเป็นที่จะต้องรวมกลุ่มกันแบบ Collective การเชิดชูประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านในการอยู่ร่วมกันมา เพราะจิตสำนึกในประวัติศาสตร์เป็นปรากฏที่สำคัญที่สุดของการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน และสร้างความหมายใหม่ให้กับชุมชน

3. การผลิตซ้ำจิตสำนึก กล่าวคือ ต้องสร้างขึ้นมาใหม่ ผลิตซ้ำให้แจ่มชัด ต่อเนื่อง โดยการรื้อฟื้นบทบาทของผู้รู้ในชุมชนหรือปัญญาชนชาวบ้าน นอกจากนี้ต้องสร้างกระบวนการถ่ายทอด

ให้คนรุ่นปัจจุบันและอนาคตมีการตระหนักและระลึกถึงการรวมตัวเป็นชุมชนของหมู่บ้าน ประวัติศาสตร์ของชุมชน และวัฒนธรรมที่ดีงาม เพราะคนเหล่านี้จะเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมของหมู่บ้านให้ดำรงอยู่ต่อไป

4. จะต้องมีการรวมตัวกันในรูปแบบต่างๆ อาทิ กลุ่ม องค์กร หรือสหพันธ์ เนื่องจากกิจกรรมการพัฒนาของชุมชนต้องมีการติดต่อประสานงานกับภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรืออื่นๆ จึงต้องมีองค์กรเพื่อเป็นแกนกลางในการประสานงานดังกล่าว ขณะเดียวกันก็ขับเคลื่อนผลักดันภายในชุมชนด้วย

5. การประสานวัฒนธรรม จะต้องมีการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีการประสานวัฒนธรรมของตัวเอง หรือกิจกรรมของตัวเองกับคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม เช่น ชนชั้นกลางบางส่วน คนด้อยโอกาสในเมือง เช่น ชาวชุมชนแออัด กรรมกร เป็นต้น เพราะการถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มต่างๆ จะเป็นอีกกระบวนการหนึ่งในการเรียนรู้และประสานการทำงานร่วมกัน

6. ชุมชนควรมีความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ ในอดีตการพึ่งพาของชุมชนขึ้นอยู่กับการนำทรัพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายลงไป ชุมชนจึงหาวิธีในการดูแล ปกป้องรักษาทรัพยากรในรูปแบบต่างๆ เช่น การกันเขตป่าเพื่อเป็นพื้นที่ใช้สอยร่วมกันของชุมชน การแสดงความเคารพเทพแห่งธรรมชาติโดยจัดให้มีพิธีกรรมและงานฉลองอุทิศให้ตลอดเวลา เพราะหากชุมชนทำลาย บุคริตธรรมชาติจนเกินไป เมื่อทรัพยากรร่อยหรอหรือหมดสิ้นลงไปหมดชุมชนก็ไม่สามารถจะอยู่ได้อีกต่อไป ชุมชนจึงต้องสร้างกระบวนการในการอนุรักษ์ ปกป้อง รักษาทรัพยากรด้วย

กล่าวได้ว่า “ศักยภาพชุมชน” คือ ความสามารถในการปรับตัวเพราะระบบนิเวศที่มีความสัมพันธ์อยู่กับภายนอกหรือภายในก็ตามไม่ได้ยู่คงที่ ดังนั้นชุมชนใดๆ สามารถพัฒนาหรือสร้างสรรค์กฎเกณฑ์ใหม่ๆ หรือระบบความรู้ใหม่ๆ เพื่อปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เหล่านี้ได้ ควบคุมชะตากรรมของตนเองได้ โดยอาศัยการคำนึงถึงการเห็นคุณค่าของการเป็นมนุษย์ เคารพศักดิ์ศรีของคนอื่นๆ พร้อมๆ กับการให้อำนาจต่างๆ ยอมรับในสิทธิความชอบธรรมของตนเอง

ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับแนวคิดเรื่องการศึกษาชุมชน จึงเป็นการผสมผสานวิถีชีวิต ประสบการณ์ องค์กรความรู้ทั้งกว้างและลึก ความรู้แบบองค์รวมในการแก้ปัญหาและพัฒนาสังคมได้ โดยใช้เทคโนโลยีดั้งเดิมจากภูมิปัญญาชาวบ้านและเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ให้เหมาะสมกับการผลิตในระดับพื้นบ้านและแต่ละท้องถิ่น และแต่ละยุคแต่ละสมัย โดยเน้นกระบวนการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากร และวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก อีกทั้งชุมชนจะประสบความสำเร็จในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้ นั้นชุมชนจำเป็นจะต้องมีความสามารถหรือมีศักยภาพในการพึ่งตนเอง คิดเอง ทำเอง โดยการนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) มาใช้ในการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเป็นการค้นหาจากภายในตัวเองให้ท้องถิ่นได้ใช้พลังที่มีในชุมชน ได้ค้นหาสิ่งดีๆ ที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับของทั่วโลก

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ เป็นการนำหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจ เพื่อให้ผู้ตัดสินใจมีโอกาสผิดพลาดน้อยลงหรือการตัดสินใจได้ถูกต้องมากขึ้น การตัดสินใจที่จะมีขึ้นภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถทำการประเมินได้ และใช้กฎเกณฑ์หรือเครื่องมือดังกล่าวพิจารณา ทางเลือกที่ดีที่สุดในการตัดสินใจอย่างไรก็ตาม การทำการตัดสินใจได้นำเอาความน่าจะเป็นเชิงจิตและแบบเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ทั้งนี้เพราะบุคคลต่างมีเหตุผลในการดำเนินธุรกิจของตนย่อมต้องการเลือกผลลัพธ์หรือผลตอบแทนที่ดีที่สุด แต่ถ้ามีทางเลือกเพียงทางเดียว ปัญหาการตัดสินใจก็ไม่เกิดขึ้น เพราะถึงอย่างไรก็ต้องเลือกตามวิถีทางเดียวที่มีอยู่นั้น ซึ่งจะไม่มีการเปรียบเทียบว่าผลลัพธ์หรือผลตอบแทนที่ดีที่สุดหรือไม่ แต่ถ้ามีวิธีให้ผลตอบแทนมากกว่าหนึ่งทางแล้ว ก็จะต้องมีการตัดสินใจเลือกทางหรือวิธีที่จะทำให้ได้ผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจเลือกดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่ยุ้งยากและสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้พยายามหาสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงสุด

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540: 187) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการคือ การชั่งใจไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินงานที่เห็นว่าดีที่สุดในทางใดทางหนึ่งจากหลายๆ ทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามที่ต้องการ

ชนงกรณ์ กุณฑบุตร (2547: 44-45) กล่าวว่า การตัดสินใจทางการจัดการ หมายถึง การที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทำการเลือกทางเลือกใดจากหลายทางเลือกเพื่อให้แผน การบรรลุวัตถุประสงค์

บรรยงค์ ไตจินดา (2548: 178) กล่าวว่า การวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาพิจารณาตัดสินใจและสั่งการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การวินิจฉัยสั่งการ

หรือการตัดสินใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เพราะการวินิจฉัยสั่งการ จะเป็นการเลือกทางเลือก ดำเนินการที่ดีที่สุดในบรรดาทางเลือกหลายๆ ทาง

สมคิด บางโม (2548: 175) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในทางปฏิบัติ การตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุงยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจฉัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกสั่งการปฏิบัติ โดยวิธีใดจึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรนั้น

ความสำคัญของการตัดสินใจ (วรพจน์ บุศราคมวดี, 2550: 109) มีดังนี้

1. มีทางเลือกหลายทาง การตัดสินใจเพื่อปฏิบัติในแต่ละทางเลือกอาจจะอยู่ในรูปของนโยบายในการปฏิบัติงาน เทคนิคหรือขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งการที่มีทางเลือกหลายทาง ถ้าอาศัยดุลพินิจ ส่วนตัวของผู้บริหารเพื่อการตัดสินใจนั้นอาจจะผิดพลาดขึ้นได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องอาศัยเครื่องมือหรือเกณฑ์ที่มีความเหมาะสมในด้านต่างๆ เข้ามาช่วยผู้บริหารเพื่อทำการตัดสินใจ
2. การที่มีข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวนมาก ถ้าผู้บริหารนำดุลพินิจส่วนตัวมาใช้ในการตัดสินใจ บ่อยครั้งแล้ว โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดและขาดความรอบคอบจึงอาจเกิดขึ้นตามมาได้ด้วย เนื่องจากผู้บริหารไม่สามารถนำข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดนั้นมาพิจารณาได้ครบถ้วนสมบูรณ์นั่นเอง
3. เพื่อลดความขัดแย้งเนื่องจากพื้นฐานความรู้ รวมทั้งประสบการณ์ของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกัน ดังนั้นในการตัดสินใจถ้าหากผู้บริหาร ไม่อาศัยหลักเกณฑ์หรือเครื่องมือที่เหมือนกันมาทำการตัดสินใจแล้วอาจจะทำการตัดสินใจแตกต่างกันออกไป จนทำให้บุคลากรเกิดความขัดแย้งขึ้นได้
4. เพื่อลดความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอน ในการตัดสินใจของผู้บริหารที่ปราศจากกฎเกณฑ์หรือเครื่องมือแล้ว โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดนั้นมีโอกาสเกิดขึ้นได้ แต่การตัดสินใจโดยใช้เครื่องมือที่มีความถูกต้องและเหมาะสมเข้ามาช่วยโอกาสของการตัดสินใจที่ผิดพลาดนั้นจะสามารถลดลงได้

ผู้บริหารที่มีการตัดสินใจที่ดีเปรียบเสมือนคนที่มีความคิดที่ดี ซึ่งจะทำให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัว และชีวิตทางสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันการตัดสินใจที่ดีก็จะต้อง มีหลักการและเหตุผลที่ดีด้วย จึงจะทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องแสวงหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน และการกำหนดแนวทางใหม่ๆ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานได้

Simon (1947: 5-6) ได้แบ่งชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆ ดังนี้

1. การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Programmed decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการลาป่วย ลาภิจ ลาบวช การอนุมัติการเบิกจ่ายเงิน การอนุมัติผลการศึกษา เป็นต้น การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้านี้ เปิดโอกาสให้ผู้บริหารเลือกทางเลือกได้น้อย เพราะว่าเป็นการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอน

2. การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Non-programmed decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหารหรือผู้ตัดสินใจจะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้วย เช่น การตัดสินใจนำเงินไปลงทุนเพื่อหาผลตอบแทนหรือผลกำไรในธุรกิจ การตัดสินใจผลิตสินค้าตัวใหม่ การตัดสินใจในการขยายกิจการ เป็นต้น

ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นการนำแนวความคิดที่มีเหตุผลที่ผู้บริหารใช้ในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจและทฤษฎีการตัดสินใจตามบุคคลที่ตัดสินใจ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548: 263-264) ดังนี้

1. ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจตามวิธีการตัดสินใจออกเป็น 3 วิธี ดังนี้

1.1 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการคาดการณ มีการใช้เทคนิคการคาดการณและการพยากรณ์ เข้ามาประกอบการตัดสินใจ เช่น การพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม เป็นต้น

1.2 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการพรรณนา เป็นการใช้กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้วิจัยจะต้องมีการพิสูจน์และเห็นจริงจึงจะดำเนินการตัดสินใจได้ บางครั้งเรียกการตัดสินใจแบบนี้ว่า การตัดสินใจทางวิทยาศาสตร์

1.3 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยกำหนดความ เป็นทฤษฎีที่คำนึงถึงว่าแนวทางการตัดสินใจ ควรจะเป็นหรือน่าจะเป็นอย่างไรจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้

2. ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจโดยการจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 การตัดสินใจโดยคนเดียว เป็นการตัดสินใจโดยคนๆ เดียวจะทำให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจ มักจะใช้ธุรกิจขนาดย่อมที่มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ และเป็น ผู้ที่ใกล้ชิดปัญหาและทราบข้อมูลได้ดีกว่า

2.2 การตัดสินใจโดยกลุ่ม เป็นการตัดสินใจที่ยึดทีมงาน และคณะกรรมการเป็น ผู้ร่วมตัดสินใจ เป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เมื่อใดก็ตามที่ต้องการความร่วมมือ ผู้บริหารจึงควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจึงจำเป็นสำหรับองค์กรในอนาคต

อย่างไรก็ตามในการตัดสินใจโดยคนเดียวหรือกลุ่มนั้นผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องพิจารณา ความสลับซับซ้อนของปัญหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้วย ซึ่งความสลับซับซ้อนของปัญหา

ประเภทของการตัดสินใจ (วราพจน์ บุศราคัมวดี, 2550: 112) สามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. การตัดสินใจแบบโครงสร้าง (Structure) บางครั้งเรียกว่าแบบกำหนดไว้ล่วงหน้า เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำ จึงมีมาตรฐานในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาอยู่แล้ว โดยวิธีการในการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เช่น การหาระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมหรือการเลือกกลยุทธ์ในการลงทุนที่เหมาะสมที่สุด เมื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดหรือเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด การตัดสินใจแบบโครงสร้างนี้จึงมักใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ความรู้ทางด้านวิทยาการการจัดการ การวิจัยเพื่อการดำเนินงานเข้ามาใช้ เป็นต้น ตัวอย่างของการตัดสินใจ ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับสินค้าคงคลัง การวิเคราะห์งบประมาณ การตัดสินใจ ด้านการลงทุน ระบบการจัดส่ง เป็นต้น

2. การตัดสินใจแบบไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่มีรูปแบบไม่ชัดเจนหรือมีความซับซ้อน จึงไม่มีแนวทางในการแก้ปัญหาแน่นอนเป็นปัญหาที่ไม่มีการระบุวิธีแก้ไว้อย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไรบ้าง การตัดสินใจกับปัญหาลักษณะนี้ จะไม่มีเครื่องมือ

3. การตัดสินใจแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure) เป็นการตัดสินใจแบบผสมระหว่างโครงสร้างและไม่เป็นโครงสร้าง ปัญหาแบบกึ่งโครงสร้างนี้จะใช้วิธีแก้ปัญหาแบบมาตรฐาน และการพิจารณาโดยมนุษย์ร่วมเข้าไว้ด้วยกัน คือ มีลักษณะเป็นกึ่งโครงสร้าง แต่มีความซับซ้อนมากขึ้นขึ้นตอนจึงไม่ชัดเจนว่าจะมีขั้นตอนอย่างไร ปัญหาบางส่วนเขียนเป็นแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ได้ แต่ปัญหาบางส่วน ไม่สามารถเขียนออกมาในรูปของแบบจำลองได้เช่น การทำสัญญาทางการค้า การกำหนดงบประมาณทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

องค์ประกอบของการตัดสินใจ

การตัดสินใจมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณามี 4 ประการ คือ

1. ผู้ทำการตัดสินใจ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะการตัดสินใจจะดีหรือไม่ขึ้น กับบุคคลผู้ตัดสินใจเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ตัดสินใจจำเป็นต้องมีข้อมูล มีเหตุผล มีค่านิยมที่ถูกต้อง

สอดคล้อง ต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร แต่ในบางครั้งถ้าผู้ทำการตัดสินใจขาดข้อมูลที่ถูกต้องขาดเหตุผลและมีค่านิยมที่มาสอดคล้องแล้วจะทำให้ผลของการตัดสินใจไม่ดีพอได้ ผู้ทำการตัดสินใจบางเรื่องต้องมุ่งสู่การตัดสินใจเป็นกลุ่มบางเรื่องบางกรณีก็ตัดสินใจโดยคนๆ เดียว ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องวิเคราะห์สถานการณ์ให้ถูกต้อง

2. ประเด็นปัญหาที่ต้องตัดสินใจ เป็นองค์ประกอบที่สองที่ต้องให้ความสำคัญ ปัญหาที่ต้องตัดสินใจนั้นจำแนกได้หลายประการ เช่น จำแนกตามโรคโครงสร้างและระบบงานบกพร่อง โรคพฤติกรรมบกพร่อง และโรคเทคโนโลยีและวิทยาการบกพร่อง เมื่อกำหนดปัญหาได้ชัดว่าเป็นปัญหาเรื่องอะไรก็สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง

3. ทางเลือกต่างๆ ที่บรรลุเป้าหมายได้ เป็นองค์ประกอบที่สามที่ต้องคำนึง ผู้บริหารต้องพยายามที่จะค้นหาทางเลือกที่ดีกว่าอยู่เสมอและสร้างทางเลือกให้มากกว่า 2 ทางเลือก ในปัจจุบันการบริหารองค์การมุ่งสู่การสร้างทางเลือกสู่การผลิตสินค้าและบริการที่ถูกกว่า มีคุณภาพสูงกว่า มีความรวดเร็ว มีการบริการที่ประทับใจมากกว่า นอกจากนี้ควรจะสร้างทางเลือกเพื่อมุ่งสู่การเรียนรู้และสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อองค์กรอีกด้วย

4. สภาพการณ์ที่ทำการตัดสินใจ ในการตัดสินใจจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพการณ์ที่ทำการตัดสินใจเป็นแบบใด ซึ่งมี 3 ประการ ได้แก่ สภาพการณ์ที่แน่นอน เป็นสภาพการณ์ที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบทางเลือกต่างๆ และทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละทางเลือกอย่างดีด้วย การตัดสินใจดังกล่าวย่อมมีโอกาสถูกต้องมากที่สุด เช่น ตัดสินใจนำเงินฝากธนาคารออมค่านวมดอกเบี้ยได้ชัดเจนในระยะสั้นและยาว สภาพการณ์ที่เสี่ยง เป็นสภาพการณ์ที่ผู้บริหารตัดสินใจทราบทางเลือกต่างๆ และทราบโอกาส ความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นผู้บริหารจะตัดสินใจ เมื่อโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์ การตัดสินใจในสภาพการณ์เสี่ยงผู้ทำการตัดสินใจต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจเรื่องทฤษฎี ความน่าจะเป็น และแขนงการตัดสินใจ และสภาพการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นสภาพการณ์ที่ผู้ทำการตัดสินใจอาจทราบทางเลือกต่างๆ แต่ไม่ทราบผลที่อาจจะเกิดขึ้นในแต่ละทางเลือกโดยไม่สามารถคาดคะเนความน่าจะเป็นของแต่ละทางเลือกภายใต้สภาพการณ์ดังกล่าว ผู้ทำการตัดสินใจจึงไม่ควรตัดสินใจใดๆ ลงไปจนกว่าจะมีข้อมูลสารสนเทศที่น่าเชื่อถือมากกว่าที่มีอยู่

ขั้นตอนในการตัดสินใจ

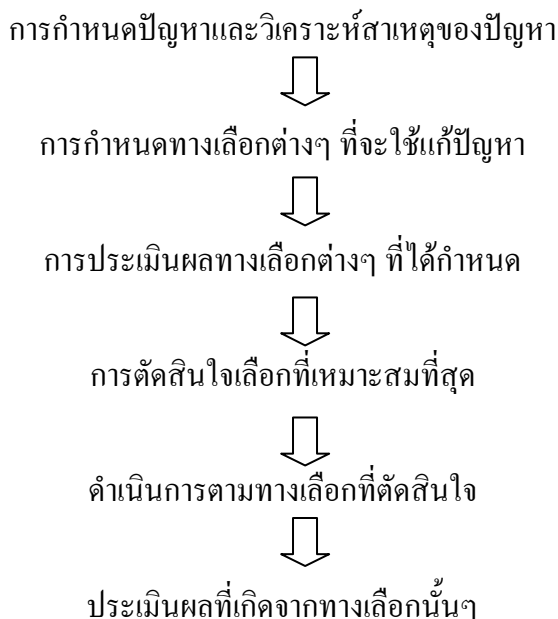
การตัดสินใจเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่เป็นกระบวนการ (Process) และต้องมีการพิจารณาข้อมูลต่างๆ อย่างรอบคอบ จากนั้นจึงทำการกำหนดทางเลือกและเลือกทางที่ดีที่สุดขึ้นมา และนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป ซึ่งแนวความคิดของนักวิชาการได้แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจไว้มีลักษณะ

ที่ใกล้เคียงกันโดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจจะมีความแตกต่างกัน ในด้านการจัดกลุ่มของแต่ละขั้นตอน สำหรับกระบวนการตัดสินใจ (ชนงกรณ์ ฤกษ์ทลบุตร, 2547: 50-52) มีดังต่อไปนี้

1. การกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา สำหรับขั้นตอนแรกของการตัดสินใจจะเป็นการกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาให้เกิดความชัดเจนก่อน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นกับองค์การบางครั้งยากต่อการระบุมาจากสาเหตุใด เช่น องค์การประสบปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นซึ่งอาจเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุ ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องทำการศึกษาวิเคราะห์เพื่อระบุและกำหนดปัญหาให้ชัดเจนว่าเกิดจากสาเหตุอะไร โดยทั่วไปการแบ่งประเภทของปัญหาได้แก่ ปัญหาที่เป็นมาตั้งแต่อดีตและปัญหามีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ปัญหาที่ทราบล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นและควรเตรียม การป้องกันหรือปัญหาเฉพาะด้านเป็นปัญหาที่เกิดจากสาเหตุเดียว และสามารถแก้ไขสำเร็จ ได้ง่าย เป็นต้น ดังนั้นการกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาจึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร

2. การกำหนดทางเลือกต่างๆ ที่จะใช้แก้ปัญหา เมื่อผู้บริหารสามารถกำหนดปัญหาได้ชัดเจนแล้ว โดยจะต้องมีการค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทั้งหมด เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การเพื่อค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของปัญหาที่มีระดับความรุนแรงแตกต่างกัน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะถูกนำมากำหนดเป็นทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหา ทางเลือกที่กำหนดในขั้นตอนนี้อาจมีหลายทางเลือก เช่น ทางเลือกในการแก้ปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นอาจเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การปรับวิธีการทำงานของฝ่ายผลิต การฝึกอบรมทีมงานเพื่อเพิ่มทักษะการผลิต การปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่ได้กำหนด หลังจากวิเคราะห์ปัญหา ทำการกำหนดทางเลือกต่างๆ ที่จะใช้แก้ปัญหา จากนั้นจึงทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆ ซึ่งเป็นแนวทางการนำปัญหาไปสู่การแก้ไข ในขั้นตอนนี้ผู้ตัดสินใจจะวิเคราะห์และประเมินว่าทางเลือกใดสามารถแก้ไข ปัญหาได้ดีที่สุด ทางเลือกใดควรจะดำเนินการก่อนและหลัง มีการใช้กระบวนการชั่งน้ำหนักเพื่อพิจารณาถึงผลดี และผลเสีย ในแต่ละทางเลือกด้วย นอกจากนี้จะต้องพิจารณาด้วยว่าการตัดสินใจในทางเลือกหนึ่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อปัญหาอื่นๆ ตามมาได้ ดังนั้นควรวิเคราะห์และประเมินทางเลือกอย่างรอบคอบ สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นจะเป็นการพิจารณาปัญหาจากภายในองค์การมากกว่าภายนอก เช่น บุคลากร อุปกรณ์ขาดแคลน แนวทางแก้ไขสามารถทำได้โดยการเพิ่มบุคลากรการจัดซื้ออุปกรณ์เพิ่ม เป็นต้น



ภาพประกอบ 3 ขั้นตอนในการตัดสินใจ

ที่มา: ชนงกรณ์ ฤกษ์ทลบุตร, 2547: 50

จากภาพประกอบ 3 แสดงถึงขั้นตอนในการตัดสินใจ ได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา การกำหนดทางเลือกต่างๆ ที่จะใช้แก้ปัญหา การประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่ได้กำหนด การตัดสินใจเลือกที่เหมาะสมที่สุด การดำเนินการตามทางเลือกที่ตัดสินใจ รวมทั้งการประเมินผลที่เกิดจากทางเลือกนั้นๆ ตามลำดับ

4. การตัดสินใจเลือกที่เหมาะสมที่สุด เป็นการนำเอาทางเลือกต่างๆ มาเปรียบเทียบว่าทางเลือกใดจะเหมาะสมและเป็นไปได้มากกว่ากัน เช่น องค์กรมีเงินทุนไม่เพียงพออาจใช้ทางเลือกที่เป็นไปได้มากที่สุด คือ การกู้ยืมจากภายนอก การนำเงินกำไรสะสมมาใช้ เป็นต้น

5. ดำเนินการตามทางเลือกที่ตัดสินใจ เป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมมากที่สุด จากนั้นจึงนำผลการตัดสินใจสู่การปฏิบัติและประเมินผลต่อไป

6. ประเมินผลที่เกิดจากทางเลือกนั้นๆ การประเมินผลเป็นการพิจารณาคุณค่าของผลงานและความแตกต่างระหว่างผลการปฏิบัติงานกับเกณฑ์ และมาตรฐานที่ได้เลือกจากทางเลือกที่ตัดสินใจ ทั้งนี้ผู้บริหารต้องทำการเปรียบเทียบผลงานกับเกณฑ์ และมาตรฐานก่อนว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่และความต่างนั้นมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด จะก่อให้เกิดความเสียหายหรือไม่มากน้อยเพียงใด โดยตีค่าของความต่างนั้นจากผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นว่าเป็นผลดีหรือผลเสียต่อองค์กรอย่างไร

แผนผังการตัดสินใจ (Decision tree)

แผนผังการตัดสินใจเป็นเทคนิควิธีในการตัดสินใจในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายๆ ทางเลือก โดยผู้บริหารจะทำนายโอกาสที่จะเกิดขึ้นหรือความน่าจะเป็นในแต่ละทางเลือกที่แตกต่างกัน เมื่อนำผลตอบแทนในแต่ละแผนผังการตัดสินใจคูณกับความน่าจะเป็นในแต่ละแผนผังการตัดสินใจ ผู้ตัดสินใจก็สามารถทราบผลของการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

แผนผังการตัดสินใจเป็นเทคนิคหรือเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ต้องเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งและระบุความน่าจะเป็นในอนาคตด้วย โดยมูลค่าของผลตอบแทนที่จะได้รับนั้น ผู้บริหารจะนำมาใช้ในการพิจารณาจากค่าคาดหวังสูงสุดที่จะได้รับจากทางเลือกเหล่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินใจระยะยาวที่มีความสำคัญต่อองค์การอย่างสูง เนื่องจากองค์การจะต้องมีการลงทุนในด้านการเพิ่มแรงงาน เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ เป็นต้น ดังนั้น การตัดสินใจทางเลือกที่ให้ประโยชน์ต่อองค์การสูงสุดจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม สำหรับกระบวนการในการนำแผนผังการตัดสินใจมาใช้มีแนวทาง ได้แก่ มีการกำหนดทางเลือกที่ต้องการตัดสินใจขึ้นมาก่อนอย่างน้อย 2 ทางเลือก จากนั้นจึงทำการกำหนดเหตุการณ์และความน่าจะเป็นที่สามารถเกิดขึ้นได้ การกำหนดค่าทางเลือกต่างๆ เป็นตัวเงิน การคำนวณค่าคาดหวังของแต่ละทางเลือก และการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ตามลำดับ (Gaither & Frazier, 2002: 174 อ้างถึงใน วรพจน์ บุษราคัมวดี, 2550: 121)

เทคนิคการตัดสินใจเชิงคุณภาพ

การตัดสินใจเชิงคุณภาพ เป็นเทคนิคที่ไม่ได้นำตัวเลขหรือแบบทางคณิตศาสตร์มาช่วยในการตัดสินใจแต่เป็นการใช้ทักษะความรู้ สติปัญญา และประสบการณ์ของผู้จัดทำตัดสินใจเป็นสำคัญ การตัดสินใจเชิงคุณภาพ 4 เทคนิค ได้แก่ การระดมสมอง มติเอกฉันท์ เทคนิคเดลฟาย และกลุ่มคุณภาพ รายละเอียด (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548: 283-285) ดังนี้

1. การระดมสมอง เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลที่เก่าแก่ที่สุดวิธีหนึ่งและมีประสิทธิผลที่ก่อให้เกิดความคิดแปลกใหม่ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดจินตนาการและก่อให้เกิดความคิดที่กว้างขวาง เป็นวิธีประสานความคิดโดยมุ่งแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และทำให้เกิดความคิดดีๆ ที่หลากหลายมากขึ้น การระดมสมองที่ดีจำเป็นต้องสนับสนุนให้บุคลากรเสนอความคิดเห็น โดยไม่ถูกขัดจังหวะถูกโต้แย้งหรืออธิบายความหมายเพิ่มเติม โดยปล่อยให้คิดอย่างอิสระกระตุ้นให้มีข้อคิดเห็นมากขึ้น การระดมสมองมีหลักที่สำคัญ คือ จะไม่มีการตัดสินใจความคิดที่สมาชิกเสนอ ทุกความคิดจะไม่มีนำไปวิพากษ์วิจารณ์หรือประเมินค่าก่อนจะนำความคิดที่เสนอออกมาทั้งหมดก่อน

จะต้องมีการยอมรับความคิดที่แปลกใหม่ และเป็นการให้ได้จำนวนความคิดมากกว่าเน้นคุณภาพของความคิด ยิ่งได้ความคิดมาก โอกาสได้ความคิดดีๆ ก็มีมากขึ้น

2. มติเอกฉันท์ การตัดสินใจโดยทั่วไปจะใช้หลักเสียงส่วนใหญ่หรือเสียงข้างมาก เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ในกรณีที่มีการใช้เสียงแบบพวกมากลากไปหรือคนส่วนมากอาจใช้เหตุผล สู้กับคนส่วนน้อยไม่ได้ ดังนั้นเพื่อให้มีการใช้เหตุผลอย่างไตร่ตรองก็ควรจะมีอภิปรายวิพากษ์วิจารณ์ กันอย่างรอบคอบทุกแง่มุมแล้ว พยายามที่หักล้างด้วยเหตุผลจนกระทั่งทุกฝ่ายทุกคนมีความเห็นเป็น แบบมติเอกฉันท์ หรือการเห็นพ้องต้องกันจะทำให้ไม่เกิดภาวะผู้ชนะและผู้แพ้แต่อย่างไร การตัดสินใจ โดยมติเอกฉันท์ที่มีการหลักสำคัญ คือ ใช้เหตุผลให้เสนอข้อคิดเห็นของตนเองให้แจ่มแจ้งและมีเหตุผล ที่สุดและต้องฟังปฏิกิริยาจากคนอื่น ๆ ด้วยไม่เน้นการแพ้ชนะ แต่เน้นชนะร่วมกัน คิดเห็นหลักการ อภิปรายเหมือนกันไม่เปลี่ยนใจง่ายๆ ใครที่คิดมีข้อมูลดีก็ควรจะเข้าร่วมในการแสดงความ

3. เทคนิคเดลฟาย (Delphi technique) เป็นเทคนิคที่คิดค้นวิธีเสาะหาความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ โดยเสาะหาความคิดเห็นที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของกลุ่มคนเกี่ยวกับความเป็นไปในอนาคตในเรื่องเกี่ยวกับเวลา ปริมาณ และสภาพที่ต้องการจะให้ เป็นเน้นการเสาะหาความคิดเห็นด้วยการสอบถามแทนการเรียกประชุม มีหลักการที่สำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เข้าร่วมใช้วิธีการเสนอความคิดเห็น โดยตอบสนองแบบสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วม โครงการจะ ไม่ทราบว่ามีผู้ใดเข้าร่วมโครงการด้วยและไม่ทราบคำตอบของผู้เชี่ยวชาญอื่น และผู้เชี่ยวชาญจะทราบ ตำแหน่งของคำตอบของตน เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด และมีสิทธิ เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่ไว้ไว้แต่เดิมแต่ต้องระบุเหตุผลประกอบ การดำเนินการของเทคนิคเดลฟาย เริ่มจากผู้วิจัยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมโครงการหลังจากนั้นออกแบบสอบถาม 4 รอบ ซึ่งรอบแรก เป็นคำแนะนำคำตอบของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนให้นำหน้า รอบที่สามเป็นการนำ คำตอบของผู้เชี่ยวชาญที่ได้แบบมาในรอบที่สาม มาเปรียบเทียบกับคำแนะนำหน้าของคำตอบของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้ทบทวนคำตอบของตน ส่วนในรอบที่สี่เป็นการนำคำตอบที่ ได้รับจากรอบที่สามมาให้ผู้เชี่ยวชาญทบทวนอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งคำตอบที่ได้รับจากการวิจัยนี้ผู้บริหาร สามารถนำไปใช้ในการกำหนดเป็นแนวทางเพื่อการตัดสินใจต่อไป

4. กลุ่มคุณภาพ เป็นการตัดสินใจโดยใช้กลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งโดยทั่วไปมักจะ ค้นชื่อกันในรูปแบบกลุ่มควบคุมคุณภาพเป็นการตัดสินใจโดยกลุ่มคนขนาดเล็ก ในสถานที่เดียวกัน และมีงานลักษณะเดียวกันมารวมตัวกันอย่างอิสระเพื่อทำกิจกรรมเดียวกับหารปรับปรุงงานอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาตนเอง และพัฒนาซึ่งกันและกันภายใต้รอบอำนาจหน้าที่ของกลุ่มเป็นไปโดยสอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานอันจะส่งผลให้มีการปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงาน หลักการที่สำคัญของกลุ่มคุณภาพ คือ เป็นกลุ่มขนาดเล็กประมาณ 3-10 คน ทำงานในสถานที่เดียวกัน

และทำงานในลักษณะเดียวกัน มีการรวมตัวอย่างเต็มใจและอิสระไม่มีการบังคับ มีการประชุมเพื่อ
แก้ไขปัญหามาประจำ การประชุมดังกล่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองในกลุ่ม และเป็นการร่วม
กันในการคิดและการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาของทีมงาน ซึ่งสอดคล้องต่อนโยบายของหน่วยงาน
การดำเนินงานของกลุ่มคุณภาพ มีขั้นตอนแรก คือ การค้นหาปัญหาและเลือกปัญหาที่จะดำเนินการ
แล้วรวบรวม ข้อมูลตั้งเป้าหมายดำเนินการ วิเคราะห์สาเหตุ วางแผน แก้ไขตรวจสอบผลปรับปรุง
แก้ไขมาตรฐานเสนอผลงาน และเริ่มทำกิจกรรมใหม่ในกระบวนการของกลุ่มคุณภาพสามารถสรุป
เป็นวงจรคุณภาพ 4 ประการ คือ พีดีซีเอ (PDCA) ซึ่งหมายถึง วางแผน (Plan) ปฏิบัติ (Do)

เทคนิคการแก้ปัญหา

ในการคิดเพื่อหาวิธีแก้ปัญหาหนึ่งผู้บริหารจะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่
เพื่อหาวิธีที่มีความแตกต่างและหลากหลายโดยควรวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงเสียก่อน จากนั้น
พยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่จะหาวิธีแก้ไขไว้หลายๆ แนวทาง ซึ่งมีหลักการที่สำคัญ คือ พยายาม
คิดอย่างสร้างสรรค์จากประสบการณ์และความชำนาญที่มีอยู่ การให้ความสำคัญกับทุกแนวความคิด
เพื่อหาแนวทางการแก้ไข หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์หรือตัดสินความคิดเห็นใหม่ๆ ออกไป แต่ควรนำ
ความคิดเห็นนั้นเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดที่สร้างสรรค์ เพื่อหาวิธีแก้ไขที่สืบเนื่องต่อจากความคิดนั้น
ถึงแม้ว่าจะคิดหาทางแก้ไขที่ได้ดีที่สุดแล้วก็ตาม แต่ก็ไม่ควรหยุดความพยายามที่จะคิดหาวิธีต่อไป
นอกจากนี้ควรพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีแก้ไขทุกวิธีให้ชัดเจน เพราะจะช่วยทำให้ผู้บริหาร
เกิดความคิดใหม่ๆ ขึ้นมาได้

โดยทั่วไปการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจมักจะเผชิญกับปัญหา ทั้งที่มีสาเหตุมาจาก
ภายนอกองค์กรหรือมาจากภายในองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผู้บริหารเชิงกลยุทธ์จำเป็น
จะต้องพยายามลดปัญหาที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่มาจากภายในองค์กร
และสามารถ แก้ไขได้

ปัญหา หมายถึง อุปสรรคหรือปัจจัยที่ก่อให้เกิดความขัดข้อง ตลอดจนทำให้ผล
การดำเนินงานที่ไม่สามารถบรรลุถึงจุดหมายที่กำหนดไว้ และเมื่อมีปัญหาหรืออุปสรรคเกิดขึ้นไม่ว่า
ปัญหานั้นจะมีความสำคัญหรือไม่ การที่จะให้ได้มาซึ่งแนวทางในการแก้ไขเพื่อที่ให้เกิดประโยชน์
สูงสุดได้นั้น ผู้บริหารจะต้องทำการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น ค้นหาสาเหตุ วิเคราะห์สถานการณ์ เป็นต้น
สำหรับการวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาวิธีแก้ไขอย่างเหมาะสมมี 2 วิธี ได้แก่ การหาประเด็นที่สำคัญ
ของปัญหาและการตีประเด็นปัญหาให้แตก (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546: 38-42) ดังนี้

1. การหาประเด็นที่สำคัญของปัญหา กระบวนการหาจุดสำคัญของปัญหา เริ่มต้น
ด้วยการตั้งคำถามขึ้นแล้วหาคำตอบที่คิดว่าจะเป็นสาเหตุ ดังนั้นการใช้คำถามที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญ

เพราะจะนำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างตรงจุดด้วยการตั้งคำถาม การจับประเด็นหรือจุดสำคัญของปัญหา คือ การบีบประเด็นปัญหาต่างๆ ให้แคบโดยการศึกษาลักษณะปัญหาอย่างถี่ถ้วน การทำให้ประเด็นปัญหาแคบลงจากการรวบรวมสิ่งที่เกิดขึ้นและคิดว่าเป็นสาเหตุสำคัญ วิธีการรวบรวมสิ่งที่เกิดขึ้น อาจทำได้โดยใช้แบบแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะของลูกค้า แบบรายงานผลการปฏิบัติงาน

2. การตีประเด็นปัญหาให้แตก วิธีการในการตีประเด็นปัญหาเพื่อสาเหตุของปัญหา ได้อย่างแท้จริง คือ การใช้แผนภาพประเด็นปัญหา วิธีการหาแผนภาพประเด็นปัญหา คือ การค่อยๆ แยกแขนงประเด็นปัญหาที่มีอยู่ออกเป็นประเด็นย่อยๆ โดยการตั้งคำถามไปสู่คำตอบใช่หรือไม่ใช่ ด้วยวิธีการ เช่นนี้จะทำให้สามารถแตกประเด็นปัญหาย่อยๆ ได้จากประเด็นปัญหาย่อยๆ สามารถนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม เช่น องค์การแห่งหนึ่งใช้แผนภาพประเด็นปัญหาเพื่อตีประเด็นปัญหาของสินค้าซึ่งกำลังเสื่อมความนิยมจากลูกค้า เนื่องจากราคาที่กำหนดไว้สูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันกับองค์การอื่นๆ ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ จะลดต้นทุนการผลิตสินค้านี้ได้อย่างไร

สำหรับการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ ประกอบด้วยกระบวนการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์ เป็นการพิจารณาถึงงานที่รับผิดชอบหรือปัญหาที่ต้องแก้ไข หากมีหลายปัญหาที่ต้องดำเนินการจัดลำดับความสำคัญ เพื่อที่จะรู้ว่าต้องทำอะไรก่อนและอะไรทำหลัง การวิเคราะห์หาสาเหตุแห่งปัญหา เพื่อการแก้ไขปัญหาให้ตรงสาเหตุ การวิเคราะห์วิธีแก้ปัญหา โดยปัญหาหนึ่งอาจมีทางออกหลายทางต้องวิเคราะห์แล้วเลือกวิธีที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา และการวิเคราะห์วิธีป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกิดขึ้น และเตรียมการแก้ไขปัญหานั้นในอนาคต

ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการที่จะให้กลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้ จึงขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจที่จะใช้และการควบคุมดูแลบุคคลอื่น ในการนำเอาทรัพยากรไปใช้อย่างถูกวิธี ซึ่งในที่นี้ หมายถึง การเลือกโอกาสที่จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในกิจกรรมของกลุ่มต่อไป หากแต่ความไม่แน่นอนนั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ ซึ่งกลุ่มต้องยอมรับว่าอย่างไรก็ตามต้องทำการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่องการตัดสินใจ เพื่อหาหลักเกณฑ์หรือแนวทางบางอย่างที่จะช่วยให้การพิจารณากลวิธีของกลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยหลายทางเลือกและหลายผลลัพธ์ที่อาจเป็นไปได้ในรูปลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละทางเลือกนั้น ผู้ตัดสินใจควรเลือกทางปฏิบัติใดที่จะก่อให้เกิดผลดีหรือเป็นประโยชน์แก่ตนเองและกลุ่มมากที่สุด หรือเพื่อต้องชี้ให้เห็นวิธีการว่าในสภาพเหตุการณ์ที่ยุ่ยากของปัญหาที่จะต้องตัดสินใจนั้น กลุ่มควรจะมองปัญหาอย่างไรและแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้นเป็นอย่างไร

จากการศึกษาประเด็นนี้จะเห็นได้ว่าการหาคำตอบที่ถูกต้องแม่นยำและสมบูรณ์นั้นกระทำได้ยาก เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน หลักการตัดสินใจในสถานการณ์ไม่แน่นอนว่า “เมื่อผลลัพธ์ที่เกิดจากหนทางเลือกปฏิบัติทั้งหลายอาจเป็นไปได้นั้นขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่อาจคาดคะเนได้แล้ว พิจารณาหนทางเลือกปฏิบัติที่ดีที่สุด คือ การคำนวณหาผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือก แล้วประเมินด้วยความน่าจะเป็นของแต่ละเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นแล้วจึงตัดสินใจเลือกหนทางปฏิบัติซึ่งมีมูลค่าคาดไว้สูงที่สุด” ดังนั้นในการที่กลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนจะเลือกตัดสินใจในการเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการฯ จึงเป็นปรากฏการณ์ที่จำเป็นต้องติดตามและหารูปแบบเป็นอย่างยิ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และชุมชนนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในด้านต่างๆ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และการปฏิบัติงานของคณะกรรมการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในด้านต่างๆ

ณัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดขอนแก่น พบว่า การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มี 5 ขั้นตอน คือ 1) การประชาสัมพันธ์โครงการ 2) การกำหนดผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 4) การขยายตลาด (กระจายสินค้า) 5) การติดตาม/ประเมินผลหลังจากดำเนินการแล้ว พบว่าโครงการนี้มีผลทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นหลังเข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 68.3 ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเพิ่มน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.1 สมาชิกทั้งหมดที่กล่าวว่า มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 58.7 นอกจากนี้ยังทำให้มีการจ้างงานในพื้นที่เพิ่มขึ้น ทำให้ลดปัญหาคนว่างงาน ลดปัญหาการหย่าร้าง ทำให้คนที่ด้อยโอกาสทางสังคม เช่น คนชรา เด็ก สตรี ผู้เลิกลาเสพติด ได้รับการพิจารณาในการทำงานเพิ่มขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า 1) ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีการเรียนรู้ภูมิปัญญาเดิมมาผสมผสานกับความรู้ปัจจุบัน 2) เพิ่มการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในด้านการตลาด การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้

กับกลุ่มนั้นยังไม่มี 3) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของกลุ่มอาชีพเป็นสิ่งสำคัญซึ่งทางกลุ่มควรให้ความสนใจ กลุ่มและชุมชนต้องเปิดตัวเองให้บุคคลทั่วไป ส่วนราชการ องค์กรเอกชน ได้รู้จักเพื่อจะได้ขยายกิจกรรม สร้างเครือข่ายของกลุ่มให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้กลุ่มสามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยความสามารถของกลุ่มเอง 4) ควรมีการศึกษาวิจัย การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการการผลิตแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น เชื่อมโยงกับการบริหารจัดการการตลาดที่มุ่งสู่ระดับสากล 5) ควรใช้กลยุทธ์กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เป็นเครื่องมือปฏิบัติการในชุมชนชนบทและชุมชนเมืองเพื่อเป็นรากฐานของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพ 6) เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนควรแสดงบทบาทในฐานะเป็นตัวกลางที่เอื้ออำนวยให้กลุ่มอาชีพ/องค์กรชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมที่เชื่อมประสานกับภาคีหน่วยกิจกรรมอื่นๆ เพื่อก่อให้เกิดศักยภาพด้านทรัพยากร ด้านการทำงาน ด้านพลังกิจกรรมกลุ่ม โดยเฉพาะควรมีบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดเวทีที่เป็นภาคีความร่วมมือ ทั้งนี้จะต้องพิจารณาถึงเทคนิค และวิธีการที่เหมาะสม เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรชุมชนและองค์กรของภาคราชการ

อารีย์ เควี (2545: บทคัดย่อ) ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่า สภาพด้านการตลาดของกลุ่มของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด

2. ปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่า ปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด

3. ความต้องการด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า เมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่าความต้องการด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทั้งหมด

4. พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก โดยใช้เทคนิคการประชมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เพื่อพัฒนาพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก โดยนำผลการศึกษาสภาพด้านการตลาด ปัญหาด้านการตลาด และความต้องการด้าน

การตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สรุปเป็นภาพรวม สรุปได้ ดังนี้

1) จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก เกิดจากภูมิปัญญาในท้องถิ่น วัตถุดิบหาง่ายในท้องถิ่น ราคาไม่แพง มีกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง/ภาคเอกชนให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมและทันสมัย มีตัวแทนทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดเข้ามารับสินค้าไปจำหน่าย ผลิตภัณฑ์มีการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ จังหวัด

2) จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก ขาดเงินทุนในการดำเนินการ ขาดความคงทนถาวร ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผลิตภัณฑ์มีการลอกเลียนแบบได้ง่าย ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่ผ่านการรับรองคุณภาพ ผลิตตามคำสั่งซื้อไม่ได้ ไม่มีมาตรฐานในการผลิตจำนวนมาก ชื่อ ตรา สัญลักษณ์ยังไม่โดดเด่น ผลตอบแทนที่ได้รับน้อยและไม่ทั่วถึง การสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดไม่ต่อเนื่อง

3) โอกาส (Opportunities) ได้แก่ มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนการดำเนินงาน เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปด้วยความรวดเร็วและกว้างขวาง การส่งเสริมการขายเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

4) อุปสรรค (Threats) ได้แก่ ลูกค้านำไม่มีความจงรักภักดีในตราสินค้า กลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ การบูรณาการ ด้านบริหารจัดการ และเครือข่ายการกระจายสินค้าไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์ บางประเภทขึ้นอยู่กับฤดูกาล ธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณี กำลังการผลิตมีจำนวนจำกัด ไม่สามารถผลิตได้ตามคำสั่งซื้อจำนวนมาก ใช้งบประมาณในการขยายช่องทาง และการส่งเสริมการขายไม่คุ้มค่า โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ 4 กลยุทธ์ ได้แก่

1. กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับตามความต้องการของตลาดและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ
2. กลยุทธ์การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ เพื่อตั้งราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนการผลิต
3. กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางการจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย
4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เพื่อต้องการให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์

พรชฤดี ไชยปรีย์ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมระดับปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ระดับปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.13 ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมีปัญหา มาก รองลงมาใกล้เคียงกัน โดยด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมีปัญหา มากเช่นกัน ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการพัฒนาระบบการผลิต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมีปัญหาปานกลาง

ซึ่งผลจากการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลาครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อค้นพบที่จะให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางที่จะเกิดประโยชน์แก่หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางการสนับสนุน การติดตามการดำเนินงานและการประเมินผลการดำเนินงาน โครงการ ให้มีความชัดเจน ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรดำเนินการในรูปแบบของการประสานความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการบูรณาการการส่งเสริมพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างมีระบบ เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการผลิตให้สูงขึ้น ควรจัดให้มีการแนะนำ การให้คำปรึกษา ดำเนินการ โดยการอบรม สัมมนา ประชุมชี้แจงด้านวิชาการ การให้ความช่วยเหลือในด้านการบรรจุภัณฑ์ การรักษาผลิตภัณฑ์ให้ได้นาน การใช้เครื่องมือที่ทันสมัย แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นประจำสม่ำเสมอ ควรมีแนวทางการส่งเสริมด้านการตลาด การจัดงาน หรือ นโยบายในด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รับผิดชอบต่อข้อมูลอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการวางแผนกำลังการผลิตได้อย่างเหมาะสม และควรมีข้อมูลของแหล่งวัตถุดิบให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไว้สำหรับเป็นข้อมูลในการสั่งซื้อ

ลดาพร ทองน้อม (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการ ในจังหวัดสงขลา ที่มีต่อผลการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2547 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีความคิดเห็นต่อการคัดสรรสุดยอดหนึ่ง

ตำบล หนึ่งในผลิตภัณฑ์ไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อายุ สถานภาพผู้เข้าร่วมการคัดสรร ประเภทผลิตภัณฑ์ และอายุผลิตภัณฑ์ที่เข้าคัดสรร ที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความคิดเห็นต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา การอบรม และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ไม่ก่อให้เกิดความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

วิรัชญา หาร (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOPT ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่ม OTOPT มากกว่าครึ่งมีสมาชิก 10-30 คน และสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุ 31-50 ปี เป็นเพศหญิง จบการศึกษาไม่เกินชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ต่อเดือน 1,000-3,000 บาท กลุ่มทั้งหมดมีการจัดตั้งกลุ่มมาก่อนที่จะมีโครงการ OTOPT ในการจัดตั้งกลุ่มส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำเป็นอาชีพหลัก การดำเนินงานด้านการตลาด กลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีสมาชิกทำหน้าที่ทางการตลาดโดยตรง แต่จะมีประธานกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งงานบริหาร และการจัดการทางการตลาด การรับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ได้รับจากข่าวการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเน้นการผลิตที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและการสั่งซื้อเป็นหลัก ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มมีทั้งขายผ่านตัวแทน พ่อค้าคนกลาง และขาย ณ ที่ทำการของกลุ่มเอง คู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOPT ในพื้นที่จะเป็นผู้ผลิตต่างพื้นที่ที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน และเป็นคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นจำนวนมาก

ส่วนผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาด โดยพิจารณาส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย มีจุดแข็งที่ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายบาติกสวยงาม ส่วนประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ลวดลายของผลิตภัณฑ์มีความปราณีต แต่กลุ่มเริ่มมีจุดอ่อนทางด้านวัตถุดิบ คือเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมากขึ้น ด้านราคา เนื่องจากกลุ่มเน้นคุณภาพสินค้า ทำให้ต้นทุนในการผลิตของกลุ่มสูงกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายสูง กลุ่มไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาเนื่องจากลูกค้าเป็นผู้กำหนดราคาเป็นส่วนใหญ่ เพราะตลาดมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ด้านสถานที่จัดจำหน่าย การจัดแสดงสินค้าตามนโยบายของรัฐ ถือเป็นโอกาสทางการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น รวมถึงการใช้สถานที่สำคัญ ของรัฐ ในการจัดวางและจำหน่ายสินค้า แต่ลูกค้าต่างพื้นที่ไม่สามารถไปยังแหล่งผลิตได้เนื่องจากไม่มีการบ่งชี้สถานที่ผลิตที่ชัดเจน ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากภาครัฐให้การสนับสนุนตามนโยบายอย่างเต็มที่ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทางกลุ่มจึงยังไม่มีส่งเสริมด้านการขาย ส่วนปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ความสม่ำเสมอของกำลังการผลิต การวางแผนการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ และการเลือกบรรจุภัณฑ์ การขาดผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดที่ชัดเจน ซึ่งจากปัญหาที่กลุ่มประสบ ส่งผลให้กลุ่มไม่สามารถที่จะขยายตลาดได้

เวสารัช สรรพอาชีพ (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมและการติดตามผลการดำเนินงานของผู้ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประเภทสุราแช่) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทไวน์ผลไม้ โดยมีสภาพกลุ่มเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ระยะเวลาในการดำเนินงาน 1 ปี ถึง 5 ปี จำนวนสมาชิกไม่เกิน 10 คน มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงานเพื่อสร้างรายได้ เวลาในการปฏิบัติงานทำงานเต็มเวลา สถานที่ที่ใช้ในการผลิตเป็นโรงเรือนถาวร ขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการผลิต 50 ตารางเมตร ถึง 200 ตารางเมตร ปริมาณยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 ขวด เครื่องหมายมาตรฐานที่ได้รับก่อนยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ประกาศนียบัตร เช่น ประกาศนียบัตรสุราแช่ดีเด่นระดับจังหวัด OTOP ระดับ 5 ดาว ตลาดเป้าหมายหลัก คือ ตลาดภายในจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียง

แนวทางการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน พบว่า ส่วนใหญ่สถานที่ผลิตมีความพร้อมเป็นไปตามเกณฑ์ของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 60 ซึ่งที่เหลือร้อยละ 40 ต้องมีการปรับปรุงการดำเนินงาน คือ ทำทางระบายน้ำ ปรับพื้นที่ไม่ให้มีน้ำขังและ ปิดประตูทุกครั้งที่มีการเข้าออกเพื่อป้องกันฝุ่นควันเข้าไปในบริเวณที่ผลิต ทำระบบบำบัดน้ำเสีย ปูกระเบื้องในพื้นที่ผลิต แยกสิ่งของที่ไม่ใช่ออกจากบริเวณที่ผลิต ติดพัดลมระบายอากาศ ทำความสะอาดภาชนะหรืออุปกรณ์ทุกครั้งหลังใช้งาน ล้างทำความสะอาดวัตถุดิบก่อนนำมาใช้ ติดตั้งเครื่องกรองน้ำเพื่อนำน้ำสะอาดมาใช้ในการผลิต รักษาความสะอาดบริเวณที่ผลิตและบริเวณที่เก็บรักษา ติดตั้งถังกักน้ำเพื่อเก็บน้ำ ติดตาข่ายหรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันหนูและแมลง แยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี อ่านฉลากสารเคมี และปฏิบัติตาม สวมผ้าคลุมผลและล้างมือก่อนปฏิบัติงาน ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความใสด้วยการกรองผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุ คัดเลือกวัตถุดิบก่อนนำมาหมักบ่มเพื่อให้มีสี กลิ่น รส ตามธรรมชาติของวัตถุดิบ เก็บผลิตภัณฑ์ให้มิดชิดเพื่อป้องกันกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุ กำหนดเวลาที่แน่นอนในการหมักเพื่อไม่ให้เกิดฟองจากการหมักซ้ำ

ผลจากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีกลิ่น สี รสชาติที่ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น เพิ่มยอดขายมากขึ้น สมาชิกแต่ละคนมีขวัญและกำลังใจมากขึ้น การจัดการมีระบบมากขึ้น ได้รับการส่งเสริมจากรัฐในการให้ความรู้พัฒนาบุคลากรมากขึ้น และความต้องการการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐช่วยส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น ต้องการการสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ และเครื่องจักรที่ได้มาตรฐาน ต้องการให้รัฐบาลส่งเสริมในการยื่นขอกู้ระยะยาว ดอกเบี้ยต่ำ ต้องการให้รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลิตบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถมาช่วยแนะนำในกลุ่ม ต้องการให้ข้าราชการจริงจังในการให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิต

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ธีติมา สมานธิ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาการประเมินศักยภาพของผู้บริหารกิจการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของผู้บริหารกิจการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสงขลา มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีศักยภาพในด้านบุคลิกลักษณะของผู้บริหารอยู่ในระดับสูง และศักยภาพด้านความรู้เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์ด้านอื่นๆ จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การบริหาร ประสบการณ์การฝึกอบรม มีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับศักยภาพของผู้บริหารกิจการ สำหรับผู้บริหารกิจการในกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นลำดับที่ 1-20 มีศักยภาพทางการบริหารแตกต่างกับผู้บริหารกิจการในกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์ทั่วไป ผลการศึกษาพบว่ามีศักยภาพที่สูงกว่า ข้อเสนอแนะควรมีการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ทางวิชาการในงานที่ปฏิบัติอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมถึงการสนับสนุนแหล่งเงินทุน การหาช่องทางจัดจำหน่าย การจัดหาอุปกรณ์การผลิตและโรงเรือน การบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน และผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน

พิรพัฒน์ วสุ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาทัศนคติของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ต่อบรรจุภัณฑ์สินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องคั่ว จังหวัดสงขลา โดยมีผลการศึกษาโดยสังเขปดังนี้

ผู้นำกลุ่มส่วนใหญ่เป็นหญิงวัยกลางคนถึงวัยสูงอายุทำกลุ่มอาชีพ (OTOP) เป็นอาชีพเสริม เคยผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ สำหรับการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานรัฐมาแล้ว เช่นเดียวกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ส่วนลักษณะทางธุรกิจของกลุ่มนั้น แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ กลุ่มอาชีพ เจ้าของคนเดียว และทั้งสองลักษณะรวมกัน เฉลี่ยแล้วดำเนินการมา 5 ปี เงินลงทุนเริ่มแรกมาจากเงินของผู้นำกลุ่มและสมาชิก หากไม่เพียงพอก็จะกู้ยืมหรือของบประมาณจากหน่วยงานรัฐ การจ่ายค่าแรงขึ้นกับข้อตกลงของสมาชิก และมีการประชุมในลักษณะ “ทำไป ค่อยไป” ระหว่างผลิต ซึ่งมีช่วงการผลิตที่ไม่แน่นอน ขึ้นกับชนิดผลิตภัณฑ์และสภาพของกลุ่มด้วย แต่ละกลุ่มมีศักยภาพการผลิตไม่แตกต่างกัน แต่หากมีปริมาณการสั่งซื้อมาก กลุ่มจะไม่สามารถผลิตได้ เนื่องจากสมาชิกมีอาชีพหลักอยู่แล้ว และอยู่ในวัยกลางคนถึงวัยสูงอายุ ความคล่องแคล่วจึงมีน้อย แรงงานเป็นลักษณะหมุนเวียน ทำให้ไม่สามารถผลิตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งเทคโนโลยีในการผลิตก็ไม่ทันสมัยด้วยส่วนที่เริ่มแรกของผลิตภัณฑ์นั้นส่วนใหญ่มาจากผู้นำกลุ่มไม่ทางตรงก็ทางอ้อม และแทบไม่เคยเปลี่ยนแปลงรูปแบบเลย และมักไม่มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน โดยเฉพาะเครื่องหมาย ออ. ซึ่งเป็นผลมาจากการขาดแคลนโรงเรือน ส่วนบรรจุภัณฑ์จะใช้บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ โดยซื้อในอำเภอหาดใหญ่เป็นหลัก และกลุ่มจะพึงพิงตนเองมากกว่าพึงพิงหน่วยงานของรัฐแต่จะมีเครื่องหมายหรือชื่อของหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มประกอบบนบรรจุภัณฑ์

และมักไม่ระบุวันหมดอายุ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายในร้านค้าชุมชน ซึ่งขอขายไม่สูงนัก แต่ก็มีการซื้ออย่างสม่ำเสมอ และมียอดขายดีขึ้นในช่วงงานเทศกาล หรือช่วงที่มีงานแสดงสินค้า โดยกลุ่มจะได้รับการสนับสนุนพื้นที่จัดงานจากหน่วยงานของรัฐ ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ กลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบเองทั้งหมด

ผู้นำกลุ่มมีทัศนคติที่ดีถึงดีมากต่อความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ มีทัศนคติที่ดีต่อความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เกือบทุกประเด็น และมีทัศนคติปานกลาง-ดีต่อบทบาทของตนเองในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่วนทัศนคติเหล่านี้จะเป็นผลดีต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอนาคต ส่วนทัศนคติที่มีต่อบทบาทของรัฐในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มนั้น ผู้นำกลุ่มมีทัศนคติปานกลางเกือบทุกประเด็น และมีบางประเด็นที่มีทัศนคติปานกลาง โหม่งเอียงไปทางไม่ค่อยดี ซึ่งเป็นประเด็นที่หน่วยงานของรัฐทำงานในลักษณะต่างคนต่างทำ และไม่ได้ลงพื้นที่อย่างจริงจังนัก ปัญหาและอุปสรรคที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ควรเร่งแก้ไข คือ ปัญหาการตลาดที่ไม่ดี การขาดแคลน โรงเรือน เทคโนโลยีในการผลิต และการเก็บรักษาที่ไม่ทันสมัย ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้

การปฏิบัติงานของคณะกรรมการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ชวลีวรรณ สมักรพงศ์ (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาการตลาดของสินค้า OTOP ในจังหวัดสงขลา : กรณีศึกษากลุ่มสินค้าหัตถกรรม ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ผลิตมีสมาชิกเฉลี่ย 28.2 คน โดยสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 41-50 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพการเกษตร และมีรายได้เฉลี่ยจากการดำเนินกิจกรรม OTOP อยู่ในช่วง 3,001-5,000 บาท/เดือน โดยกลุ่มผู้ผลิตมากกว่าครึ่งมีการจัดตั้งกลุ่มมาก่อนที่จะมีโครงการ OTOP ซึ่งในการจัดตั้งกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบเป็นอาชีพเสริม สำหรับการผลิตสินค้าส่วนใหญ่ทำการผลิต ณ ที่ทำการของกลุ่มและให้สมาชิกนำไปผลิตที่บ้านของตนเอง ซึ่งมีการวางแผนการผลิต 2 รูปแบบ คือ ผลิตสินค้าก่อนแล้วขาย และรับคำสั่งจากลูกค้าก่อนแล้วจึงผลิต

ผลการดำเนินงานด้านการตลาด กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่มีผู้ทำหน้าที่การตลาดโดยตรง แต่มีประธานกลุ่มที่เป็นผู้รับผิดชอบทั้งงานบริหาร และการจัดการด้านการตลาดทั้งหมด ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตมากกว่าครึ่งมียอดขายจำหน่ายสินค้าเฉลี่ย 148,382.4 บาท/เดือน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นข้าราชการและพนักงานเอกชน และมีการกำหนดรูปแบบสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก โดยทุกกลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผู้ผลิตมากกว่าครึ่ง จะกำหนดตามชนิดและรูปแบบของสินค้าในด้านการกำหนดราคา กลุ่มผู้ผลิตทุกกลุ่มกำหนดตามต้นทุนบวกกับกำไรที่ต้องการ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้กับลูกค้าในประเทศโดยตรง ณ ที่ทำการของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตมากกว่า

ครั้งมีการทำกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการตลาด และส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด จากสำนักงานพัฒนาชุมชน ในส่วนปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่ม และควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ การขาดแคลนแหล่งเงินทุนและเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน กำลังการผลิตสินค้าไม่สม่ำเสมอ ขาดความรู้และความเข้าใจในเรื่องการบริหารและการจัดการด้านการตลาดที่ชัดเจน ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านี้น้อย

ส่วนบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ครั้งหนึ่งของหน่วยงานมีวัตถุประสงค์ ในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิต เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสินค้าให้มีศักยภาพ และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ซึ่งหน่วยงานส่วนใหญ่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านการจัดหาตลาด เพื่อรองรับสินค้า โดยกิจกรรมที่หน่วยงานจัดขึ้นเป็นการฝึกอบรมทักษะในด้านต่างๆ และการให้ความรู้ และคำแนะนำเรื่องการจัดการด้านการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด โดยปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานประสบจากการเข้าไปให้การสนับสนุน คือ คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ กลุ่มผู้ผลิตตั้งราคาสูงเกินไป ไม่มีศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ทำการผลิตเป็นเพียงอาชีพเสริม และขาดเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต ซึ่งปัญหาที่กลุ่มประสบอยู่ส่งผลให้กลุ่มไม่สามารถขยายตลาดได้

นักฎภัทร โชติช่วง (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาการปฏิบัติงานในเชิงบูรณาการของ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบ/วิธีการปฏิบัติงานเชิงบูรณาการและผลการปฏิบัติงานของ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย ด้านข้อมูล อยู่ในเกณฑ์ดีแต่ยังขาดการบูรณาการ ด้านการวางแผน มีการวางแผนการทำงานล่วงหน้า กำหนด วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ด้านการกำหนดเป้าหมาย โดยการคำนึงถึงความเป็นไปได้ จากฐานความเป็นจริง ด้านการทำงานเป็นทีม ยังไม่ได้ผลเท่าที่ควรเพราะคณะทำงานบางคนมีการกิจกรรม ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทุกครั้ง ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ยังไม่ค่อยเห็นความสำคัญ ไม่ค่อยมีส่วนร่วมและไม่ชอบแสดงความคิดเห็น และด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมใหม่ ผลของการดำเนินงานยังไม่ชัดเจน ไม่เป็นระบบ ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของคณะอนุกรรมการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย ด้านข้อมูล ขาดการแลกเปลี่ยน ข้อมูลระหว่างหน่วยงานด้านการวางแผน คณะทำงานขาดการวางแผนและประสานงานด้านการกำหนด เป้าหมาย คณะทำงานไม่ค่อยมีเวลาว่างยึดผลลัพธ์หน่วยงานตนเองเป็นหลัก ด้านการทำงานเป็นทีม ปัญหาเกี่ยวกับมีงานประจำมากจึงขาดความร่วมมือและเสียสละ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ประชาชน/กลุ่มขาดความร่วมมือ ขาดความกระตือรือร้น และด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมใหม่ ขาด ความร่วมมือจากประชาชน เครื่องมือหรือเทคโนโลยีมีไม่เพียงพอ

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาตำบลศีลหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็น แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดต่างๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการดำเนิน นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับชุมชน ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัย ดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. พื้นที่การวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการนำเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม ซึ่งได้แก่ พื้นที่ในเขต ต.ศีลหลวง อ.สตึงพระ จ.สงขลา

พื้นที่ในการวิจัย

พื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ พื้นที่ในเขต ตำบลศีลหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา โดยเหตุผลที่เลือกทำการศึกษา ต.ศีลหลวง ด้วยเหตุผล 3 ประการ คือ

ประการแรก ความหลากหลายทางอาชีพ เนื่องจากในตำบลศีลหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา มีจำนวน 8 หมู่บ้าน ชาวบ้านมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่สวนผสม ทำน้ำตาลโตนด เลี้ยงสัตว์ และรับจ้าง

ประการที่ 2 ความเก่าแก่ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้มีการสืบทอดการมาผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาอย่างต่อเนื่องยาวนานอย่างน้อย 3 รุ่น ได้แก่ รุ่งปยุ่ คายาย พ่อแม่ พี่น้อง ลูกหลาน เป็นต้น

ประกาศที่ 3 การยอมรับของชุมชนและบุคคลทั่วไป ต่อตัวผลิตภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ตำบลดีหลวง ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านต้นเลียบ หมู่ที่ 2 บ้านดีหลวง หมู่ที่ 3 บ้านชะลอน หมู่ที่ 4 บ้านชายทะเล หมู่ที่ 5 บ้านพังไทร หมู่ที่ 6 บ้านชะแม หมู่ที่ 7 บ้านบ่อใหม่ และหมู่ที่ 8 บ้านพังไม้ไผ่ ดังแผนที่ประกอบ



ภาพประกอบ 4 แผนที่ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ที่มา : สำนักงานอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์

1. วิธีการสังเกต

ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบกึ่งมีส่วนร่วม เนื่องจากผู้วิจัยไม่ใช่คนในพื้นที่ แต่ผู้วิจัยได้ไปเข้าร่วมในการทำกิจกรรม การดำเนินงานของผู้ประกอบการในตำบลสีหลวง เป็นครั้งคราว การสังเกตจะสังเกตสภาพทั่วไป เช่น สภาพพื้นที่ บรรยากาศของการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ คราวเรือนของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการกับลูกค้า ตลอดจนความสัมพันธ์ของคนในชุมชน

2. วิธีการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและดำเนินการเก็บข้อมูลแบบเป็นรายบุคคล เพื่อจะได้ซักถามผู้ให้สัมภาษณ์ได้อย่างละเอียด และเพื่อให้เกิดความสะดวกสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ จะได้เตรียมตัวล่วงหน้า และคิดว่าการสัมภาษณ์แบบรายบุคคลจะทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา และอาจช่วยทำให้เกิดความเป็นกันเองได้ดีกว่าวิธีอื่น

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์หรือแบบสอบถาม การสร้างแบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง การสร้างเครื่องมือแบบนี้ จะมีลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์ได้ตอบคำถามอย่างอิสระ เพราะลักษณะคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด นอกจากนั้นยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถปรับเปลี่ยนคำถามไปตามสถานการณ์ได้อย่างเป็นอิสระเช่นกัน คำถามที่ออกแบบจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 3 ชุด คือ

ชุดที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ชุดที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ชุดที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของรัฐในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม

1. กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ผู้วิจัยจำแนกผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

กลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกดังนี้

ประการแรก ความหลากหลายทางอาชีพ เนื่องจากในตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีจำนวน 8 หมู่บ้าน ชาวบ้านมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ นาสวนผสม ทำน้ำตาล โตนด เลี้ยงสัตว์ และรับจ้าง

ประการที่ 2 ความเก่าแก่ของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการมีการสืบทอด และมีความต่อเนื่องในการจัดทำผลิตภัณฑ์มาช้านานอย่างน้อย 3 รุ่น ได้แก่ รุ่นปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ ลูกหลาน เป็นต้น โดยแสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ของผลิตภัณฑ์

ประการที่ 3 การยอมรับของชุมชนและบุคคลทั่วไป ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ได้รับการยอมรับจากชุมชนและบุคคลทั่วไป ซึ่งพิจารณาจากความเก่าแก่ของผลิตภัณฑ์ หรือความนิยมของผลิตภัณฑ์

จากเกณฑ์การคัดเลือกดังกล่าว จึงได้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ของตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา จำนวน 9 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน (ประธานกลุ่ม เลขากลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม) ดังรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 รายชื่อกลุ่มที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ชื่อกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ที่อยู่
1. กลุ่มสตรีบ้านเลียบ นางเหี่ยว คชสาร	ขนมลากรอบอบเนย รวม 1 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 30/1 บ้านเลียบ ม.1 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดอกไม้ประดิษฐ์ นางละเอียด มากมี	กล้วยไม้ใบตาล โตนด ดอกไม้ยบัว รวม 2 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 38 บ้านชะแม ม.6 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ที่อยู่
3. กลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 7 นางละออง อินทรศิริ	กาดะแมสามรส ขนมนางเล็ด น้ำแดงโม ขนมหอมม่วง ขนมหลู รวม 4 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 24 บ้านบ่อใหม่ ม.7 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
4. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ่อใหม่ นางเสริญศิริ หนูเพชร	กระเป๋ายไตล โคมไฟไตล กล่องทิชชู กระเป๋ายไตล หมวกไตล (สุภาพบุรุษ) หมวกไตล (สุภาพสตรี) จิตรกรรมชุมชนกับกระดาศไตล ที่ครอบผลไตล แจกันถักไตล กระเป๋ายไตลทอ รวม 10 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 34 บ้านบ่อใหม่ ม.7 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
5. กลุ่มสตรีอาชีพ ทำขนมพื้นบ้าน นางอรุณ ไชยแก้ว	ขนมหงาดำ ขนมหงาขาว ขนมหั่ว- งาดำ ขนมหั่ว-งาขาว เมล็ดมะม่วง หิมพานต์แผ่น ขนมหักมีไส้ ขนมหัก ขนมนางเล็ด ข้าวม่วงกรอบ ขนมหัญพีช เมล็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ รวม 4 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 60 บ้านพังไม้ไผ่ ม.8 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
6. กลุ่มหัตถกรรม ไตลโตนด บ้านชะแม	หมวกไตลสุภาพบุรุษและ สุภาพสตรี ปิ่นปักผม กล่องกระดาศทิชชู รวม 4 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 38 บ้านชะแม ม.6 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
7. กลุ่มสตรีบ้านชะแม นางบุญญา ชุมแสง	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เคลือบ น้ำไตลโตนด ขนมหักไม่มีไส้ ขนมหักสอดไส้ ขนมหั่วงาดำ ขนมหั่วงาขาว ขนมหักม่วงกรอบ ขนมหักม่วงนางเล็ด ขนมหัก รวม 8 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 36/1 บ้านดีหลวง ม.6 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ที่อยู่
8. กลุ่มแม่บ้านออมทรัพย์ทำ ขนมพื้นเมือง นางจันทร์เพ็ญ เกื้อหนูน	ขนมโก๋ ขนมโก๋มีไส้ งามขาว-งามดำ ก้อนถั่ว ข้าวม้าวทอด ขนมเมล็ด มะม่วงหิมพานต์ ขนมงาแผ่น ขนมข้าวพองนางเล็ด ขนมข้าวแต่น้ำแดงโม ขนมข้าวม้าวกรอบ ขนมงามขาว- งามดำผสมถั่ว รวม 7 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 47/2 บ้านพังไม้ไผ่ ม.8 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา
9. กลุ่มแม่บ้านเกษตร บ้านดีหลวงสามัคคี นางสาวถวิล วิจิตรพันธ์	กล้วยอบเนย กล้วยอบสมุนไพร ขนมโก๋ ขนมดูนี่ ขนมถั่ว กรอบแก้ว น้ำพริกกล้วย ขนมงา รวม 5 ผลิตภัณฑ์	เลขที่ 36/1 บ้านดีหลวง ม.2 ต.ดีหลวง อ.สทิงพระ จ.สงขลา

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวน 5 กลุ่ม จำนวน 12 คน (ที่ไม่ระบุจำนวนคนในกลุ่ม เนื่องจากกร
ทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการมีจำนวนไม่แน่นอน) ดังตาราง 2

ตาราง 2 รายชื่อกลุ่มที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ชื่อกลุ่ม/เจ้าของกิจการ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ที่อยู่
นางประไพ สุวรรณโณ	กระเป๋าจากเศษผ้า	5 หมู่ 4 ต.ดีหลวง
กลุ่มส่งเสริมอาชีพสตรีหมู่ที่ 4	ขนมพื้นเมือง	อ.สทิงพระ จ.สงขลา
นางส้อย สุวรรณเรืองศรี	ขนมคอกเปิด	26 หมู่ 5 ต.ดีหลวง
กลุ่มสตรีทำขนมบ้านพังไทร		อ.สทิงพระ จ.สงขลา
จรัส หนูเจริญ	ข้าวหลาม	5/1 หมู่ 4 ต.ดีหลวง
		อ.สทิงพระ จ.สงขลา
เจียว นักร	กอละแม	- หมู่ 8 ต.ดีหลวง
		อ.สทิงพระ จ.สงขลา
จิราพร เรืองศรี	ดอกไม้จันทน์	48 หมู่ 3 ต.ดีหลวง
กลุ่มแม่บ้านพัฒนาอาชีพบ้านชะลอน		อ.สทิงพระ จ.สงขลา

2. เจ้าหน้าที่ของรัฐในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ซึ่งมีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

การจัดกระทำข้อมูลและการนำเสนอผลวิเคราะห์

การศึกษาวิจัยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น: ภูมิศึกษาดำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีกระบวนการในการจัดกระทำกับข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและจากการลงพื้นที่ ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม ตามแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลดิจิทัลและเป็นเอกสาร โดยมีจัดระบบตามขอบเขตด้านเนื้อหาสาระสำคัญ แยกประเด็นสำคัญต่างๆ แต่ละด้านตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตด้านเนื้อหา โดยการใส่รหัสของกลุ่มคำตอบการวิจัย หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์จำแนกข้อมูลโดยตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อย พร้อมทั้งจำแนกประเด็นตามขอบเขตของเนื้อหา และเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) โดยมีแผนภูมิ และ

ภาพประกอบ นอกจากนั้นนำผลการวิเคราะห์ จำแนกข้อมูล มาดำเนินการสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตของเนื้อหา เพื่อใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ที่ค้นพบจากการศึกษา ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการสังเคราะห์แล้วนำเสนอผลการสังเคราะห์ด้วยการพรรณนาความ

2. การนำเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์ จำแนกออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ ประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การวิจัย คำถามการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีการวิจัย ประกอบด้วย ระเบียบวิธีวิจัย พื้นที่การวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดกระทำข้อมูลและการนำเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์

บทที่ 4 ผลการวิจัย นำเสนอผลการวิจัย 3 ประเด็นดังนี้ ประเด็นที่หนึ่ง ความคิดเห็นแรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ประเด็นที่สอง ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ และประเด็นที่สาม ข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในระดับชุมชน

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการวิจัย ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย เรื่อง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ท้องถิ่น ในบทนี้จะนำเสนอ 3 ประเด็น คือ

1. ความคิดเห็น แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน
2. ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัด ในการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ
3. ข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในระดับชุมชน

ความคิดเห็นต่อการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนต่อการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีความเห็นต่อการดำเนินโครงการ ดังนี้

1.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างงาน

จากการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่มีคุณค่ามากต่อชุมชนท้องถิ่น ทั้งในเรื่องของการสร้างผลิตภาพทางเศรษฐกิจและเรื่องของคุณค่าทางจิตใจของผู้ที่เฝ้ามองหรือมีโอกาสสัมผัส คุณค่าที่กล่าวถึงเรื่องของเศรษฐกิจที่สำคัญและบ่งบอกถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่น มากที่สุด คือ การที่โครงการเข้าไปสนับสนุนในเรื่องของอาชีพเสริมจากการทำอาชีพหลักของชาวบ้านในพื้นที่ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่ม สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มองว่า หน้าที่ของโครงการ ก็คือ เข้ามาช่วยเหลือดูแลคนในหมู่บ้านให้มีงานทำแทนที่จะไปใช้แรงงานนอกบ้าน ก็กลับมาช่วยเหลือครอบครัว ในหมู่บ้าน ไม่ต้องเสี่ยงภัยกับการนั่งรถออกไปทำงาน นอกจากนี้เรายังทำอย่างอื่นได้ เช่น ปลูกผักสวนครัว ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ไม่ต้องออกจากพื้นที่ (รัตน แก้วเรืองศรี) ดังนั้นในมุมมองของผู้เข้าร่วมโครงการจะมองว่าการกิจหลักของ

โครงการ คือ “การส่งเสริมอาชีพ” (มนรัักษ์) ผลจากการดำเนินการที่สำคัญจึงเป็นเรื่องของการมีอาชีพเสริมของคนในชุมชน นอกจากนี้เป้าหมายยังเสริมอีกว่าโครงการเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำให้ชุมชนดีขึ้น เช่น เรื่องอาชีพ โดยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เด่นในหมู่บ้านนั้น และเป็นการพัฒนาตนเองสู่ “การเป็นสากล” ตามความคิดเห็นของป้าบุญญา ชุมแสง นอกจากนี้ความคิดเห็นหนึ่งที่สอดคล้องกับเสียงส่วนใหญ่คือการที่ป้าถวิล กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า

“กิจกรรมโครงการน่าสนใจเพราะคนในหมู่บ้านที่ว่างงานมีงานทำ โครงการให้ประโยชน์ คือ มีการพัฒนางานที่ทำให้ดีขึ้น จะได้ขายได้เหมือนคนอื่นๆ”

เพราะไม่เพียงแต่เป็นการสร้างช่องทางหรือโอกาสในการทำกินเท่านั้น โครงการยังมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพในเรื่องการพัฒนาฝีมืออีกด้วย ป้ามณฑากกล่าวเสริมหากแต่ในความหมายสำคัญกว่านั้น ในมุมมองของผู้เข้าร่วมบางกลุ่ม คือ เรื่องของการช่วยให้คุณภาพชีวิตชาวบ้านดีขึ้น เช่น มีเงินมาช่วยเหลือครอบครัวเพื่อเป็นต้นทุนในการประกอบอาชีพให้กับกลุ่มได้มีอาชีพที่มั่นคงได้ (ชบา) ซึ่งในประเด็นนี้ป้าเขียวเล่าให้ฟังว่า

“มีงบมาให้ในแต่ละหมู่บ้าน กะหลายบเหมือนกันแหละนะ ถึงกะชาวบ้านได้มีงานทำ ตามที่ชาวบ้านถนัดนั่นแหละ”

คือ มีงบประมาณเข้ามาในหมู่บ้านมากมายทำให้ชาวบ้านได้รับการสนับสนุนให้ได้ทำงานตามที่ตนมีความถนัดได้ การที่โครงการเข้ามามีการช่วยเหลือชาวบ้านให้มีงานทำดังกล่าวยังมีคุณค่าสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ทำให้ชุมชนได้หันกลับมาได้ใช้ของที่มีอยู่ในหมู่บ้านมาทำ (อุไรรัตน์) ซึ่งของดังกล่าวตามความหมายของกลุ่มผู้เข้าร่วม คือ การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าเกิดเป็นงานหรืออาชีพเสริม จนบางรายสามารถยึดเป็นอาชีพหลักแทนได้ ซึ่งแม้กระทั่งคุณบัวจิตเองซึ่งมองในมุมกลับกันว่าโครงการไม่ได้มีการมาติดตามหรือดูแลเท่าไคนัก หากแต่ในการริเริ่มโครงการนั้นเป็นสิ่งที่ดีในเรื่องของการส่งเสริมให้ชาวบ้าน ไม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านและที่สำคัญ คือ การส่งเสริมให้ใช้วัสดุที่มีอยู่ในธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต คุณค่าของสิ่งที่เกิดขึ้นจึงมีมากกว่าอาชีพ หากแต่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งประเด็นดังกล่าวสะท้อนจากความคิดเห็นว่า

“ลักษณะ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้ช่วยเท่าไร แต่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้ามาช่วยให้ชาวบ้านได้มีงานทำ ทำให้ชุมชนรวมตัวคนทำงานไม่ออกไปทำงานข้างนอก เป็นการสร้างงานในท้องถิ่น โดยการนำวัตถุดิบ และคนในท้องถิ่น” (บัณฑิต)

ประเด็นสำคัญประการหนึ่งที่นำขบคิด คือ การมีงานทำ ในชุมชน ท้องถิ่นของตนเองไม่ต้องออกไปทำงานรับจ้างนอกพื้นที่ ซึ่งบางครั้งมองว่าได้ไม่คุ้มเสีย จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับจิตใจของผู้เข้าร่วมโครงการมาก ในแง่ที่ว่าสามารถลบภาพลดโรงงานที่มาดัดคนคน “อัดแน่นจอแจ” กันในรถไปทำงานที่โรงงานในทุกๆ เช้า กว่าจะเห็นหน้าคนเหล่านั้นก็พลบค่ำ ชีวิตส่วนหนึ่งกว่าครึ่งของกลุ่มคนเหล่านั้นจึงขาดหายไปจากการที่ต้องรับจ้างทำงาน เพราะจากการพูดคุยพบว่าจากการที่ที่นาไม่สามารถให้ผลผลิตได้ดั้งเดิม ประกอบกันกับที่ข้าวมีราคาไม่สูงนักรายได้หลักที่ได้จากการทำนาของคนส่วนใหญ่จึงไม่เพียงพอต่อการดำเนินชีวิต ทางออกเดียวที่ผ่านมาจึงเป็นการพึ่งพารายได้จากการทำงานรับจ้างไม่ว่าจะเป็นที่โรงงานหรือการทำก่อสร้าง

1.2 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างรายได้

สืบเนื่องจากการสร้างงานของ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงส่งผลให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการช่วยทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม ซึ่งแม้จะมองดูว่าเป็นอาชีพเสริม แต่เป็นการทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม แทนที่จะอยู่บ้านเฉยๆ ซึ่งมีบางคนในครอบครัวว่างงาน จากการศึกษา พบว่า ชาวบ้านที่ได้เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถทำให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ในการร่วมมือกับอุตสาหกรรมจังหวัดต่อการสนับสนุนบรรจุหีบห่อ สำหรับการบรรจุขนมให้ดูสวยงาม สะอาดเป็นต้น และในด้านทัศนคติมุมมองของชาวบ้านต่อ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีมุมมองในด้านที่ดีต่อโครงการ ให้คุณค่ากับตัวบุคคล ครอบครัว และชุมชน นางจินดาเกล้าว่าทำให้มีอาชีพของเราดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น มีอาชีพเสริม ซึ่งการเข้ามาของโครงการในรูปแบบของการดูแลและสนับสนุนนั้นทำให้ของขายดีขึ้น โดยนางจินดาเกล้าให้ฟังว่า “ตอนนี้ของก็ขายดี เมื่อก่อนเราก็ขายไม่ดีเท่าไร พอเขาเข้ามาพัฒนาของก็ขายดีขึ้น” ซึ่งในประเด็นนี้คุณบัณฑิตกลุ่มโยธาลให้ความคิดเห็นที่เป็นการสนับสนุนว่า

“ดูคิดว่ารายได้เป็นตัวหลัก โดยการนำเอาวัตถุดิบและคนในท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาให้ได้เงินมาที่เป็นกำไร”

ขบา ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมโครงการอีกรายหนึ่งกล่าวว่า โครงการในความหมายของคนที่ทำมาค้าดี มีคุณภาพขายได้ราคาดี ทำให้มีรายได้เสริมเข้ามาด้วย เพราะตนเองมองว่าโครงการต้องการให้คนมีงานทำ มีรายได้ ช่วยเหลือครอบครัว พัฒนาส่งเสริมให้มีรายได้ และพัฒนาตนเอง เช่นเดียวกับกับปีระเบียบที่มองว่าโครงการทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรายได้ที่พออยู่ได้ในมุมมองของป้าอรุณ ไชยแก้วที่ว่า “อาชีพที่ถือว่า เราไม่ได้เป็นอาชีพหลักกะเราพออยู่ได้ เพราะมันเป็นอาชีพเสริม” ซึ่งรายได้เสริมนี้จะมาจากการที่ชุมชนสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นั้นหมายถึงว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักดี ดังที่นางมณฑาให้ความคิดเห็นว่าโครงการกับชุมชน มีความเกี่ยวข้อง หรือส่งเสริมในด้านรายได้ ลดค่าใช้จ่าย ซึ่งมีข้อดี คือ ช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก หมู่บ้านมีสินค้าเด่นขึ้นมา ในประเด็นดังกล่าวนี้เองสอดคล้องกับความคิดเห็นของนางเพ็ญใจที่ว่า “โครงการ คือ สินค้าเด่นในตำบล สามารถนำไปโชว์ให้ที่อื่นดูได้ และทำให้คนในตำบลมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น” และช่วยทำให้สินค้าเราขายได้นางจรรยากล่าวเสริม

คุณค่าของโครงการที่มีต่อชุมชนจึงเป็นเรื่องของรายได้ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ซึ่งแน่นอนว่าเป็นสิ่งที่ป้าอรุณมองเห็นได้ชัด

1.3 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการฟื้นฟูภูมิปัญญา

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ เรื่องของการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบสานกันมาเนิ่นนาน ดังที่ป้าอรุณกล่าวอย่างภาคภูมิใจว่า “ป้าเป็นคนคิดขึ้นมาทั้งหมด ทีนี้คือว่า กลุ่มใน ต.คีหลวง เอาตัวอย่างของป้าไปทำหมดทุกกลุ่ม คือ 3 กลุ่ม ทำเหมือนกันหมด” ซึ่งในประเด็นนี้ป้ายังกล่าวซ้ำให้เห็นถึงศักยภาพของตนเองอีกว่า “วิทยากรมาสาธิตเท่าไร ไม่มี แล้วป้าสอนให้โหมเด็กทำ คือ เป็นของๆ ป้าหมด” ในขณะที่ป้าบุญญาซึ่งเป็นอีกคนหนึ่งที่มีบทบาทมากในเรื่องของการก่อตั้งกลุ่มที่เข้มแข็งและมีความสำคัญในฐานะพี่เลี้ยงของหลายๆ กลุ่มกล่าวเสริมว่า

“สินค้าชุมชนเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นการนำภูมิปัญญาของเรามาทำ และต้องรักษาไว้ภูมิปัญญา”

จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนในรุ่นก่อนได้สะท้อนผ่านการดำเนินกิจกรรมในโครงการนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเสริญศิริเองได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า “ตามความเข้าใจก็คือเป็นความสามารถของคนในตำบลนั้นที่สามารถทำผลิตภัณฑ์ให้เด่นดังขึ้นมา มีความสามัคคี

อนุรักษ์ในสิ่งที่เราทำ ทำสิ่งใดแล้วก็ต้องทำให้ดีขึ้น” ดังนั้นคุณค่าในการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญา จึงสร้างมูลค่ามหาศาลให้กับกลุ่มที่ดำเนินการตามเจตนารมณ์ของ โครงการ

1.4 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในเรื่องของการอนุรักษ์ธรรมชาติ

การอนุรักษ์ธรรมชาติหรือการอยู่กับธรรมชาติเป็นอีกเจตนารมณ์หนึ่งของ โครงการ ทั้งในแง่มุมมองของการสร้างรายได้จากธรรมชาติ คือ พึ่งพาธรรมชาติ และแง่มุมมองของการดูแล หรือรักษาสมดุลของธรรมชาติ ดังที่นางอรุณ กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“วัตถุดิบใบตาลเราก็หาได้จากหลังบ้าน สมาชิกผู้ชายเขาจะรู้ว่าต้นนี้ใบสวย หรือ ไม่สวยเขาจะขึ้นให้ ตอนนี้นำไปซื้อเขาก็โลละ 700 เหมาะมากเพราะเราใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพราะเราไม่ต้องไปหาซื้อที่ไหน แต่เป็นบางส่วนที่เราไปซื้อหาจากที่อื่นบ้าง เช่น สีส้อม แล็กเกอร์”

ซึ่งหากจะพิจารณาจากความคิดเห็นดังกล่าวนี้จะพบว่าความรู้สึกในการรัก ห่วงแหนในธรรมชาติของกลุ่มผู้เข้าร่วม โครงการนั้นเห็น ได้อย่างเป็นรูปธรรม เพราะมีการสะท้อน ถึงเรื่องของเอกลักษณ์ผ่านมุมมองที่ว่า “มีความเหมาะสมมากเพราะว่ามันเป็นวัสดุในท้องถิ่น เป็น วัตถุดิบที่ไม่เหมือนที่อื่นเพราะมีที่นี้ที่เดียว เป็นวัตถุดิบที่ไม่ต้องหาซื้อ สามารถไปขอก็ได้” (เสริญสิริ) คุณค่าจากสิ่งที่เกิดขึ้นจากวัสดุธรรมชาติที่อยู่รอบๆ จึงทำให้ความห่วงแหนและการดูแลเริ่มเกิดขึ้น เพราะหากมีการรักษาไว้เป็นอย่างดีแล้วสิ่งที่เกิดขึ้น คือ ต้นทุนที่กลุ่มสามารถคำนวณ ได้เลยว่าจะได้ รายได้เท่าใดในการประกอบอาชีพจากต้นทุนทางธรรมชาตินี้ดังที่ถวิลเล่าให้ฟังว่า

“วัตถุดิบได้มาจากการซื้อในพื้นที่และต่างพื้นที่ ในท้องที่เช่นน้ำตาลโดนด กกล้วย ส่วนสินค้าที่ซื้อจากนอกพื้นที่เพื่อทำขนม ไข่ ก็เป็งและน้ำตาล แต่วัตถุดิบที่ได้ในท้องที่ และต่างพื้นที่เหมาะกับการพัฒนากลุ่ม เพราะทำให้ไม่ต้องซื้อของคนอื่นมากเกินไป ซื้อเฉพาะ เป็ง กับน้ำตาลที่ไม่มีมีท้องถิ่น”

หากมองในด้านความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของชุมชน และการ เข้ามาของ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ต่อการพัฒนาท้องถิ่น จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับ ความคิดเห็นของชุมชน ท้องถิ่นซึ่งมองว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยเหลือในการ ดูแลเรื่องของธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมของชุมชน ท้องถิ่น ให้คงอยู่เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลาน สืบไป ดังความคิดเห็นของนางละออง อินทศิริ ประธานกลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 7 ต.ศิหหลวง ซึ่งเป็น

หนึ่งในกลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“ความเข้าใจของพี่ก็ คือ คล้ายๆ กับว่าทำให้มันเด่น เราสามารถนำสินค้าออกไปสู่ตลาดข้างนอกได้ ในความรู้สึกของพี่นะคะ เออ นอกจากนี้เรามีวัสดุอะไรในตำบลของเรา เราเอามาทำอะไรๆ ให้มันเด่นๆ ขึ้นมาให้เขา (สังคมภายนอก) รู้จักเรา ในความรู้สึกของพี่มัน คือ การส่งเสริมให้คนในหมู่บ้านมีอาชีพเสริม และอีกอย่างการเอาวัสดุในหมู่บ้านมาใช้ประโยชน์ เราสามารถทำให้เป็นประโยชน์โดยไม่มีการทำลายและเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมได้” นางละออง อินทศิริ

1.5 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างคุณค่าทางจิตใจ

การดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถช่วยเหลือด้านของคุณค่าทางจิตใจของชาวบ้านในชุมชนให้เกิดขึ้นมาได้ โดยสิ่งที่สร้างให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม คือ การสร้างสังคมใหม่ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ การได้มีโอกาสไปพบปะสังสรรค์และผู้คนที่หลากหลายจากโอกาสต่างๆ เช่น การแสดงสินค้า การไปศึกษาดูงานและการเดินทางไปยังที่ต่างๆ “...ได้อาชีพได้เพื่อน ค่ะเวลาที่เราไปขายของ ไกลๆ ได้รู้จักเพื่อนจังหวัดอื่นๆ มีเพื่อนแต่ละภาคเยอะ แต่ละกลุ่มเยอะ...” ซึ่งรอยหน้าเปื้อนยิ้มของผู้ที่เล่าแสดงถึงความรู้สึกที่แท้จริงที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งปฏิเสธไม่ได้เลยว่าสามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับชาวบ้านในชนบทที่ห่างไกลจากโอกาสเหล่านี้ อีกประการหนึ่งที่สามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจได้เป็นอย่างดี คือ การมีงานทำของผู้ที่มีอายุมาก หรือมักคิดว่าตนเองเป็นภาระของทางบ้าน ซึ่งโอกาสของการสร้างรายได้ด้วยตนเองนี้สามารถสร้างความภาคภูมิใจได้ในความรู้สึกของความเป็นสมาชิกของครอบครัว ชุมชน หรือสังคม และไม่ลืมที่จะคิดถึงความเอื้อเพื่อเกื้อกูลในสังคมชนบทที่แสนอบอุ่น ดังความคิดเห็นที่ว่า

“มันก็ดี หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพราะคนรู้จักกันทั่ว เมื่อก่อนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังไม่มีคนรู้จัก แล้วพอมีหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ค.ศ.หลวง คนก็รู้จักกันไปทั่ว” นางจินดา กล่าวขึ้นด้วยความรู้สึกที่แสดงออกทางสีหน้าอย่างชัดเจนว่ารู้สึกดีเพียงใดกับการที่ได้มีสังคมเล็กๆ เกิดขึ้นมาใหม่จากการเข้าร่วมโครงการ ในประเด็นนี้พี่ฉะได้กล่าวเสริมถึงชื่อเสียงที่เกิดขึ้นจากการร่วมโครงการอย่างภาคภูมิใจว่า “แบบว่า OTOP เนี่ย คนอะรู้จักกันทั่วไซ้หม เมื่อก่อนไม่มี OTOP ไม่มีใครรู้จัก แล้วพอเรามี OTOP 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์เนี่ย ตำบลค.ศ.หลวงคนก็รู้จักกันทั่ว

แล้ว เมื่อก่อนคนไม่รู้จักใช้ไหม” นี่คือ ความภาคภูมิใจในจากสังคมเล็กๆ ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของ คนเองที่ชุมชนต่างสะท้อนมุมมองที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้กลุ่มยังมองว่าการเกิดกลุ่มนั้นทำให้มี การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน กล่าวคือ “เขาก็อยากส่งเสริมให้เราเป็นชุมชนเข้มแข็ง มีส่วนร่วม ช่วยเหลือกัน ส่งเสริมให้คนในหมู่บ้านได้มีงานทำ ได้ช่วยเหลือกันในครอบครัว” รัตน์ แก้วรังสี กล่าว

สำหรับปีระเบียบซึ่งค่อนข้างมีอายุได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่าการที่เข้าร่วม กลุ่มกันทำให้ป้ารู้สึกถึงคุณค่ามากมายที่เกิดขึ้นที่สำคัญ คือ ความสบายใจ ดังที่ป้าเล่าให้ฟังว่า

“คือ ดิฉันลูก ดิฉันป้าเบียบมีงานทำ แล้วก็ ตอบถูกไหมลูก มีงานทำ แล้วก็ มาอยู่รวม ๆ แล้วก็ มีรายได้ ไปเลี้ยงครอบครัว เขาก็ช่วยพัฒนา คือ สมมติว่าจิตเรา คือ มีงานแล้วมัน สบายใจ กับที่ว่าอยู่ไปทำไออื่น ไม่มีงานทำ ได้มาร่วมกลุ่ม พุดคุย ได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน มันก็ได้ ความเพลิดเพลินแล้วก็สุขภาพดีค่ะ ได้มาคุยได้มาร่วมงาน ถึงได้มาร่วมกับเพื่อนพ้องนี้ ความสบาย ใจก็เกิดกับตัวเรา อยู่บ้านปลูกผัก ปลูกหญ้า พอเหลือจากนั้น ก็เราไม่มีอะไรทำ มันก็เครียดอะลูก เรื่องค่าใช้จ่าย คือ ทำให้เราขายอะลูก จิตใจเราไม่เครียด มีงานทำ” ปีระเบียบ

หากมองในเรื่องของการเกิดกลุ่มขึ้นในโครงการนั้นกลุ่มที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ จะมองไปในทิศทางเดียวกัน คือ เรื่องของการสร้างคุณค่าทางจิตใจ หากแต่ในทางกลับกันมีบางกลุ่ม พุดคุยถึงคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ในแง่มุมมองที่ว่า “อิม อยากให้คนในหมู่บ้านเนี่ยได้มีงานทำได้มีรายได้เสริม ให้ได้มีงานทำกันทั้งนั้นแหละ ที่จริงป้าไม่ได้ไหรณิลูก ตอนที่ทำอยู่คนเดียวพอได้เบียบได้ฝากมัง พอได้ตั้งกลุ่มป้าไม่เหลือเลย อือ อือ ป้าไม่เหลือเลย เพราะเราแบ่งกันกับลูกน้อง แต่แรกเราได้แต่เรา พอหลายคนเข้าถึงเราแบ่งกัน” อรุณ ไชยแก้ว สะท้อนถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วม โครงการ ดังนั้นหากมองในมิติทางเศรษฐศาสตร์สิ่งที่ป้าอรุณกล่าวไว้คือการเกิดกลุ่มอาจไม่เป็นการสร้างความ สบายใจเพียงด้านเดียว แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับความรู้สึกของ “บางคน” กลับเป็นความรู้สึกเสียขายในสิ่ง ที่ตนเคยได้รับ

1.6 การดูแลของรัฐในเรื่องการบริหารจัดการด้านต่างๆ

จากการศึกษาในประเด็นต่างๆ เหล่านี้จะเห็นได้ว่า โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ยังให้คุณค่าสำคัญซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า โครงการมีความสำคัญมากต่อการสร้างความรู้สึ กถึงคำว่า “บ้านเกิดและชุมชน” โดยการทำให้คนไม่ต้องออกไปรับจ้างนอกท้องถิ่นได้ ซึ่งนอกจาก โครงการมีส่วนช่วยเหลือในการดำเนินการในขั้นตอนการผลิตแล้ว โครงการยังให้ความช่วยเหลือ

ในการกระจายสินค้าให้กับกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นการต่อยอดกิจกรรม และเป็นการสร้างความมั่นใจในสายอาชีพนี้อีกด้วย คำสัมภาษณ์ของคุณวิภา สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ ดังนี้

“เขาเอาขนมเราไปประกวดเอาผลิตภัณฑ์ เอาไปประกวดอย่างได้ 4 ดาว 3 ดาว พอเราได้ 4 ดาว 3 ดาว ทางราชการก็มึนงานให้เราไปขายแถวเมืองทอง (ธานี) เขาจะจัดให้เราไปขาย เขาจะช่วยเรื่องค่าบูทไม่ต้องจ่าย เราจ่ายแค่ค่ารถไปแต่ค่าบูทไม่จ่าย เราขายฟรี ส่วนมากเขาก็ช่วยในลักษณะนี้แหละ” (ป้าวิภา)

นอกจากนี้กลุ่มเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังมองว่ารัฐมีบทบาทมากในเรื่องของการดูแลอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ดังที่เสริญศิริ ได้สะท้อนมุมมองผ่านความคิดเห็นว่า

“มีความเหมือนกัน เปรียบชุมชนในท้องถิ่นเป็นรากแก้วซึ่งมีความสำคัญ โครงการเข้ามาส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง อยู่อย่างเศรษฐกิจพอเพียง ให้คนในชุมชนรู้จักช่วยเหลือตัวเอง คนในชุมชนทุกคนมีความคิดที่ดีว่าเราทำสิ่งที่เรามีให้ดีขึ้น ทุกคนช่วยเหลือตัวเองก็เท่ากับว่าช่วยเหลือชุมชน ไม่ว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มอาชีพก็ดี พอโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้ามาทำให้สามารถผลักดันตัวเอง ช่วยเหลือตัวเองและถึงแม้จะไม่ได้เข้ามาช่วยเหลือแต่เข้ามาเป็นที่เลี้ยงให้อย่างน้อยที่สุดก็เข้ามาถามเพื่อให้ความช่วยเหลือ”

2. กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีความเห็นต่อการดำเนินโครงการ แบบจะไม่แตกต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วม กล่าวคือ

2.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างงาน

สำหรับมุมมองของกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการต่างมีมุมมองแตกต่างกันไป สำหรับนางประทีพซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการมองว่าโครงการได้ช่วยคนในหมู่บ้าน โดยการส่งเสริมคนในหมู่บ้านไม่ต้องไปทำงานในโรงงาน มีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำงานสร้างรายได้ ซึ่งสุภาพรกล่าวให้เข้าใจว่า “โครงการนี้ คือ ให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันเพื่อการมีงานทำ ไร่ไหม ให้มีรายได้ แล้วมีอะไรอีกนะ ได้เข้ากลุ่มกัน” ซึ่งนางส้อย สุวรรณเรืองสี กล่าวเสริมว่า

“หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล คือ ของมีคุณภาพ สินค้าก็มีตลาดรองรับ มี อ.ย. คือได้ดาว เป็นสินค้า OTOP ถูกต้อง เพราะรัฐบาลสนับสนุนให้แต่ละหมู่บ้าน แต่ละอำเภอมีกลุ่มอาชีพ”

ในทางกลับกันกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการบางส่วนกลับมองว่าไม่ค่อยให้ความสำคัญกับโครงการเท่าไรนัก เพราะมีความมั่นคงในเรื่องของอาชีพและเงินทุนอยู่แล้ว โดยนาย ัญญูดี กล่าวว่า “ไม่ค่อยสนใจ เพราะถือว่าคนในครอบครัวช่วยกัน” นั่นคือ การที่ครอบครัวของตม มีงานทำอยู่แล้วจึงไม่สนใจและให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมโครงการ ในประเด็นนี้กลุ่มที่ไม่เข้าร่วม อีกกลุ่มของลุงควนกล่าวเสริมในเรื่องของความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ของกลุ่มว่า “เป็นงาน ครัวเรือน ก็เงินทุนที่บ้านนี้แหละ” คือ อย่งไรเสียครอบครัวก็ยึดเป็นอาชีพหลักอยู่แล้ว ไม่มีการรวมกลุ่ม เพราะมีเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินการของตนเอง

2.2 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างรายได้

สำหรับการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเด็นดังกล่าวนี้ของกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการ พบว่า มีความคิดเห็นที่ไม่ต่างจากกลุ่มที่เข้าร่วม โครงการมากนัก กล่าวคือ โดยส่วนใหญ่มองว่าโครงการมีส่วนช่วยในการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มที่ เข้าร่วมโครงการ ดังที่ ัญญูดี ได้สะท้อนมุมมองของคนว่า

“ทำข้าวหลามแล้วก็อย่างอื่นแซมไปด้วย 2-3 อย่างเช่นกะปิ แต่ไม่สม่ำเสมอ เอาไปขายเสริมรายได้ แล้วอาจส่งเสริมให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ให้ชาวบ้านรวมกลุ่ม รวมตัวกันเพื่อให้เกิดความสามัคคีกัน พูดถึงก็หลายอย่างเหมือนกัน เพราะว่าเป็นอาชีพหนึ่งเหมือนกันที่ส่งเสริมรายได้ สามารถขึ้นไปได้ สามารถทำให้เป็นมาตรฐานมากขึ้นกว่านั้นอีกนิด เข้าไปเทียบกับของเขาได้”

หากมีการเข้าไปร่วมกับโครงการอาจจะ “ได้เพิ่มจากที่เป็นอยู่แล้ว ถ้าไป เข้าร่วมกลุ่ม เราได้พาของออกตลาดมาก มีรายได้เพิ่มขึ้น เพราะคนในหมู่บ้านจะมีงานทำ ใช้เวลาว่าง เช่น เสร็จจากทำนาแล้ว ก็ใช้เวลาว่างมาทำ หารายได้เลี้ยงครอบครัว” นางส้อง สุวรรณเรืองสี กล่าวเสริม

ในขณะที่บางส่วนมองว่าแม้ไม่มีโครงการกลุ่มของตมก็สามารถอยู่ได้ เพราะสินค้าที่ผลิตขึ้นสามารถจำหน่ายได้หมด ไม่ตกค้างประกอบกับสินค้าบางอย่างบ้างก็มีต้นทุน ต่ำบ้างก็ทำสืบทอดกันมายาวนานจนเป็นที่รู้จัก ดังที่ลุงควนเล่าว่า “คือทำตั้งแต่สมัยแม่โน่นแหละ ทำรองจากอาชีพหลักคือทำนา ว่างจากการทำนาก็มาทำไอนี้ บางทีก็ทำไอนี้ก่อนแล้วไปเก็บข้าว” ในขณะที่นางประ โภกล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“จะว่าขาดทุน ไม่ขาดทุนหรอกค่ะ ได้กำไรเต็มที่ สินค้าขายหมดตลอด ก็ทำจากเศษผ้า แต่ค่าแรงไม่คิด เวลาว่างค่อยมาทำกัน วัตถุประสงค์ก็หาได้ไม่ขาด แต่ถ้าเราจะทำให้มากกว่า ก็ไม่มีทุนอีกค่ะ เราก็ทำพออยู่ได้”

จะเห็นได้ว่าการสร้างรายได้เสริมจากการเข้าร่วมโครงการจึงเป็นสิ่งที่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมบางส่วนมองว่าเป็นสิ่งสำคัญที่เกิดจากการเข้าร่วมโครงการ ในขณะที่บางส่วนมองว่าไม่จำเป็นต้องพึ่งพาโครงการสินค้าก็สามารถจำหน่ายได้และสร้างรายได้มากพออยู่แล้ว

2.3 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการฟื้นฟูภูมิปัญญา

ในประเด็นนี้กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มที่เข้าร่วมมากนัก ดังที่ลุงควนเล่าให้ฟังว่าเมื่อผลิตสินค้าขึ้น “ตั้งชื่อพวกข้าวเหนียว น้ำตาล ที่มีในท้องถิ่นก็มีน้ำตาลโตนดอย่างเดียวนั้นแล สูตรที่ใช้ก็เป็นสูตรเฉพาะตัว ถ่ายทอดกันมาเอง ตั้งแต่ไม่มีเงินไม่ไหรดาไม่ซื้อหามาเอง เพราะว่าถ้าซื้อหลาว รายได้มันน้อยอยู่แล้ว ถ้าไรน้อยหาเองหมด พอเลิกทำงานก็ออกไปกลางนา ไม่มีเงินเยอะกลางนานั้น ออกไปเลี้ยงวัวก็หาพินมากัน” ซึ่งจากมุมมองดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่าโครงการหรือลักษณะของการดำเนินการตามเจตนารมณ์ของโครงการ ล้วนเป็นการสร้างและแนวทางการอยู่กับธรรมชาติที่ค่อนข้างสำคัญและจะเป็นหนทางรอดให้กับชนรุ่นหลังได้

2.4 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างคุณค่าทางจิตใจ

สำหรับกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการมองในประเด็นที่สอดคล้องกันว่าการเกิดกลุ่มสามารถสร้างความสบายใจ และรู้สึกถึงคุณค่าของตนได้ ดังความคิดเห็นดังต่อไปนี้

“...เราก็อยากมีงานทำเหมือนกัน คือ เราก็อายุมากแล้ว เราไปทำงานนอกบ้านไม่ได้แล้ว ทำกันในห้องบ้านนี้ ก็เลยชวนสมาชิกว่าถ้าเขาหน้านา หรือว่าขึ้นตาลให้เขามาทำกำไรเท่าไรเราอย่าไปคิดก่อน เราทำเพื่อว่าวันข้างหน้า อาจจะเข้ามาเองเรื่องเงินนะ ทำเล็กน้อย ก็ทำไม่ได้ทำพอให้กลุ่มอยู่ได้ก่อนเดี๋ยวก็ดีขึ้นเอง...”นางสีง สุวรรณเรืองศรี

2.5 การดูแลของรัฐในเรื่องการบริหารจัดการด้านต่างๆ

จะเห็นได้อย่างเด่นชัดว่าการดำเนินการแต่ละขั้นตอนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นจะสะท้อนภาพที่ค่อนข้างชัดเจน ในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิก

ผู้เข้าร่วมโครงการและเครือข่ายได้ หากแต่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการยังมองประเด็นนี้ไม่เด่นชัดนัก เพราะส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจกับสิ่งที่จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการดังความคิดเห็นที่ว่า “คิดว่าถ้าเข้าโครงการแล้วก็น่าจะได้รับความรู้เพิ่มเติม” (จิราพร) ซึ่งความไม่แน่ใจดังกล่าวอาจส่งผลให้กลุ่มเข้าไม่ถึงและไม่มีโอกาสร่วมในโครงการ

3. กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีความเห็นต่อการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

3.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างงาน

ในขณะที่ทั้งกลุ่มเข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการมองในลักษณะไม่แตกต่างกันมากนักเกี่ยวกับโครงการ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งต่างมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในการดูแลกลุ่มอาชีพได้ให้ความหมายและคุณค่าของโครงการว่า เป็นโครงการที่สนับสนุนให้กลุ่มประชาชนชาวบ้านรวมกลุ่มกันมีอาชีพทำ โดยภาครัฐเข้ามาสนับสนุนในด้านต่างๆและก็มีหลายๆหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุน และอยู่ในภูมิลำเนาของตัวเอง ใช้ภูมิปัญญาของตัวเองเลี้ยงชีพ มีรายได้ (เปรมรัตน์) นอกจากนี้รัฐยังกล่าวเสริมอีกว่าเมื่อชาวบ้านมารวมกลุ่มกัน ได้ มาผลิตสินค้าออกจำหน่าย เป็นอาชีพเสริมก็ได้ อาชีพหลักก็ได้ สามารถที่จะพัฒนารูปแบบ และก็เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในหมู่บ้านและส่งออกจำหน่ายในอนาคต จะเห็นได้ว่าสิ่งที่โครงการมุ่งให้เกิดขึ้น คือ การสร้างงานและการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีอาชีพที่ทำได้ในท้องถิ่นเองไม่ต้องเดินทาง หรืออพยพย้ายถิ่น ดังที่อัมพิกากล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“อย่างเช่น ส่งเสริมให้คนมีงานทำในชุมชนในหมู่บ้านนั้นๆ เพื่อว่าจะได้ไม่ต้องออกไปทำงานข้างนอก ก็ยังบางกลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักก็มี เป็นรายได้ของหมู่บ้านก็มี แต่ว่าภาคใต้เรา โดยเฉพาะของสงขลาเรามีค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะทำเป็นอาชีพเสริม ให้มีตรงนั้นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มตรงนี้”

อาจารย์ปรีดี ในฐานะที่มีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมถึงการดูแลชุมชนในฐานะการส่งเสริมการศึกษานอกโรงเรียน ยังกล่าวอีกว่า

“นโยบายรัฐบาลที่เข้ามาส่งเสริมให้ตำบลมีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง สิ่งเหล่านี้ได้มาจากความคิดของคนในชุมชนเป็นการส่งเสริมอาชีพ หรือมีอะไรที่ทำเป็นอาชีพ จุดขายจุดเด่น ที่ทำเป็นอาชีพได้จะได้โดดเด่นขึ้นมาอย่างน้อยหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ในประเด็นดังกล่าวนี้วิลาลย์ ได้กล่าวเสริมว่า โครงการส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพที่เป็นลักษณะเด่นในชุมชน เช่น สินค้าของตำบลที่คนอื่นสามารถรู้ได้ว่าถ้าอยากจะทำซื้อสินค้าของตำบลนี้สามารถซื้ออะไรได้บ้าง อาจจะเป็นอาหาร ขนม สิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น ซึ่งการหาจุดเด่นของตำบล ในตำบลนั้นมา 1 อย่าง ให้สมาชิกในกลุ่มหมู่บ้านในตำบลมีผลิตภัณฑ์เป็นอาชีพเสริมของเขา ในพื้นที่ทำอยู่แล้ว ช่วยผลักดันให้มีรูปแบบมากขึ้น บางพื้นที่ก็กลายเป็นอาชีพหลัก บางพื้นที่ก็ทำเป็นอาชีพเสริม ชะตากกล่าวเสริม นอกจากนี้อาร์ริคน์ยังกล่าวอีกว่า วัตถุประสงค์ของโครงการที่เข้ามาในชุมชนก็เพื่อให้มีสินค้าที่เป็น “เอกลักษณ์ของตำบล” เมื่อเอ่ยชื่อสินค้าจะนึกถึงที่นั่นทีเดียว จะเห็นว่าทั้งจากมุมมองของชาวบ้านผู้รับผลจากการดำเนินการตามนโยบายและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างสะท้อนมุมมองที่คล้ายคลึงกัน ในเรื่องของคุณค่าในเรื่องของการ “สร้างงาน” จากการดำเนินการตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3.2 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างรายได้

สำหรับภาครัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการแปลงนโยบายสู่แนวปฏิบัติ นั้น มองว่าเรื่องของการดำเนินงานตามแนวนโยบายนั้นส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้ โดยรายได้ที่เกิดขึ้นนั้นมาจากการนำเอาจุดเด่นของพื้นที่มาเป็นจุดขาย ในประเด็นนี้เปรมรัตน์ ซึ่งมีหน้าที่ในการดูแลชุมชน โดยการนำเอานโยบายไปสู่แนวปฏิบัติ ได้กล่าวถึงประเด็นที่ว่า

“จริงๆ แล้วแต่ละคนเขามีภูมิปัญญาของตัวเองอยู่แล้ว ต้องใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นของตัวเองเพราะถ้าเราไปใช้ของที่อื่นจะทำให้ได้รายได้น้อยกว่า”

หากจะพิจารณาจากการสะท้อนจากความคิดเห็นนี้เห็นจะว่า เป็นเรื่องของการสร้างรายได้ค้อยอกจากการนำเอาภูมิปัญญามาประยุกต์ใช้ในการนำเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปลงเป็นรายได้ โดยที่รายได้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ หากใช้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นก็จะสามารถทำให้มีรายได้มากกว่าการนำเอาวัตถุดิบจากภายนอกเข้าไปผลิต ซึ่งวิธีนี้ได้มองสอดคล้องกันในประเด็นเรื่องของการสร้างรายได้จากการดำเนินการดังกล่าว หากแต่มีความคาดหวังไปถึงเรื่องของการสร้างรายได้โดย “เป็นโครงการที่ให้ชาวบ้านใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตสินค้าจำหน่ายภายในหมู่บ้าน ในจังหวัด และระดับประเทศ เพื่อสร้างรายได้” ซึ่งจากความมุ่งหวังดังกล่าวอัมพิกามองว่ามาจากชื่อของโครงการที่ว่า

“โครงการที่รัฐบาลได้สนับสนุน และตั้งชื่อโครงการ จะต้องมีเป้าหมายว่า ต้องส่งเสริมกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการระดับรากหญ้า ให้มีรายได้ในชุมชน สร้างรายได้ในชุมชนที่ว่า เขาจะได้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนต่างๆ”

ดังนั้นกฎเกณฑ์สำคัญในเรื่องของการสร้างรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับชุมชนตามมุมมองของทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐ กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการและกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการที่ส่วนใหญ่ต่างมองตรงกัน คือ เรื่องของการนำเอาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่า

3.3 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการฟื้นฟูภูมิปัญญา

สำหรับประเด็นนี้วิลาวัลย์ ในฐานะเจ้าหน้าที่ของภาครัฐมองสอดคล้องกันว่า

“เป็นการนำวัสดุในท้องถิ่นมาปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาได้” ซึ่งการฟื้นฟูภูมิปัญญาเปรียบเสมือนการหวนคืนคุณค่าของความหมายในการดำรงชีวิตของบรรพบุรุษให้คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดการนำเอาวิธีการ ในการดำรงชีวิตกับการคิดแปลง ประยุกต์สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวมาสร้างเป็นชิ้นงาน การฟื้นฟูภูมิปัญญาในที่นี้จึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่การแสวงหาวิถีชีวิตในอดีตเพียงอย่างเดียวไม่ หากเป็นเรื่องของการสร้างรายได้ ซึ่งนั่นหมายถึง ทางรอดของลูกหลานรุ่นต่อไปนั่นเอง

3.4 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการอนุรักษ์ธรรมชาติ

สำหรับมุมมองของเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมองว่ามีลักษณะเดียวกันกับ

กลุ่มในแง่มุมมองที่จุดมุ่งหมาย หรือเป้าประสงค์ของโครงการ คือ การผลิตต้องเกิดจากวัตถุดิบในชุมชน ดังที่ พาณิชย์จังหวัด กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“ชุมชนหรือกะ ก็ต้องเกี่ยวข้องกันกะ คือว่า จุดประสงค์มุ่งหมายครั้งแรกของโครงการ OTOP นั้นนะกะ คือว่า วัตถุดิบต้องมีในชุมชน ต้องเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ของคนในชุมชนนั้นๆ ต้องมีในชุมชนนะกะ ที่จะไปผลิตเพื่อเป็นสินค้า เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมา” พาณิชย์จังหวัด

นอกจากนี้อาจารย์ปรีดิยังกล่าวเสริมเรื่องของการเพิ่มศักยภาพและการดำรงชีวิตกับธรรมชาติในแง่มุมมองที่ว่า

“กลุ่มมีผลิตภัณฑ์เป็นของตัวเองเป็นการเพิ่มศักยภาพและวิถีชีวิตที่มีอยู่ให้ตระหนักถึงการไว้ชีวิตหรือทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคและจำหน่ายเป็นสินค้าพื้นเมืองในท้องถิ่นของตนเอง น่าจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาผลิตเป็นสินค้า หรือความต้องการของลูกค้า เช่น การบริการหรือการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น”

นอกจากนี้อริรัตน์ ได้กล่าวเสริมว่า “วัตถุประสงค์หลักได้มาจากในพื้นที่ บางอย่างต้องซื้อมาจากนอกพื้นที่ เหมาะแก่การพัฒนาเพราะตลาดโคคนคเป็นสินค้าที่มีมูลค่า สามารถทำรายได้ให้เกษตรกร หากมีการพัฒนาด้านการปลูกให้มีคุณภาพผลผลิตของดินตาลที่ได้จะคุ้มค่า”

จะเห็นได้ว่าจากความคิดเห็นทุกฝ่ายมีการหยิบยกและมองถึงเรื่องของการสร้างมูลค่าจากทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งที่ชุมชน ท้องถิ่นต้องการ และการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวเอง ยังสามารถตอบโจทย์ใหญ่ ซึ่งเป็นปัญหา คือ เรื่องของการออกไปทำงานรับจ้างนอกพื้นที่ ซึ่งเป็นปัญหาและเป็นการทำลายระบบสังคม ชุมชน อย่างไม่รู้ตัว จากการดำเนินกิจกรรมตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวนี้ได้ นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่สุดที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังมีส่วนในการฟื้นฟูวิถีชีวิตของชาวชนบทขึ้นมาได้ เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการหยิบยกเอาวิถีชีวิตที่ดำรงอยู่กับธรรมชาติอย่างเกื้อกูล

3.5 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการฟื้นฟูภูมิปัญญา

นอกจากนี้อาจารย์ปรีดีในฐานะเจ้าหน้าที่ภาครัฐได้มีการกล่าวถึงประเด็นนี้เช่นกันว่า “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มองเห็นว่าเป็นช่องทางทำรายได้ให้กับตนเองและชุมชนเป็นหน้าเป็นตาของชุมชนและส่งเสริมให้ประชาชนมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น” จะเห็นได้ว่าคุณค่าทางจิตใจที่เกิดขึ้นมากมายจากการเข้าร่วมโครงการนั้นเป็นสิ่งที่คงยากหากมีการแลกเปลี่ยนหรือค้นหาจากที่ใด หากแต่ชุมชนสามารถค้นพบได้จากการเข้าร่วมโครงการ

3.6 การดูแลของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้มุมมองในเรื่องดังกล่าวนี้ก็มี การเชื่อมโยงความคิดเห็นไปที่การทำงานของพัฒนาชุมชน กล่าวคือ งานหรือภาระหน้าที่รับผิดชอบของส่วนงานพัฒนาชุมชน คือ การพัฒนาชุมชน โดยจะมีการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การพาไปศึกษา

ดูงาน การสาธิต การฝึกอบรม บรรยาย ฯลฯ จากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการผลักดันให้ชุมชนได้รู้จักวิธีการในการ “พัฒนาตัวเอง” ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม ด้านอาชีพ

โดยพัฒนาชุมชนจะมีหลักเกณฑ์ในการจดทะเบียน ส่วนสำนักงานพาณิชย์จะนำข้อมูลพื้นฐานกลุ่มอาชีพทั้งหมดของชุมชนจากพัฒนาชุมชนมาต่อยอด ซึ่งจะมีการคัดเอากลุ่มจากพัฒนาชุมชนก่อนมาส่งเสริมต่อยอด เช่น แต่ละปี มีการคัดสรรสินค้าเป็น 1-5 ดาว ตามเกณฑ์กระทรวงพาณิชย์ก็จะเชิญกลุ่มเข้าร่วมงาน นอกจากนี้ยังมีเกษตรซึ่งเป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีหน้าที่ในการดูแล ก็จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมในเรื่องวัสดุที่จะนำมาผลิตหรือแปรรูป โดยคิดว่าท้องถิ่นสามารถนำวัตถุดิบมาแปรรูปหรือสร้างมูลค่าเพิ่มได้บ้าง ส่วน กสน. จะให้ความรู้ การศึกษาแก่สมาชิกในกลุ่ม อีกทั้งยังมีการสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น เพิ่มมาตรฐานเพื่อการเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งพาณิชย์จังหวัดได้สะท้อนประเด็นนี้ ดังนี้

“ภารกิจหลักต้องแล้วแต่ว่าตัวโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต้องแบ่งแยกไปตามภารกิจของแต่ละกระทรวงที่ได้รับมอบหมาย เช่น กระทรวงพาณิชย์ก็มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดที่ได้รับมอบ และจะมีกรมพัฒนาธุรกิจนะค่ะ ที่เขามีส่วนสนับสนุนพวก OTOP อยู่ด้วย อย่างเช่นการอบรมพวกนักการตลาด และยังมีหน่วยงานหนึ่งนะค่ะ คือ พัฒนาชุมชนจังหวัดนั้น ส่งเสริมในเรื่องของผลิตภัณฑ์นะค่ะ แล้วพาณิชย์ก็ต่อยอดเรื่องตลาด และก็หน่วยงานคือสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ที่เข้ามาเล่น คลุกคลี จับงานตัวนี้อยู่นะค่ะ หน่วยงานหนึ่งที่ส่งเสริมที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนนะค่ะ ก็มีอุตสาหกรรมจังหวัด สาธารณสุขจังหวัดก็อย่างเช่น ไปขอ อย. สินค้าชุมชนที่ได้มาตรฐานอาหารต้องขอ อย.นะค่ะ ส่วนของอุตสาหกรรมนี่ก็ต้องขอ มผช. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนว่าของเรามีมาตรฐานต้องผ่านเกณฑ์ แต่ละเกณฑ์ แต่ละสำนักงาน ก็จะมีเกณฑ์ของเขาที่จะชี้วัดอยู่”พาณิชย์จังหวัด

ซึ่งจากมุมมองของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ความคิดเห็นและเจตนาไม่แตกต่างจากที่ชุมชนคาดหวังมากนัก กล่าวคือ โครงการมุ่งส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน แม้จะเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งที่ชุมชนเลือกเท่านั้น เพราะในพื้นที่ภาคใต้ ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักสร้างรายได้อยู่แล้ว ดังความเห็นในประเด็นนี้ว่า

“ก็มีการส่งเสริมอาชีพหรือคะ ก็เป็นรายได้เสริม อย่างเช่น ส่งเสริมให้คนมีงานทำในชุมชน ในหมู่บ้านนั้นๆ เพื่อว่าจะไม่ต้องออกไปทำงานข้างนอก ก็ยังมีบางกลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักก็มี เป็นรายได้ของหมู่บ้านก็มี แต่ว่าของภาคใต้เรา โดยเฉพาะของสงขลาเรามีค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะทำเป็นอาชีพเสริม ให้มีตรงนั้นเพื่อสร้างรายได้เพิ่มตรงนี้”

หากพิจารณาในภาพของการดำเนินการค่อนข้างแตกต่างกับพื้นที่อื่นๆ แต่โครงการเองก็ไม่ได้เพิกเฉย ยังมีการดำเนินการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เช่น เรื่องของการตลาดที่จะมีพาณิชย์เป็นหลักที่จะส่งเสริม โดยส่งเสริมต่อยอดจากของพัฒนาชุมชนในลักษณะกิจกรรมเชื่อมโยงด้านการตลาด เช่น หากพาณิชย์มีการจัดแผนงานการจัดแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งมีแผนงานว่าแต่ละครั้งจะจัดงานที่ใดบ้าง โดยกำหนดให้แต่ละปีเป็น OTOP สีภาค ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และการส่งเสริมการส่งออกของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดสงขลา และ 5 จังหวัดชายแดน โดยในการสนับสนุนดูแลของภาครัฐนั้นจะมีการแบ่งส่วนแยกย่อยกันอย่างชัดเจน ซึ่งแต่ละที่จะกำหนดให้มีเกณฑ์แตกต่างกันออกไป ดังนี้

“ไม่เหมือนกันค่ะ จะแบ่งแยกกันเลขนะค่ะ คือว่าเดี๋ยวนี้ของกระทรวงพาณิชย์นี้เขาจะแบ่งว่าเป็นผู้ประกอบการ SME ผู้ประกอบการ OTOP เจ้าของรายเดียว โดยเฉพาะ 5 จังหวัดชายแดน ตอนนี้เรามีงบประมาณสนับสนุน เป็นงบประมาณสนับสนุนพิเศษนอกเหนือจากจังหวัดอื่นนะค่ะ สำหรับกลุ่ม OTOP จะได้สิทธิพิเศษมากกว่า SME อย่างเช่น การไปร่วมงานแสดงสินค้า ถ้าเป็นงบพิเศษจะได้เยอะกว่า คือว่าการไปร่วมงานแสดงสินค้า หลักเกณฑ์ในการคัด เป็นบุพพริ ง่ายค่าที่หักให้อะไรอย่างนี้อะค่ะ ต้องเป็นกลุ่มชุมชน ก็ต้องพิจารณาพวกนี้มาเป็นอันดับแรก คือ สิทธิพิเศษมากกว่า SME”

การสนับสนุนของรัฐในแง่มุมต่างๆ จึงเป็นเสมือนการอำนวยความสะดวกที่สำคัญในเรื่องของการสร้างงานและสร้างรายได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น

แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การศึกษาแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน สามารถนำเสนอผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ ดังนี้

1.1 ความพร้อมของกลุ่ม

การศึกษาแรงจูงใจพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ พบว่าเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการระดับครัวเรือนตัดสินใจเข้าร่วม ไม่ได้เป็นเงื่อนไขที่เกิดจากกลุ่มชาวบ้านเพียงด้านเดียว

หากแต่บางส่วนเกิดจากการดำเนินการของเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สำหรับประเด็นเงื่อนไขที่มีการหยิบยกมากล่าวถึง “ความพร้อมของกลุ่ม” ซึ่งกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อยู่แล้วมองในประเด็นนี้ว่าการเข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ เรื่องของความต่อเนื่องของการดำเนินการกลุ่ม ดังความคิดเห็นที่ว่า

“เรามีความสามัคคี ...แบ่งงานกันทำ มีทิศทางและเข้าร่วมด้วยความสมัครใจมองใครมีความพร้อมก็เข้าร่วม โครงการ” กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ

“ค่ะ เรามีความสามัคคี เราจะมีกันหลายๆ คนพร้อมสักหน่อย ในเรื่องการที่เราจะส่งเสริม บังเอิญว่าหน่วยงานให้เราไปดูงานนะ สมมติว่ามีเงินค่าเดินทางเท่านั้นนะ เราจะต้องออกเองบ้าง เราจะมีมี ส่วนมากเราจะพร้อม ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องดังกล่าว ถึงจะมีการทะเลาะในเรื่องเกี่ยวกับเงินหรือส่วนแบ่งเราจะไม่มีปัญหาเลย เราจะแบ่งงานกันทำ อย่างนางเล็ก ข้าวพอง พี่นะจะต้องรับผิดชอบคน 2-3 คน เขาจะไปที่ไหน มีกิจกรรมอะไร เราก้ไป มีขายได้ตลอด เพราะในตำบลของพี่โชคคืออยู่อย่าง เราจะไม่มีแม่ค้าเยอะ เราสามารถไปขายได้ทั่วไป ได้ทั่วจริงๆ เลย ทุกกลุ่มเลย ไปถามได้เลยว่าไม่มีปัญหาเรื่องสินค้า มีเพียงผลิตไม่ทัน วัตถุดิบเราจะรู้เลยว่าเราจะซื้อที่ไหน” กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ

“สืบสานการทำมาตั้งแต่สมัยก่อน โดยใช้โยดาลำเป็นเชือกผูกเรือ ปี 2527 สิบเอกสุทิน หนูเพชร เป็นคนนำโยดาลำมาถักทอมาเป็นหมวก เป็นกล่องทิชชู กระแสทางสินค้าทางด้านหัตถกรรมยังไม่มากเหมือนตอนปัจจุบัน ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนน้อย เรื่องการตลาดไม่ค่อยดีเลยยุคปี 2544 คุณเสริณศิริ หนูเพชร ก็มาทำใหม่ มาจัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมโยดาลำบ้านบ่อไหม มีคุณเสริณศิริ เป็นประธาน ต่อมาก็มีการมีการขายกลุ่มออกมาหรือมีการขายรากฐานออกมา มีประมาณ 7-8 กลุ่ม การที่จะเอากลุ่มย่อย 7-8 กลุ่มมารวมเป็นกลุ่มใหญ่มันยากเพราะการบริหารจัดการบุคคลขัดแย้งกันมากเลยทำยาก ก็เลยมีการจัดทำเป็นกลุ่มย่อยๆ และกลุ่มย่อยบริหารจัดการเอง และกลุ่มใหญ่คอยรับ order แล้วจัดส่งให้กลุ่มย่อยต่างๆ...

...ช่วยเหลือในองค์ความรู้ กลุ่มโยดาลำหรือกลุ่มไหนคั้งกลุ่มใหญ่และเข้ามาในโครงการ KBO ของกลุ่มประชาชน เป็นกลุ่มนำร่องของ 14 จังหวัดภาคใต้ เพราะกลุ่มจะเน้นให้สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยในการวิจัยและการพัฒนา สถาบันการศึกษา เช่น มอ. ราชภัฏ ม.ทักษิณ เทคโนโลยีราชชมงคลพระจอมเกล้าราชชมงคล รัตนบุรี บางทีเกิดปัญหาการออกแบบร่วมกันอุตสาหกรรมหรือปัญหาเรื่องเครื่องมือ ก็ให้คณะทรัพย์มาช่วยทำ เช่น ของ ดร.วาทัญญู ศรีเศษ จาก มอ. ของ

อ. พรชัย ศรีไพรวุฒิ จะขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการสนับสนุนกลุ่มไม่ได้เพราะวิทยากรมีจำกัด จึงต้องพึ่งพาจากสถาบันการศึกษา” คุณบัณฑิต (กลุ่มไยตาล)

หากแต่การเริ่มต้นของป้าวิณาต่างกับกลุ่มอื่นๆ ตรงที่ป้าวิณาได้ริเริ่มจากการเป็นแม่ค้า และได้ซึมซับเรื่องของการทำขนมมาตลอดจนกระทั่งแต่งงาน จึงห่างหายจากสิ่งที่รักไป กระทั่งมีคนมาชักชวนจึงเข้ากลุ่มอีกครั้ง ซึ่งป้าเล่าให้ฟังว่า

“เมื่อก่อนเป็นแม่ค้า ขนมนพวกนี้ป้าทำมาตั้งแต่รุ่นแม่ รุ่นย่าโน้น ทำแล้วทำต่อมาเรื่อยๆ พอมาแต่งงาน อยู่บ้านเฉยๆ ก็ทำขาย ป้าก็ขายแถวงานวัดเมื่อก่อน ทำเอง ขายเอง แล้วพอเขามาชวนว่าตั้งกลุ่มกัน ชวนไปว่าตั้งกลุ่มทำขนมก็เลยมา ตอนนีंप้าหยุดขายของว่างอยู่ หลังจากก่อนที่จะเข้ากลุ่มป้าขายอาหารด้วย ขายพวกอาหารตามสั่ง ขายอยู่ที่หน้าอำเภอ ป้าก็ไม่สบาย ก็หยุดไปปีหนึ่ง ก็อยู่บ้าน ก็เลยเข้ามาชวนว่าไปตั้งกลุ่มกันเลย” (ป้าวิณา สมาชิกที่เข้าร่วมโครงการฯ)

นอกจากนี้ยังมีกรณีของป้ารัตน์ ซึ่งไม่แตกต่างจากป้าวิณามากนัก โดยป้ารัตน์เคยเรียนทำขนมและหยุดไป เมื่อเกิด โครงการฯ ขึ้นจึงได้เข้าร่วมกลุ่มอีกครั้งหนึ่ง ดังที่ป้าได้เล่าว่า

“ป้าไปเรียนปี 2529 พอเรียนมาแล้วทำของได้หลายชิ้นแต่ไม่มีที่ขายก็เลยหยุดชะงักไป จนกระทั่ง 2544 เริ่มมีการจัดตั้งกลุ่ม OTOP ขึ้นมา ป้าก็คิดว่าเราน่าจะฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ และด้วยตัวป้าเองมีใจรักในงานฝีมืออยู่แล้วก็เลยปรึกษากับเพื่อนในหมู่บ้านว่า จะตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ไยตาลขึ้นมาจะดีหรือไม่ คนอื่นๆ ก็บอกว่าดี เพราะจะได้มาสอนคนอื่นด้วย ก็เลยจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาทำหมวก ประจวบเหมาะกันว่านี่เองที่เป็นช่างก็เลยให้น้องแกะสลักหมวกแกะสลักกระดาษกระเป๋ามาแจกจ่ายให้สมาชิกกลุ่มได้ทำกัน พอทำไปเรื่อยๆ ก็มีคนมาซื้อหมวกป้าไปถวายพระเทพฯ พัฒนาอำเภอเขาก็เห็นตอนที่ไปถวาย แต่สาคนที่ถวายไม่ใช่คนทำ เขาก็สืบหาคนที่ทำแล้วตามมาที่ป้า ต่อมาเขาก็ให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีงานในหมู่บ้านอำเภอ ป้าก็เลยรวมกลุ่มสมาชิก 8 คน ชายบ้าง หญิงบ้าง คนที่ขึ้นเอาคาบ โคนคบ้าง คนที่แกะสลักให้บ้าง พัฒนาก็เข้ามาจัดกลุ่มให้ มาเลือก ประธาน เลขา เสร็จญูญิก ครบตามการรวมกลุ่ม ต่อมาพัฒนาก็ช่วยนำออกไปขายให้เป็นที่ถูกใจของคนทั่วไป มีเงินสนับสนุนให้ประมาณ 25,000 บาท ตอนแรกเงินสมาชิกทำเป็นเงินออมทรัพย์ ได้มา 880 บาท เอามาซื้ออุปกรณ์ในการทำพอเขาให้เงินมาเราก็นำเงินนั้นมาหมุนให้คลองตัว ซื้อดินนุ่นแล้วจ้างให้เขาเลื่อย จ้างให้เขาแกะสลัก” ป้ารัตน์ แก้วเรืองสี

การบอกเล่าอย่างภาคภูมิใจของสมาชิกกลุ่มแต่ละกลุ่มสื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจแต่แรก ของผู้เข้าร่วมโครงการฯ ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจอย่างใหญ่หลวงที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอย่างไรก็ตามจากความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มองตรงกันกับกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการว่า การที่กลุ่มต่างๆ จะเข้าร่วมโครงการหรือไม่ขึ้นอยู่กับศักยภาพ และการตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมโครงการของแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ ดังความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของสมาชิกคนหนึ่งซึ่งเข้าร่วมโครงการมองว่า การเข้าร่วมโครงการขึ้นอยู่กับความสมัครใจของแต่ละคน ดังความคิดเห็นต่อไปนี้

“ที่รู้แล้วที่ว่าเหมือนกันนะ เหมือนกัน อยู่ที่ความอยากของคน ไม่แน่นอน บางคนความไม่พอ ที่จริงเขาไม่รู้ตัวหรอก ที่จริงการสนับสนุนพอไม่พออยู่ที่เราทำหรือ ว่าเรา จะทำหรือไม่ทำ บางคนไม่ทำจริงหรือ เขาจะมาช่วยเราได้ไง แต่ถ้าเราทำจริงมีหรือเขาจะไม่ช่วย ส่วนมากทุกหน่วยงานเขามีความจริงใจที่จะช่วยเรา แต่เราต้องทำเองด้วย ไม่ใช่ทำให้เขามาช่วยเรา อย่างเดียว พี่ไม่ได้ไปติดคิดเรื่องอย่างนั้น” สมาชิกที่เข้าร่วม โครงการ

1.2 การได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่

การให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่นับเป็นสิ่งที่สำคัญในเรื่องของการทำความเข้าใจลักษณะของกิจกรรม วิธีการ รวมถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ การให้คำปรึกษาของเจ้าหน้าที่หรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นและสำคัญมากต่อการรับรู้ และตัดสินใจของกลุ่ม ดังที่บุญญา ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“รวมกลุ่มทำ รวมหุ้นลงทำ พอขายแล้วก็นำมาแบ่งกัน หลังจากนั้นก็ไปเชิญ พัฒนาชุมชน เกษตรฯ มาประชุมพร้อมกันและเลือกคณะกรรมการบริหารขึ้นมา ปีก็ได้รับเลือก เป็นประธานมาตั้งแต่นั้น ก็จะมี ประธาน รองประธาน เลขา ปฏิคม เหนรัญฉึก สมาชิก ซึ่งตอนไป ผูกอบรมในจังหวัดเขาจะพูดให้ฟังเป็นการสร้างแรงจูงใจ”

ซึ่งการให้คำแนะนำและการให้โอกาสในการพบปะดังกล่าวถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ซึ่งจินดาได้กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า “มีพัฒนาชุมชน เข้ามาให้ความรู้ ว่ามีการประชุมที่ไหน” เมื่อมีการพบปะพูดคุยกันบ่อยครั้งเข้าก็จะเกิดการชักชวนกันของกลุ่มและเจ้าหน้าที่ ซึ่งป้ารัตน์ แก้วรังสี ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “เขาเข้ามาแนะนำชักจูง หน่วยงานที่เข้ามาก็มีพัฒนาชุมชน เกษตรจังหวัด

กศน. มีหลายหน่วยงานที่เข้ามา” การเข้ามาให้ความสนใจได้ตามดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญมากดังที่ เสริญสิริ กล่าวเสริมในประเด็นนี้ว่า

“ทุกหน่วยงานที่เข้ามาส่งผลหมด เปรียบกับว่าถ้าเราเป็นเด็กเขาเข้ามาเป็นที่เลี้ยงให้เรา เมื่อเขามาแนะนำให้คล้ายกับการชี้ช่องทางแล้วเราก็ต้องเดินเองด้วย เราต้องดึงความตั้งใจของเราให้สูงด้วยทุกหน่วยงานได้เข้ามาให้ในสิ่งดี ๆ กับทางกลุ่ม โดยในตอนแรกเขาดูก่อนว่าเรามีความตั้งใจจริงหรือไม่ ตอนหลังก็ให้การสนับสนุนเต็มที่เพราะเป็นชุมชนของเขาเองด้วยทำให้พูดได้ว่าในตำบลของคนนั้นมีผลิตภัณฑ์ตัวนั้นตัวนี้”

การเข้ามาในรูปแบบต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างคุณค่าได้หลายๆ ประการด้วยกัน ซึ่งแน่นอนการเข้ามาดังกล่าวย่อมส่งผลต่อการดำเนินการและการพัฒนาของกลุ่มด้วย ดังที่ ปวีณา ได้กล่าวถึงประเด็นดังกล่าวนี้ว่า

“เขาก็มาแนะนำการทำงานมาแล้วก็มีอุตสาหกรรม เขาก็ช่วยเรื่องบรรจุภัณฑ์ทาง กศน. เขาก็ช่วย ทุกหน่วยงานนั้นแหละเข้ามาช่วย กศน. เขาให้เงินสนับสนุนบ้าง แล้วก็ทำบรรจุภัณฑ์ให้บ้าง โดยที่ OTOP มันช่วยให้คนแถวบ้านมีงานทำ ถ้าเราไม่มี OTOP ครบนี้ก็ไม่ได้ทำมาช่วยมาส่งเสริม ส่งเสริมโอเนี่ย คนแถวนี้ให้มีงานทำไม่ได้ตงงานกัน เมื่อก่อนทำกินแค่ 5 คน แต่เดี๋ยวนี้ทำกิน 12 คน ก็พวกพัฒนาเขาจะเข้ามาบ่อยมาก มาให้ความรู้ มาแนะนำให้ไปโน้นไปนี่ อืม กำนันไม่ค่อยนั้น แล้วเมื่อก่อนเราก็ขายไม่ได้เท่าไรใช้ไหม เพราะว่าเขามาพัฒนา ของก็ขายดีขึ้น”

จะเห็นได้ว่าการเข้ามาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นสร้างคุณค่ามากต่อการพัฒนาของกลุ่มและการดำเนินกิจการ จึงทำให้กลุ่มจำนวนมากตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ เนื่องจาก “พัฒนากรและหน่วยงานอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจให้เข้าร่วมโครงการ” ขบากล่าว ซึ่งการที่ “เขาแนะนำอะลูกให้ข้อมูลคะ” (ป้าสงวน) ดังนั้นการเข้ามาแนะนำ ประชาสัมพันธ์โครงการ รวมถึงการสร้างโอกาสในการพบปะใน โอกาสต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการประชุม ศึกษาดูงานหรือการออกร้านจำหน่ายสินค้าจึงถือเป็นแรงจูงใจลักษณะหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของกลุ่มต่างๆ

1.3 การส่งเสริมจากกลุ่มหรือสมาชิกอื่นๆ

นอกจากการเข้ามาดูแลของเจ้าหน้าที่ของรัฐแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คือ เรื่องของการดูแลกันเองของ “เครือข่าย” กลุ่มต่างๆ ดังที่ป้าวิณา ได้เล่าว่า

“ตอนนี้ป้าหุคชายของว่างอยู่ หลังจากก่อนที่จะเข้ากลุ่มป้าขายอาหารด้วยขายพวกอาหารตามสั่ง ขายอยู่ที่หน้าอำเภอ นั้น ป้าก็ไม่สบาย ก็หยุดไปปีหนึ่ง ก็มาอยู่บ้าน ก็เลขเขามาชวนไปว่าไปตั้งกลุ่มกัน เลขมา แฟนก็มาช่วยอยู่ ตอนปิดเทอมลูกสาวป้าก็มา ลูกสาวป้าก็เรียนอยู่ มอ. เหมือนกัน”

นอกจากนี้ถวิลยังกล่าวเพิ่มเติมว่า “ญาติพี่น้อง เพื่อน ครอบครัว เห็นด้วยและมีส่วนตัดสินใจให้เข้าร่วม” เช่นเดียวกันกับขบชาติให้ข้อมูลว่าการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการนั้นเป็นเพราะ “ญาติพี่น้องเพื่อนๆ สนับสนุนให้เข้าร่วม” จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการนั้น การชักชวนหรือการสนับสนุนจากเพื่อน ญาติและกลุ่มที่ทำอยู่แล้วค่อนข้างสำคัญสำหรับการตัดสินใจ

1.4 ผลตอบแทน/รายได้

การเริ่มต้นตั้งกลุ่มของแต่ละกลุ่มล้วนมีเป้าหมายที่สำคัญเป้าหมายเดียวกัน คือ เรื่องของการสร้างรายได้ที่คงจามคุ้มค่า และเมื่อมี “ทางออก” ที่ดีในเรื่องของการสร้างรายได้ กลุ่มจึงไม่รีรอที่จะเข้าร่วมโครงการดังที่นางจินดา กล่าวถึงประเด็นนี้พลางยิ้มร่าว่า

“มันก็ดี มีรายได้เพิ่มขึ้น ว่างจากทำงาน ไปทำอย่างอื่นด้วย เห็นคนอื่นทำ และร่วมกลุ่มมาทำ รวมทุนกันทำ ถ้าไรทำอะไรก็แบ่งเท่ากัน เลขตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และก็อยู่ใกล้บ้าน”

นอกจากนี้การเพิ่มรายได้จากการแปรรูปสิ่งที่มีอยู่อย่าง “ไร่ค่า” ในท้องถิ่นให้กลับมามีคุณค่าสมควรแก่การหวนระลึกถึงยังเป็นการสร้างผลตอบแทนและรายได้ที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มที่เข้าร่วมให้ความสำคัญ ในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการดังที่ บัณฑิต ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า

“เดิมนๆ คิดว่าในสภิงพระมีดินตาลมากที่สุดในประเทศไทย ดินตาลไม่ได้รับการพัฒนาให้เพิ่มมูลค่าที่สูงขึ้น กลุ่มสมาชิกดินตาลก็ยังไม่พอ และทั่วไปทำงานโรงงาน ลุงต้องการทำอย่างไรเมื่อเค้าอยู่ตรงนี้ มีรายได้ให้พอ เค้าจะได้กลับมาตรงนี้เพราะเราต้องการสร้างรายได้มากกว่า”

นอกจากนี้เรื่องของกรมการมีช่องทางจำหน่ายสินค้าไม่ว่าจะเป็นการออกโรงงานเทศกาล หรือแม้แต่เรื่องของการส่งออกยังเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่กำลังมองว่าเป็นการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับกลุ่มได้ ดังที่รัตน์ แก้วรังสี กล่าวว่า “ได้ผลก็คือของขายดี ขายได้ไม่มีของตกค้าง” ซึ่งสอดคล้องกับบุญญา ที่ว่า “ได้ผลก็คือของขายดี ขายได้มากขึ้น” อีกทั้งป้าวิณายังกล่าวเสริมอีกว่า “ป้าว่าก็ดี ทำให้มีรายได้ทุกวันนี้” ดังนั้น “แรงจูงใจในการเข้าร่วม ก็ต้องมีรายได้เพิ่ม รักษา การทำขนมลาสืบทอดต่อไปถึงลูกหลาน” (มณฑา) กล่าว

จะเห็นได้ว่าเรื่องของแนวทางการสร้างตลาดและรายได้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

2. กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน ที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เนื่องจากเงื่อนไขดังนี้

2.1 การไม่ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่

ดังที่กล่าวไปแล้วในกลุ่มที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการว่าการเข้ามาให้คำแนะนำและการดูแลของเจ้าหน้าที่ นับเป็นสิ่งสำคัญมากในเรื่องของการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งในประเด็นนี้กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการมองว่าที่ผ่านมา ไม่มีส่วนงานไหนเข้ามาดูแลเลย ดังที่จุงจรัส ได้เล่าให้ฟังว่า

“ไม่มีหน่วยงานไหนมาช่วย ทำเองทั้งหมด เคยได้ยิน แต่ไม่เคยทราบรายละเอียดของโครงการ ลุงก็เลยไม่ทราบว่า จะได้รับอะไรเป็นประโยชน์ ตามความคิดของลุงอาจจะช่วยในเรื่องของการหาลูกค้า แต่ตอนนี้หน่วยงานรัฐไม่มีเข้ามาช่วยเลย ส่วนการให้การสนับสนุนคิดว่าไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะกลุ่มของลุง”

ซึ่งในประเด็นนี้ฉัฐฉวี ได้กล่าวเสริมว่า “ที่ไม่เข้าร่วมโครงการเพราะที่ผ่านมาไม่ค่อยมีคนเข้ามาติดต่อเลย จะพาข้าวหลามไปจัดตั้งตามจุดตรงนั้น พาไปขาย เรื่องเจ้าหน้าที่ของรัฐนั้นไม่ค่อยมีเข้ามาเลย ผู้นำชุมชนก็ไม่มี แต่บางทีมาพูดเปรยๆ ไว้แล้วก็หายไป ถ้าเข้ามาแนะนำ

ให้ข้อมูลที่ตีมาสนใจก็เข้าแน่” การกล่าวทิ้งท้ายของณัฐวดี น่าสนใจตรงที่ว่าหากมีการเข้ามาของเจ้าหน้าที่กลุ่มอาจเข้าร่วมโครงการก็ได้ แต่ด้วยความที่ที่ผ่านมาไม่มีเจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาดูแลเลขกลุ่มฯ เลขตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว ในประเด็นนี้จึงมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจไม่ร่วมโครงการของกลุ่มฯ

2.2 ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

จากการศึกษาพบว่าความไม่เข้าใจส่งผลให้ชาวบ้านบางกลุ่มมองว่าการดำเนินการโครงการเป็นเพียงแค่เรื่องของการสนับสนุนเงินทุน ซึ่งหากมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งสนับสนุนอยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมโครงการดังกล่าวนี้ ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการหลายกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมเพราะว่ามี อดต. สนับสนุนอยู่แล้ว ดังเช่นความคิดเห็นต่อไปนี้

“สมาชิกและทาง อดต.สนับสนุนอยู่แล้ว เขาให้งบประมาณมาโดยသူว่ากลุ่มไหนที่ทำงานจริงๆ...เราก็ไม่ต้องเข้าโครงการก็ได้” สมาชิกกลุ่มที่ไม่เข้าร่วม

เมื่อพูดคุยถึงประเด็นบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเข้าร่วมพบว่า ผู้นำท้องถิ่นกลับไม่มีบทบาทในด้านนี้เลย ไม่ว่าจะเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน การบูรณาการในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มจึงเป็นไปได้ยาก ซึ่งมีการกล่าวถึงประเด็นนี้ดังต่อไปนี้

“กำนันไม่เคยเข้ามากลุ่มป่า ผู้ใหญ่บ้านก็ไม่เคยมา ถ้าเข้ามานั่งก็รู้เรื่องอื่น เรื่องมาเกี่ยวกับการสนับสนุนเรื่องกลุ่มเนื้อ ไม่มีเลย แต่ว่าเวลาใครมาดูงานนั้น เขียวกำนันมา ไม่เคยได้มาเวลาใครมาดูงานนั้น” กลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการ

การที่ชาวบ้านในชุมชนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบอาชีพเป็นการรวมกลุ่มทำเป็นอาชีพ รองจากเดิมที่ประกอบกันเป็นอาชีพหลัก คือ การทำนา และค้าขาย ดังนั้นเมื่อมีเวลาว่างชาวบ้านรวมกลุ่มกันประกอบอาชีพเป็นรายได้เสริม ในขณะที่ชาวบ้านบางคน เข้าร่วมกลุ่ม เพราะว่างงานและไม่ต้องการไม่ประกอบอาชีพนอกพื้นที่ การเชิญชวนเข้าร่วมกลุ่มหรือหาสมาชิกใหม่เข้าร่วม จะเป็นการพูดเชิญแบบปากต่อปาก ซึ่งคนในชุมชนมีความคุ้นเคย สนับสนุนกันคืออยู่แล้ว หากแต่ในการดำเนินการนั้นยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการสื่อความหรือการพยายามผลักภาระของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การรับข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจจึงทำ

ให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่ความเป็นจริงแล้วกลุ่มมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการ ซึ่งประเด็นนี้มีการกล่าวถึงว่า

“ก็เคยถามเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่บอกว่าขายแคคคอกไม้จันทร์ไม่ต้องจดทะเบียนก็ได้ เพราะว่ามันไม่ใช่สินค้า OTOP งานทำดอกไม้จันทร์ เป็นงานโอท็อปไม่ได้ ในความคิดของที่ไม่รู้จะเสนอโครงการอย่างไรว่าทำดอกไม้จันทร์นะ ในเมื่อเขายังไม่ตายเลย ก็เลยเฉย ก็เลยไปจดวิสาหกิจชุมชนที่เกษตร” นางจิราพร เรืองศรี ประธานกลุ่มดอกไม้จันทร์

สำหรับบางกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมที่มีลักษณะการรวมกลุ่มในครัวเรือนในชุมชน ผลิตภัณฑ์มักมาจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนและเป็นอาชีพที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เมล็ดทุนต่อการประกอบอาชีพมาจากการระดมทุนกันเองในครอบครัว และการรับรู้ข่าวสารของโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องไม่เข้ามาดูแล ประกอบกับทางกลุ่มไม่เคยไปขอข้อมูลหรือเงินทุน สนับสนุนจากทางราชการ เพราะสามารถพึ่งพตนเองได้ สะท้อนจากคำสัมภาษณ์จากกลุ่มชาวบ้านที่รวมกลุ่มทำข้าวหลาม ดังนี้ “ในการระดมทุนทำผลิตภัณฑ์ระดมทุน จากครัวเรือนครับ ผลประกอบการที่ผ่านมามีแต่กำไรไม่ขาดทุน ประกอบกับไม่มี ไม่เคยมีหน่วยงานไหนเข้ามาเลย น้อยมาก และไม่เคยไปขอความช่วยเหลือเขา ไม่ค่อยสนใจเพราะถือว่าคนในครอบครัวช่วยกันทำ แต่ว่าคนส่วนใหญ่จะไม่ค่อยเข้ามามอง เขามองไม่เห็น เช่นเดียวกันกับชาวบ้านที่รวมกลุ่มทำขนมกะละแม เป็นกลุ่มหนึ่งใน ต.ดีหลวง ที่ตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะบางกลุ่มพึ่งพอใจที่จะประกอบอาชีพกันเพียงในครัวเรือน และไม่ต้องการความยุ่งยากจากการรวมกลุ่มกับบุคคลนอกครอบครัวลักษณะการประกอบอาชีพ คือ แบบทำมาขายไป และผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้ตลาดมีแม่ค้าจากต่างท้องถิ่นมารับถึงที่ แล้วไปจำหน่ายต่อสะท้อนจากคำสัมภาษณ์ ดังนี้

“การเริ่มทำกะละแมตั้งแต่รุ่นแม่โน้น แม่เขาทำมาแล้ว ทำไปขายเองนั่นแหละ แก่กวนแล้วถึงไปขายเอง พอขายหมดแล้วหอบมากวน พอถึงรุ่นตานี้แหละทำ มีคนมาซื้อมั้งไปขายเองมั้ง ลูกค้าเค้ามาซื้อจากที่บ้านเลย เขามาซื้อไปขายต่อ สาเหตุที่ตาไม่เข้าร่วมกลุ่มโครงการ OTOP คือ ไม่อยากยุ่งยาก ให้มีหลายคนทำกันเอง พอว่ามีหลายคน คนนู้นจะทำแบบนี้ คนนั้นจะทำแบบนี้ ยุ่งยาก เราทำแห้งเดียวแต่เราไม่ได้เข้ากลุ่มของใคร ใครทำเอา”

การมีหน่วยงานอื่นเข้ามาช่วยเหลือแก่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ช่วยเหลือในด้านสนับสนุนงบประมาณ และมีการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่ม เป็นต้น

2.3 การขาดความเข้มแข็งของกลุ่ม

สาเหตุสำคัญอีกประการที่ทำให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการ คือ การรวมกลุ่ม เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้านที่จัดตั้งขึ้นใหม่ สมาชิกยังไม่มี ความเข้มแข็งพอต่อการทำ และเป็นการผลิตในยามว่าง การผลิตผลิตภัณฑ์จึงไม่สม่ำเสมอ สะท้อนจากคำสัมภาษณ์ของกลุ่มที่รวมตัวกันประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์ “ที่ป่าคัดไว้ คือ ทำขนมพื้นบ้านในสมาชิก 15 คนนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มงานถนอมตากเห็บผ้า ส่วนไหนถนอมขนมพื้นบ้านก็ทำขนมพื้นบ้าน ขนมก็คือ ขนมก้านบัว ขนมลากรอบ ที่สมาชิกทำอยู่นี้ คือ ลากรอบ แต่แบ่งเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่ง เห็บผ้าไหม เห็บกระเปาะ แต่สมาชิกจะใช้เวลาว่างมาทำหลังเสร็จภารกิจในครอบครัวแล้ว บางครอบครัวทำน้ำตาล บางครอบครัวปลูกพืช ยาสูบ ผักสวนครัว พอว่างแล้วนัดมาพบกัน กลุ่มที่ทำขนมพื้นบ้าน มีแต่อุปกรณ์ ยังไม่ได้เริ่มทำเลย รอให้สมาชิกว่างกัน คือทำบางวัน บางที ถ้าว่างเขาก็ไปทำขายกัน” นอกจากนี้ ปัจจัยที่ทำให้สมาชิกกลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง คือ การไม่มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ประกอบกับงบประมาณในการซื้ออุปกรณ์ไม่มี และสมาชิกบางคนไม่มีเวลาว่างที่แน่นอน และทำแล้วไม่มีรายได้ที่มั่นคง สะท้อนจากคำสัมภาษณ์ ดังนี้

“ที่ไม่ทำของกลุ่มพัฒนาสตรีในหมู่บ้าน เพราะว่า กลุ่มยังไม่ถาวรเท่าไร คือ ความมั่นคงของกลุ่มยังน้อย สมาชิกยังไม่มีเวลาทำ เรามีเวลาที่ทำงานที่บ้าน เขาก็มีรายได้ที่บ้านดีกว่า ซึ่งทางนี้รายได้ก็น้อย ไม่มั่นคง ซึ่งเขาต้องรับภาระครอบครัวของเขา รายได้ไม่พอกับรายจ่าย คิดว่าถ้ามีตลาด เขาอาจทุ่มเทมาทางนี้ให้มากขึ้น” นางละเอียด กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ ม.6 ต.ศิลาหลวง

ความเข้มแข็งของกลุ่มถือเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในเรื่องของการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการ หากแต่ในกลุ่มผู้ไม่เข้าร่วมโครงการกลับมีความขัดแย้งกัน เพราะในขณะที่กลุ่มหนึ่งมองว่าเพิ่งเริ่มก่อตั้งจึงไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ ในขณะที่อีกกลุ่มมองว่ากลุ่มตั้งมานานจนมีความเข้มแข็งพอที่จะเดินด้วยตนเองได้ซึ่งในประเด็นนี้ จรัสซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งมองว่า

“ทำมานานแล้ว ผลกำไรดี ก็ทำงานลูกได้เรียนจบ โดยใช้เงินทุนของตัวเอง บางทีก็ทำไม่ทันก็เลยไม่ได้ขาย กลุ่มอื่นลู่ไม่ค่อยทราบ ลู่ทำแต่อาชีพนี้เท่านั้น”

สำหรับณัฐวิเองซึ่งมีการก่อตั้งกลุ่มมานานให้เหตุผลในประเด็นนี้ว่า “ที่ผ่านมาก็มีแต่กำไร ส่วนด้านอื่นไม่มีอะไร เพราะว่าพร้อมหมดแล้ว” เมื่อถามถึงชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ ณัฐวิ ก็กล่าวอย่างภาคภูมิใจว่า “เขารู้จักกันทั้งอำเภอครับ สินค้าเป็นที่รู้จัก มันจะมีสูตรแต่ละสูตร ถ้าสูตรใครดีกว่า อร่อยกว่าก็เอาสูตรที่ดีที่สุด และเอาไปผสมผสานกัน” ความเข้มแข็งของกลุ่มที่มีอยู่แล้วจึงเป็นเงื่อนไขที่ทำให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จะเห็นได้ว่าการที่กลุ่มจะตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วม โครงการจึงเป็นเรื่องของการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับกลุ่มก่อนเป็นอันดับต้นๆ ของการดำเนินการ

3. ความเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเงื่อนไขในการไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการ

ด้านมุมมองของเจ้าหน้าที่ภาครัฐมองว่า “การที่กลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการ น่าจะมาจากความสามารถของแต่ละกลุ่ม การไม่เห็นความสำคัญ และที่สำคัญ คือ การมีอาชีพหลักอยู่แล้ว” อาจารย์ปรีดี การศึกษานอกโรงเรียน ในทางกลับกันปัญหาหนึ่งที่สะท้อนผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ เรื่องของความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนจนมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งความเป็นจริงในประเด็นถูกหยิบยกมากล่าวถึงโดยนักวิชาการสหกรณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นเรื่องความเข้าใจที่ผิดพลาด ในความเป็นจริงแล้วโครงการมีการส่งเสริมในทุกๆ กิจกรรมของกลุ่ม ไม่มีการแบ่งแยก ดังนั้นปัญหานี้ น่าจะมาจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการสื่อความ ความรู้ไม่จริงของผู้สื่อความ หรือการพยายามในการผลักดันให้กลุ่มกลับมาตั้งทบทวนว่าทิศทางของกลุ่มควรจะเป็นอย่างไร ซึ่งนักวิชาการสหกรณ์ ได้ชี้แจงในประเด็นนี้ว่า

“เหมือนกันครับ ไม่ว่าจะประชาสัมพันธ์พวกหนึ่ง OTOP จะแยกเป็น 5 หมวด คือ อาหาร สมุนไพร เครื่องสำอางค์ เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องดื่ม เสื้อผ้า ที่นี้การสนับสนุนในส่วน of สหกรณ์จังหวัดสงขลา สนับสนุนทุกกลุ่ม” คุณประวีติ นักวิชาการสหกรณ์ 7 ว. สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสงขลา

นอกจากนี้กลุ่มที่มีความเข้มแข็งสามารถยื่นข้อได้ด้วยตนเองบางกลุ่มก็ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมโครงการ เพราะมองว่าไม่ได้เดือดร้อนอะไร เช่นตัวอย่างต่อไปนี้

“กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมคือเขาผลิตขายมานานก่อนที่มีโครงการนี้ เขาก็ขายได้ ยกตัวอย่าง ร้านสองแสน ซึ่งขนมทองเอกที่เป็นร้านของเขามีชื่อเสียง เป็นเอกลักษณ์ของสงขลา

ใครไปใครมาแวะซื้อ ร้านของเขาติดกับร้านแต้หนีพนซ์ ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียง พอทานอาหาร เสรีจ๊กซื้อของฝาก แต่บางคนก็กระตือรือร้น เพราะพอเข้าแล้วได้รับประโยชน์เยอะ และหน่วยงานก็ สนับสนุนไปขายต่างประเทศ อย่างน้อยเมืองทองก็ได้ไปขายแล้วละ” คุณรัชนี เจ้าหน้าที่ส่งเสริม อุตสาหกรรม ระดับ 6

ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

การดำเนินงานกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงอาจเกิดปัญหาในการดำเนินการ ในหลายลักษณะ ยกตัวอย่างเช่น ลักษณะของตัวสินค้าที่ไปออกงานแสดงสินค้าซึ่งมีจำนวนมากทำให้เกิดภาวะการฉกฉวยกัน ในประเด็นนี้กระทรวงพาณิชย์จะมีการแบ่งเกรดของสินค้าเพื่อแก้ปัญหา ดังกล่าว เช่น หากจะเข้าร่วมโครงการนี้สินค้าต้องได้รับ 3-5 ดาว หากเป็นงานของกรมส่งออก กลุ่มสินค้าที่ศักยภาพตามที่กำหนดจะมีจำนวนจำกัด ทำให้การคัดเลือกเข้าร่วมงานอาจจะไม่ครอบคลุม ทำให้มีปัญหาผู้ประกอบการไม่เข้าใจว่าเพราะเหตุใดบางกลุ่มจึงได้รับเลือกให้ไปซ้ำๆ กันได้ เป็นต้น ในการดำเนินการช่วงแรกกระทรวงพาณิชย์จะส่งเสริม สนับสนุนทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นค่าที่พักค่าอาหาร หลังจากนั้นจะให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบตนเอง ซึ่งในการร่วมงานผู้ประกอบการจะสามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ โดยคำนวณต้นทุนกำไรเอง ถ้าหากมองวัตถุประสงค์ของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รัฐบาลต้องการให้ส่งเสริมกลุ่มที่เป็นชุมชนจริงๆ หากแต่ชุมชนหรือ กลุ่มจริงๆ มี ศักยภาพค่อนข้างน้อย หากไม่สนับสนุนค่าใช้จ่ายต่างๆ กลุ่มก็ไม่สามารถเดินทางได้เข้าร่วมงานต่างๆ ได้ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดข้อหนึ่งที่เป็นปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินการ โครงการฯ เช่นกัน ทำให้การ พัฒนาระดับรากหญ้าซึ่งเป็นเป้าหมายของ โครงการ ไม่เกิดขึ้น

1. กลุ่มเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้นำเสนอปัญหาดังนี้

การเข้าร่วมโครงการนั้นและกลุ่มมองว่ามีประโยชน์ในแง่ของการพัฒนาในหลายๆ ด้าน แต่ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการบางส่วนยังมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไปในเรื่องของการดำเนินงาน โครงการ คือ เรื่องความต่อเนื่องของการดำเนินการ โครงการและความจริงจังในการ ดำเนินกิจกรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังความคิดเห็นที่ว่า

“...แนวทางของ โครงการดี แต่ส่วนหนึ่งก็ไม่ได้ คือ ภาครัฐที่เข้ามาช่วยเรา ขาดความจริงจังในการทำงาน ทำเข้าชามเข็นชาม ไม่จี๊ดตาม บางทีหน่วยเหนือส่งมาให้เอาตัวสินค้า

ไปโซว์ ก็มาบอกว่าเอาไปโซว์ ในด้านการปฏิบัติความจริงใจยังไม่มี...” นายอ๋า (นามสมมติ) กลุ่มโยธา

“...คือเราต้องการตลาด เพราะเราทำได้ แต่ไม่รู้ว่าจะทำตลาดอย่างไร เราก็อยากขายได้สร้างรายได้ตลอด ที่ผ่านมามีเลข มาบอกว่าออกนุช แล้วก็รอเราไปขายอย่างเดียว ไม่ทำอย่างอื่น...เค้าก็หาทางออกนะมาทำกล่องให้สวยแต่นั้นแหละเราขายไม่ได้ คนซื้อบอกว่าแพง...” นางเลียบ (นามสมมติ) กลุ่มเข้าร่วมโครงการ

2. กลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้นำเสนอปัญหา ดังนี้

ภาพสะท้อนในเรื่องของผลการดำเนินการที่ผ่านมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชน ท้องถิ่นมองในประเด็นนี้ว่าการดำเนินการที่ผ่านมาจึงมีความทั่วถึง แต่ไม่ชัดเจน เพราะจากผลการดำเนินงานตามสภาพจริงยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับชุมชนท้องถิ่นได้ ตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษาที่ชัดเจน คือ คำถามที่มีการถามย้ำมากมายจากชาวบ้านที่ว่า “...เข้ากลุ่มได้หรือ จดทะเบียนได้หรือ...” กลุ่มดอกไม้จันทร์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตั้งคำถามกลับมา นอกจากนี้ความพยายามที่จะสื่อถึงการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้บอกเล่าเงื่อนไขในการสมัครเข้าร่วมโครงการกับกลุ่มสมาชิกผู้ประกอบการที่ว่า “...เค้าบอกว่าไม่มีใครเข้าไปดูหรือดอกไม้จันทร์ พวงหรีด ไม่มงคล เอาไปโซว์ไม่ได้...” จากการบอกเล่าดังกล่าวนี้เอง คือ จุดที่เกิดคำถามในเรื่องของเงื่อนไขในการสมัครที่ว่าแท้จริงแล้วโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สนับสนุนกลุ่มอาชีพรูปแบบใดบ้าง จากประเด็นดังกล่าวนี้สามารถชี้ให้เห็นถึงความจริงบางประการจากผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงแล้วเป้าประสงค์ ด้ชนมีชีวิต หรือความสำเร็จของโครงการคืออะไร ภาพรวมหรือหน่วยย่อย เพราะหากมุ่งมองถึงหน่วยย่อยภายในชุมชน ท้องถิ่น ร่วมด้วยแล้วในประเด็นนี้ควรมีการทบทวนใหม่

นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญที่เกิดจากการดำเนินการอีกประการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ เรื่องของการป้อนให้ชาวบ้านบางกลุ่มมากเกินไปจนขาดการให้หลักคิดซึ่งมีความสำคัญในการสานต่อกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญมากที่จะส่งผลให้กลุ่มเติบโตหรือล่มสลายได้ นอกจากนี้ยังอาจถึงผลสืบเนื่องไว้ซึ่งอาจตกเป็นทั้งปัญหาและภาระที่หาทางออกยาก เช่น หนี้สิน

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องได้นำเสนอปัญหาดังนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ค้นพบปรากฏการณ์ที่เกิดจากการดำเนินการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ เรื่องของปัญหาการขาดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงประเด็นของกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่าในประเด็นนี้มีการกล่าวถึงความทั้งถึง ตรงประเด็นในการพัฒนา และความต่อเนื่องของการดำเนินการ ในประเด็นนี้ปัญหาที่ตามมา คือ เรื่องของการส่งเสริมการผลิต เมื่อไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ ขาดการสื่อสารที่ถูกต้อง จึงทำให้ความเข้าใจต่างๆ คลาดเคลื่อน เช่น เรื่องของการส่งเสริมการผลิต โดยไม่ได้ระบุให้ชัดเจนว่าสภาพพื้นที่ที่กำลังดำเนินโครงการควรส่งเสริมให้ทำอะไร ทำให้สินค้าออกมาซ้ำๆ กัน ปัญหาที่ตามมา คือ สินค้าล้นตลาดไม่เป็นเอกลักษณ์ ดังความคิดเห็นที่ว่า

“ตอนแรกเราเข้าใจว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือ ผลิตภัณฑ์อย่างเดียว แต่ตอนหลังไม่ใช่ใจ เยอะ แล้วยังซ้ำๆ เหมือนกัน และ ไม่ได้เป็นเอกลักษณ์ และถ้าพูดถึงในภาคใต้ ฝีมือเป็นจุดอ่อน ...ภาคใต้เค้ามีอาชีพอื่นให้ทำ ซึ่งจะเป็นอาชีพหลักที่ถนัดมากกว่า” คุณรัชณี เจ้าหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรม ระดับ 6

ทางด้านนักวิชาการสหกรณ์ซึ่งมีส่วนในการดูแลเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่มมองว่าประเด็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม ความอยู่รอดและโอกาสในการพัฒนา

“ในการส่งเสริมกลุ่มอาชีพ ปัญหา คือ ส่วนใหญ่จะเรื่องการบริหารจัดการ หมายถึงว่า สมมติว่าเป็นกลุ่มแล้วผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายแล้ว ก็หมายถึงว่า การแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบในกลุ่ม จริงๆ แล้วในกลุ่มก็มีคณะกรรมการของกลุ่มอยู่แล้ว...ประเด็นปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ ไม่เข้าใจในบทบาทของตนเอง ไม่เห็นความสำคัญของการบริหารจัดการกลุ่ม” คุณประวีติ นักวิชาการสหกรณ์ 7 ว. สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะในการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปปฏิบัติในระดับชุมชน

1. กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ข้อเสนอแนะดังนี้

จากปัญหาที่สำคัญที่เกิดจากการดำเนินการอีกประการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ เรื่องของการป้อนให้ชาวบ้านบางกลุ่มมากเกินไปจนขาดการให้หลักคิด ซึ่งมี

ความสำคัญในการสานต่อกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญมากที่จะส่งผลให้กลุ่มเติบโตหรือล่มสลายได้ นอกจากนี้ยังอาจทิ้งผลสืบเนื่องไว้ซึ่งอาจตกเป็นทั้งปัญหาและภาระที่หาทางออกยาก เช่น หนี้สิน ซึ่งจากการศึกษาในประเด็นนี้มีความคิดเห็นหนึ่ง ที่สอดคล้องกับความ เป็นจริงซึ่งนางละออง อินทศิริ ประธานกลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 7 ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้และแนวทางในการแก้ปัญหาไว้ว่า

“การดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้ที่สามารถดึงชาวบ้าน มาทำ ที่พูดตรงๆ ว่ากลุ่มออมทรัพย์นี้พัฒนากรช่วยได้มาก และพี่น้อง ทั้งตำบลเลย พี่พูดได้เลยว่าช่วย ได้มาก เคี้ยวนี้ไม่ต้องกู้ธนาคารนะ นอกจากว่าทางราชการให้มากเกินไป ส่งเสริมชาวบ้านขึ้นก็เอจ เห็นเงินเยอะแล้ว เอาไปใช้ไม่ถูกทาง เป็นได้ค่ะ”

“ทางรัฐ บางครั้งให้แล้วก็ต้องจำกัดบ้าง ไม่ใช่ปล่อยอย่างเดียว ต้องมีข้อบังคับ ข้อเสนอแลกเปลี่ยนกันบ้าง ไม่ใช่ให้อย่างเดียว ความรู้สี่กของพี่น้อง คนจะได้รู้จักใช้ของให้มีคุณค่า ใช้เงินให้มีประโยชน์ นั้นแหละข้อเสนอของพี่ มันต้องมีระเบียบ กฎ ข้อบังคับ เพราะไม่จั้นชาวบ้าน เอามาแล้วทำไม่ประสบความสำเร็จ จะคิดว่าช่างมัน ไม่ใช่เงินเรา ถ้ามีกฎระเบียบชัดเจนรับรองไม่มี ใครกล้าหอก” นางละออง อินทศิริ ประธานกลุ่มแม่บ้าน หมู่ที่ 7

2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้ข้อเสนอดังนี้

จากความคิดเห็นของ คุณอัมพร สุวรรณเจริญ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร ที่มองว่าแต่ละฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรหันกลับมาทบทวนและวางแผนร่วมกันเพื่อทิศทางการส่งเสริม และพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ ดังความคิดเห็นต่อไปนี้

“คิดว่าเราไม่ได้ช่วยคนในระดับพื้นฐาน แต่เราจะส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มที่พัฒนา หรือกำลังพัฒนา แต่ถ้ากลุ่มที่ระดับพื้นฐานเรายังเข้าไม่ถึงเท่าที่ควร ในงบประมาณที่สนับสนุนจะ สนับสนุนระดับปานกลางแต่ระดับล่าง ไม่ได้ช่วยเขา บางครั้งไม่มีแรงสนับสนุน แรงกระตุ้นกลุ่ม พวกนี้ก็จะหายไป แทนที่จะยกระดับของตัวเองเหมือนระดับปานกลางก็หายไปเหมือนกัน เพราะฉะนั้น คิดว่าจุดอ่อนของโครงการนี้ ส่วนใหญ่ในหน่วยงานราชการ ได้มีการบูรณาการมากขึ้น หน่วยงานต่างๆ แทนที่จะต่างคนต่างทำของตัวเอง วันนี้ได้มีการวางแผนร่วมกันว่ากลุ่มไหนในปีนี้น่าจะส่งเสริม สนับสนุนไปด้วยกัน แต่ละหน่วยงานจะได้ดีขึ้น ทางราชการจะเห็นความสำคัญของโครงการนี้แล้ว เห็นความสำคัญของตลาด ระดับตลาดต่างๆ...คิดว่าเป็นโครงการที่คิอยู่แล้ว ไม่อยากให้หยุด ออกมาให้

หน่วยงานราชการต่างๆ มีการประสานกันอย่างต่อเนื่องมีการวางแผนกันที่จะช่วยเหลือกลุ่มต่างๆ เป็นระบบ มีคณะทำงาน ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ร่วมกันที่จะวางแผนพัฒนาโครงการต่อไป”
คุณอัมพร สุวรรณเจริญ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร

ซึ่งในประเด็นนี้แนวทางการแก้ไขที่ชัดเจนควรต้องยื่นมือหน่วยงานที่มีความสามารถ ในการคลี่คลายประเด็น คือ หน่วยงานการศึกษาตามมุมมองของอาจารย์ที่ประจำศูนย์การศึกษานอก โรงเรียน ซึ่งมีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้และวิชาการให้กับท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด มีความคิดเห็น ในประเด็นนี้ว่า

“แนวทางการแก้ไขที่สำคัญ เช่น การพึ่งพาสถาบันการศึกษาที่มีหน้าที่ในการวิจัย เมื่อมีปัญหาจะแก้ไขอย่างไร นำปัญหาวิเคราะห์ทำวิจัยทางแก้ไขตามหลักวิชาการประสบความสำเร็จ เป็นที่น่าพอใจระดับหนึ่ง เพราะการวิจัยทำให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มประชากรและกลุ่ม เป้าหมาย”
อาจารย์ปรีดี การศึกษานอกโรงเรียน

จากมุมมองของทั้งสองฝ่ายที่ต่างมองไปในประเด็นเดียวกัน คือ โครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสำคัญและมีคุณค่า ในการที่จะพลิกฟื้นภูมิปัญญาหรือแนวทางในการ แก้ไขปัญหาการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน ท้องถิ่น และธรรมชาติ แต่ในทางปฏิบัติแล้วสิ่งที่กำลัง เกิดขึ้น คือ การเดินออกไปซื้อหาวัตถุดิบมาจากภายนอก รอคอยการถ่ายวิธีการจากภายนอก ซึ่งดูจะ ห่างจากเจตนารมณ์ของการตั้งโครงการ ในประเด็นดังกล่าวนี้ หากทั้งสองฝ่ายไม่ว่าจะเป็นชุมชน ท้องถิ่น หรือโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้มีโอกาส หรือเวลาในการหันกลับมา ทบทวน ไปพร้อมๆ กัน

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาเรื่อง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น:กรณีศึกษาดำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการการสังเกตแบบกึ่งมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในตำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 49 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สรุปได้ดังนี้

1.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างงาน

จากการศึกษา พบว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่มีคุณค่ามากต่อชุมชน ท้องถิ่น ในเรื่องของการสร้างผลิตภาพทางเศรษฐกิจ คือ การสนับสนุนอาชีพเสริม หมู่บ้านให้มีงานทำแทนการใช้แรงงานนอกบ้าน ไม่ต้องเสี่ยงภัยกับการนั่งรถออกไปทำงาน ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.2 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างรายได้

สืบเนื่องจากการสร้างงาน ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม ซึ่งแม้จะมองดูว่าเป็นอาชีพเสริม แต่เป็นการทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม แทนที่จะอยู่บ้านเฉยๆ ซึ่งมีบางคนในครอบครัวว่างงาน ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.3 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการฟื้นฟูภูมิปัญญา

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องของการมีส่วนในการฟื้นฟูภูมิปัญญาชาวบ้าน จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนในรุ่นก่อนได้สะท้อนผ่านการดำเนินกิจกรรมในโครงการนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งคุณค่าในการอนุรักษ์ และฟื้นฟูภูมิปัญญา จึงสร้างมูลค่ามหาศาลให้กับกลุ่ม ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.4 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการอนุรักษ์ธรรมชาติ

การอนุรักษ์ธรรมชาติหรือการอยู่กับธรรมชาติเป็นอีกเจตนารมณ์หนึ่งของโครงการ ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้จากธรรมชาติ คือ พืชพรรณธรรมชาติ และแง่ของการดูแลหรือรักษาสมดุลของธรรมชาติ ให้คงอยู่เพื่อเป็นมรดกแก่ลูกหลานได้ ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน จะมีแต่เพียงกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการเท่านั้นที่ไม่มีการกล่าวถึงประเด็นดังกล่าวนี้

1.5 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในเรื่องของการสร้างคุณค่าทางจิตใจ

สิ่งที่สร้างให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม คือ การสร้างสังคมใหม่ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ การได้มีโอกาสไปพบปะสังสรรค์และผู้คนที่หลากหลายจากโอกาสต่างๆ เช่น การแสดงสินค้า การไปศึกษาดูงานและการเดินทางไปยังที่ต่างๆ ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน

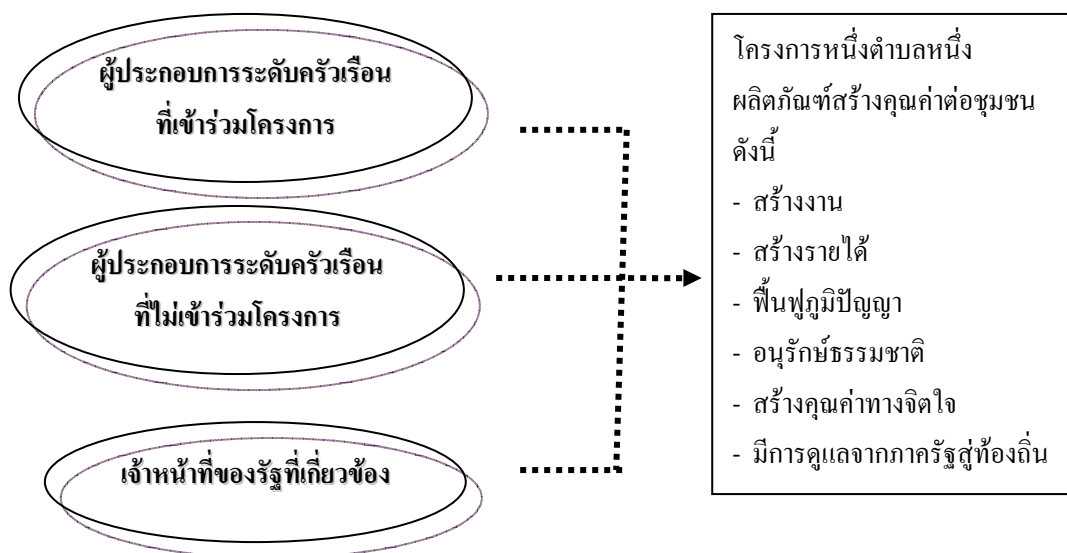
1.6 การดูแลของรัฐในเรื่องการบริหารจัดการด้านต่างๆ

โครงการมีส่วนช่วยเหลือในการดำเนินการในขั้นตอนการผลิตแล้ว การกระจายสินค้าให้กับกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นการต่อยอดกิจกรรม และการสร้างความมั่นใจในสายอาชีพนี้ จนเกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการและเครือข่ายได้ ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน หากแต่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการยังมองประเด็นนี้ไม่เด่นชัดนัก เพราะส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจกับสิ่งที่จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

2. แรงจูงใจหรือเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

2.1 แรงจูงใจที่ทำให้ผู้ประกอบการระดับครัวเรือนเข้าร่วมโครงการ สรุปได้ ดังนี้

เงื่อนไขแรกที่สำคัญ สำหรับการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการฯ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะเมื่อกลุ่มมีความเข้มแข็งมีการดำเนินการต่อเนื่อง ทำให้มีโครงการและหน่วยงานต่างๆ เข้ามาร่วมเสริมได้อย่างเต็มที่และเมื่อกลุ่มเห็นแนวทางของความอยู่รอดกลุ่มก็จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งการให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่นับเป็นสิ่งที่สำคัญในเรื่องของการทำความเข้าใจลักษณะของกิจกรรม วิธีการ รวมถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ นอกจากการเข้ามาดูแลของเจ้าหน้าที่ของรัฐแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คือ เรื่องของการดูแลกันเองของ “เครือข่าย” กลุ่มต่างๆ และประการสำคัญ คือ การเริ่มต้นตั้งกลุ่มของแต่ละกลุ่มล้วนมีเป้าหมายที่สำคัญเป้าหมายเดียวกัน คือ เรื่องของการสร้างรายได้ทั้งตามคุ่มค่า และเมื่อมี “ทางออก” ที่ดีในเรื่องของการสร้างรายได้กลุ่มจึงไม่รีรอที่จะเข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้เรื่องของการมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าไม่ว่าจะเป็นการออกร้าน งานเทศกาล หรือแม้แต่เรื่องของการส่งออกยังเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่กลุ่มมองว่าเป็นการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับกลุ่มได้ จะเห็นได้ว่าเรื่องของแนวทางการสร้างตลาดและรายได้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการระดับครัวเรือนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ดังภาพ



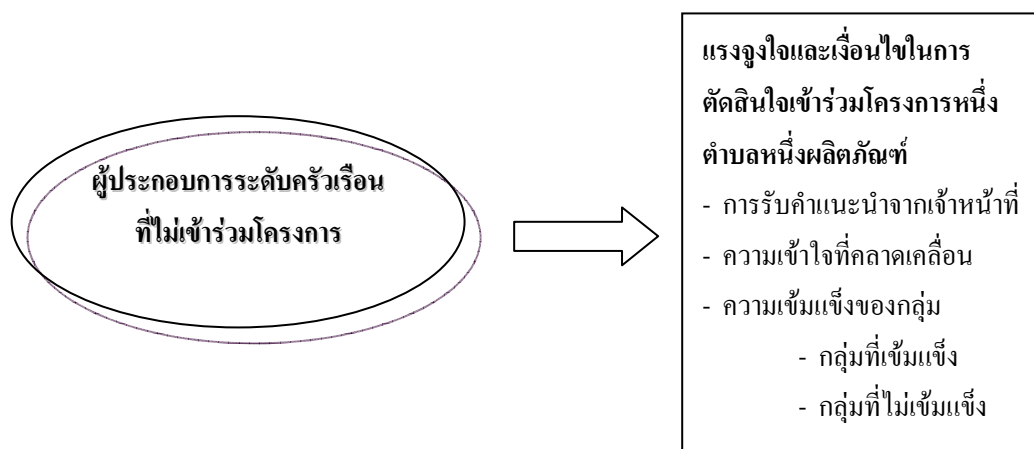
ภาพประกอบ 5 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ

2.2 เงื่อนไขที่ทำให้ผู้ประกอบการระดับครัวเรือนไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการมองว่าที่ผ่านมาไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาดูแลเลย หากมีการเข้ามาของเจ้าหน้าที่กลุ่มอาจเข้าร่วมโครงการก็ได้ รวมถึงความไม่เข้าใจ ส่งผลให้ชาวบ้านบางกลุ่มมองว่าการดำเนินการโครงการเป็นเพียงแค่เรื่องของการสนับสนุนเงินทุน ซึ่งหากมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งสนับสนุนอยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมโครงการดังกล่าวนี้ ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการหลายกลุ่มที่ไม่เข้าร่วมเพราะว่ามี อบรม. สนับสนุนอยู่แล้ว ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการสื่อความ หรือการพยายามผลักดันการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การรับข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจจึงทำให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่ความเป็นจริงแล้วกลุ่มมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการ

สาเหตุสำคัญอีกประการที่ทำให้กลุ่มตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการคือ การรวมกลุ่ม คือ **กลุ่มตั้งใหม่ยังขาดความเข้มแข็ง** สมาชิกยังไม่มี ความเข้มแข็งพอต่อการทำ และเป็น การผลิตในยามว่าง ปัจจัยที่ทำให้สมาชิกกลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง คือ การไม่มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ประกอบกับงบประมาณในการซื้ออุปกรณ์ไม่มี และสมาชิกบางคนไม่มีเวลาว่างที่แน่นอน และทำแล้วไม่มีรายได้ที่มั่นคง ส่วนกลุ่มที่มีความเข้มแข็งอยู่แล้ว มองว่ากลุ่มตั้งมานานจนมีความเข้มแข็งพอที่จะเดินด้วยตนเองได้

จะเห็นได้ว่าการที่กลุ่มจะตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการจึงเป็นเรื่องของการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในประเด็นต่างๆ ให้กับกลุ่มก่อนเป็นอันดับต้นๆ ของการดำเนินการดังกล่าว

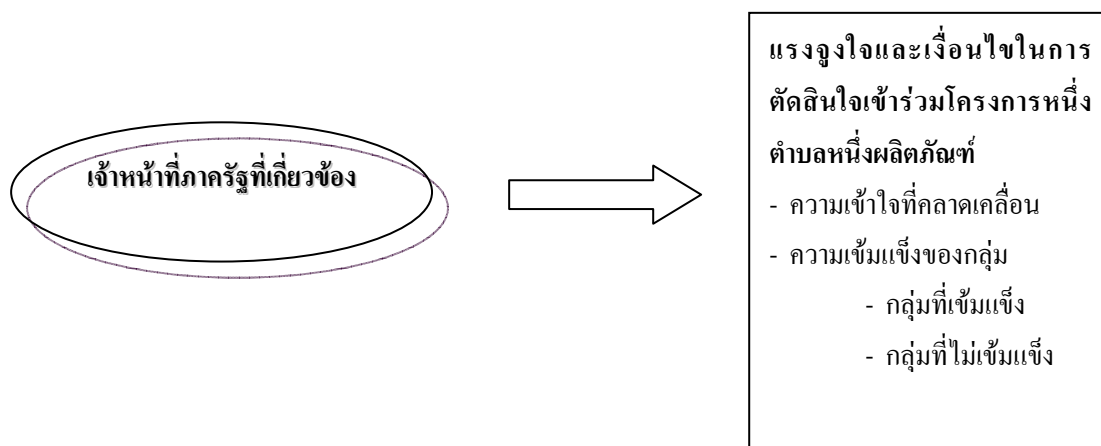


ภาพประกอบ 6 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ

2.3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ของผู้ประกอบการ สรุปได้ดังนี้

ด้านมุมมองของเจ้าหน้าที่ภาครัฐมองว่าการที่กลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการมาจากความสามารถของแต่ละกลุ่ม การไม่เห็นความสำคัญ และที่สำคัญ คือ การมีอาชีพหลักอยู่แล้ว ในทางกลับกันปัญหาหนึ่งที่สะท้อนผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ เรื่องของความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนจนมีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการ ดังนั้นปัญหานี้น่าจะมาจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการสื่อความ ความรู้ไม่จริงของผู้สื่อความ หรือการพยายามในการผลักดันให้กลุ่มกลับมาตั้ง ทบทวนว่าทิศทางของกลุ่มควรจะเป็นอย่างไร

นอกจากนี้กลุ่มที่มีความเข้มแข็งสามารถยื่นหยัดได้ด้วยตนเองบางกลุ่มก็ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมโครงการ เพราะมองว่าไม่ได้เดือดร้อนอะไร ดังภาพ



ภาพประกอบ 7 แสดงแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3. ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินการโครงการ

3.1 ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ นำเสนอปัญหาสรุปได้ดังนี้

การเข้าร่วมโครงการนั้นและกลุ่มมองว่ามีประโยชน์ในแง่ของการพัฒนาในหลายๆ ด้าน แต่ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการบางส่วนยังมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไปใน

เรื่องของการดำเนินงานโครงการ คือ เรื่องความต่อเนื่องของการดำเนินการโครงการและความจริงใจในการดำเนินกิจกรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาครัฐจึงควรมีการดำเนินการเชิงรุกให้มากกว่านี้ โดยมีการเข้าถึงเพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างเงื่อนไขในการให้ความช่วยเหลือ และต้องประสานกันทุกส่วนงาน เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน พัฒนาชุมชน เป็นต้น ให้มีการช่วยเหลือที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ไม่รอคอยการช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว

3.2 ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการ นำเสนอปัญหาสรุปได้ดังนี้

ผลการดำเนินงานตามสภาพจริงยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับชุมชนท้องถิ่น ได้อีกทั้งปัญหาที่สำคัญเกิดจากการป้อนให้ชาวบ้านบางกลุ่มมากเกินไปจนขาดการให้หลักคิด ซึ่งมีความสำคัญในการสานต่อกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญมากที่จะส่งผลให้กลุ่มเติบโตหรือล่มสลายได้ นอกจากนี้ยังอาจทิ้งผลสืบเนื่องไว้ซึ่งอาจตกเป็นทั้งปัญหาและภาระที่หาทางออกยาก เช่น หนี้สิน

3.3 เจ้าหน้าที่ของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นำเสนอปัญหาสรุปได้ ดังนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ค้นพบปรากฏการณ์ที่เกิดจากการดำเนินการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ เรื่องของปัญหาการขาดความเข้าใจที่ถูกต้อง ของกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน ความต่อเนื่องของการดำเนินการ ขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบ และขาดการสื่อสารที่ถูกต้อง จึงทำให้ความเข้าใจต่างๆ คลาดเคลื่อน

4. แนวทางการแก้ไขปัญหา

4.1 กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เสนอแนวทางแก้ปัญหาสรุปได้ดังนี้

การป้อนให้ชาวบ้านบางกลุ่มมากเกินไปจนขาดการให้หลักคิด ซึ่งมีความสำคัญในการสานต่อกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญมากที่จะส่งผลให้กลุ่มเติบโตหรือล่มสลายได้ นอกจากนี้ยังอาจทิ้งผลสืบเนื่องไว้ซึ่งอาจตกเป็นทั้งปัญหาและภาระที่หาทางออกยาก เช่น หนี้สิน ดังนั้นการสนับสนุนของภาครัฐต้องจำกัด ต้องมีข้อบังคับ ข้อเสนอแลกเปลี่ยน เพื่อให้กลุ่มได้รู้จักใช้ของให้มีคุณค่า ใช้เงินให้มีประโยชน์ ซึ่งถ้ามีกฎระเบียบชัดเจนก็จะสามารถแก้ปัญหาการใช้งบประมาณไม่เกิดประโยชน์ และการสร้างหนี้โดยไม่จำเป็นให้กับกลุ่มได้

4.2 กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา ดังนี้

การเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้และคำแนะนำที่ชัดเจน จริงจังและจริงใจมากกว่านี้

4.3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เสนอแนวทางการแก้ปัญหาสรุปได้ ดังนี้

ภาครัฐแต่ละฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรหันกลับมาทบทวนและวางแผนร่วมกัน เพื่อทิศทางในการส่งเสริมและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ เพราะที่ผ่านมาการดำเนินการส่วนใหญ่แยกกัน ดำเนินการทำห้วงประมาณที่ใช้ไป ไม่เกิดประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร และจากประเด็นที่ว่า การดำเนินการส่วนใหญ่ของส่วนงานที่เกี่ยวข้องละเอียดเรื่องของการสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่ม นั้น ควรขีมือจากส่วนงานที่สามารถสร้างความเข้าใจ และให้ความรู้ได้มาช่วยเหลือในการให้ความรู้ที่ถูกต้องกับกลุ่ม

อภิปรายผลการวิจัย

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้มีการดำเนินการมาระยะเวลาหนึ่งนับแต่ปี 2544 จวบจนปัจจุบันนับเป็นเวลา 7 ปี สำหรับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา มีการสะท้อนผ่าน ทั้งรายงาน และการศึกษาต่างๆ ซึ่งผลที่ออกมา มีทั้งภาพบวกและภาพลบของการดำเนินการ ซึ่งสามารถแจกแจงได้ดังนี้

การดำเนินการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้มีส่วนในการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งยังสามารถสร้างเสริมคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนได้อีกด้วย ซึ่งในการศึกษาของฉัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา (2544) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า การดำเนินการของโครงการมีส่วนในการสร้างเสริมรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับสมาชิกถึงร้อยละ 68.3 นอกจากนี้ผลจากการดำเนินการยังสามารถสร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิมถึงร้อยละ 58.7 เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในพื้นที่ ซึ่งทำให้สามารถลดปัญหาการว่างงานลงได้ โดยมีการพิจารณาผู้ที่ด้อยโอกาสในการทำงานให้สามารถมีงานทำ มีรายได้ เช่น กลุ่มเด็ก คนชรา สตรี รวมถึงการให้ทั้ง โอกาสและชีวิตใหม่ในสังคมให้แก่ผู้เลิกยาเสพติดอีกด้วย นอกจากนี้การดำเนินการในโครงการของสมาชิกสามารถลดปัญหาครอบครัว เช่น การหย่าร้าง ได้ อีกทางหนึ่ง

แม้ว่าการดำเนินงานของโครงการมีการส่งผลแง่ดีหลายประการดังกล่าว แต่ที่ผ่าน มาจากการศึกษาพบว่า การดำเนินการของโครงการยังมีปัญหาในการดำเนินการอยู่หลายประการ จากการศึกษาของ อารีย์ เดวี (2544) เรื่องการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก พบว่าปัญหาด้านการตลาดยังคงเป็นปัญหาใหญ่ในการดำเนินการ ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ

สำหรับอำเภอสตึงพระ เป็นอำเภอในพื้นที่คาบสมุทรมุทสตึงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่ง ได้รับการคัดเลือกใช้เป็นพื้นที่นำร่องของภาคใต้ในการดำเนินงานจัดตั้งเครือข่ายของค์ความรู้ชุมชน มุ่งสู่การเป็น Knowledge Based OTOP ในปี พ.ศ. 2549 จังหวัดสงขลา มีรายได้จากการจำหน่าย สินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2549 โดยรวมเป็นเงินจำนวน 8,953,780 บาท มีผลจากการคัดสรร ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหาร จำนวน 5 ดาว 1 ชนิด จำนวน 4 ดาว 2 ชนิด จำนวน 3 ดาว 2 ชนิด และประเภทของใช้ประดับตกแต่ง จำนวน 3 ดาว 2 ชนิด โดยมีจำนวนผู้ผลิตที่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP จำนวน 44 กลุ่ม (พัฒนาชุมชนอำเภอสตึงพระ, 2549:4)

กล่าวได้ว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอสตึงพระ จังหวัด สงขลา ประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่งตามความมุ่งหมายของนโยบายรัฐบาล ดังที่ รัตนะ แก้วเรืองศรี ประธานกลุ่มหัตถกรรมใยตาลโดนด บ้านชะแม ตำบลคีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ซึ่งผลิตห่มกใยตาลสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี ปิ่นปักผม ตลอดจนกล่องกระดาษ ติชชู ผ่านการคัดสรรระดับ 4 ดาว ระดับจังหวัดในปี พ.ศ. 2546 ได้ระดับ 3 ดาว ระดับประเทศในปี พ.ศ. 2547 และได้รับระดับ 3 ดาว ระดับประเทศในปี พ.ศ. 2549 ได้กล่าวถึงการดำเนินการของ นโยบายที่มีความสำคัญต่อกลุ่ม ดังนี้

...มีครูมาสอนให้ทำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 แต่ทำแล้วไม่มีตลาดขายสินค้าเลยหยุด ทำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 ได้ตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่และได้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ สินค้า OTOP กับกรมการพัฒนาชุมชน อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา ได้รับในด้านความรู้ การช่วยเหลือทางด้านการตลาด และการสนับสนุนด้านเงินทุน จึงเห็นว่าถ้าไม่เข้าร่วมกับ โครงการ OTOP ก็จะไม่มีวันนี้คือไม่โต กลุ่มไปไม่รอดเหมือนที่เคยเป็นมา การเข้าร่วม โครงการ OTOP ทำให้ได้เข้าร่วมกิจกรรม ได้มีการประชุม แม้จะเสียเวลาบ้างถือว่าเล็กน้อย ได้เสียสละและได้ทำเพื่อส่วนรวม อีกทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่ากว่า เพราะว่าทุกวันนี้ สินค้าผลิตไม่พอจำหน่าย เนื่องจากสินค้าประเภทหัตถกรรมเป็นสินค้าที่ต้องใช้ทั้งเวลาและความประณีตในการผลิตชิ้นงานแต่ละชิ้นออกมา...

เช่นเดียวกับที่ บุญญา ชุมแสง ประธานกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลศิลาหลวง อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) กลุ่มผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์เคลือบ น้ำตาลโตนด ขนมโกโก้ไม่มีใส่ ขนมโกโก้ใส่ ขนมห้วงดำ ขนมห้วงขาว ขนมห้วงกรอบ ขนมห้วงนางเล็ด ขนมลา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลมากมาย ได้กล่าวถึงการเข้าร่วมโครงการ OTOP ว่า การไปประชุมทำให้ได้ประสบการณ์ ได้เรียนรู้ และมีความรู้ การออกงานเท่ากับเป็นการประชาสัมพันธ์ สินค้าไปในตัว มีความภาคภูมิใจที่ขนมพื้นบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ วันนี้ได้รับการ พัฒนาให้เป็นสินค้าขึ้นสู่ระดับสากลได้

กระนั้นก็ดีแม้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา จะดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จและมีผู้ประกอบการสินค้า OTOP สนใจ ลงทะเบียนผู้ผลิตเป็นสมาชิกถึง 44 กลุ่ม แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอิสระอีกหลายส่วนในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ที่ไม่สนใจจะเข้าร่วมลงทะเบียนผู้ผลิตสินค้า OTOP ดังเช่นครอบครัวของ เลื่อน นักร ที่สืบทอดการผลิตขนมพื้นบ้านประเภทกาละแม จากรุ่นพ่อแม่มาจนถึงรุ่นลูก คือ นางเขียว นักร นางสมจิต พร้อมมูล และนายสามารถ แซ่มซ้อย (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ได้ให้ความเห็นว่า

...เมื่อก่อนจะไปขายตามตลาดนัดตามหัวเมืองต่างๆ ทั้งในจังหวัดสงขลา และ จังหวัดใกล้เคียง หรือตามตลาดในตัวเมืองใหญ่ๆ เช่น ตลาดอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หรือต่างจังหวัด เช่นที่ อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น แต่ทุกวันนี้ไม่ได้ออกไปขายตามตลาดเพราะมีลูกค้ามาสั่งให้ทำและมาซื้อถึงบ้าน ส่วนสาเหตุที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP เพราะคิดว่า ไม่มีเวลาไปทำ ทำให้เสียเวลาในการประชุม ต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งกลุ่มขึ้นมา อีกทั้งต้องเข้าสู่ระบบ ของทางราชการซึ่งยุ่งยาก...

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มดอกไม้จันทน์ของนางจิราพร เรืองศรี และกลุ่มผู้ผลิตขนม ลากรอบ นางอารมณี ยอดจันทร์ (สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2550) ที่ไม่ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ สินค้า OTOP เช่นเดียวกันด้วยเหตุผลที่ว่าได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานอื่นๆ แล้ว เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

จากสภาพดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่าบทเรียนของโครงการที่ต้องหาคำตอบต่อไป คือ คำถามที่ว่าเมื่อกลุ่มเข้าร่วมโครงการแล้วจะประสบผลสำเร็จจริงหรือไม่ หรือแท้จริงแล้วโครงการ เป็นเพียงแค่องค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น เพราะหากไม่เช่นนั้นแล้ว โครงการจะดำเนินการต่ออย่างไรจึง จะส่งผลสัมฤทธิ์สูงสุดในการดำเนินการ แนวทางหนึ่งที่ต้องศึกษา คือ โครงการมีความสอดคล้อง

กับความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มอย่างไร โครงการใดเอื้อประโยชน์อะไรให้กับกลุ่มบ้าง และจะอย่างไรให้โครงการสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มได้มากที่สุดและสามารถดึงกลุ่มเข้ามาร่วมกับโครงการได้

อีกทั้งการดำเนินงานที่ผ่านมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้แสดงบทบาทต่างๆ ได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของบทบาทในการพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่น บทบาทในการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น บทบาทในการสร้างคุณค่าทางจิตใจ และดึงให้รูปแบบวิถีการใช้ชีวิตแบบสังคมชนบท ที่คงไว้ซึ่งกลิ่นไอของความเอื้ออาทรและการสร้างโอกาสให้กับชาวบ้านในการออกไปสู่โลกภายนอกอย่างสร้างสรรค์ เช่น การออกไปเมืองท่องเที่ยว เพื่อออกบูธจำหน่ายสินค้า เป็นต้น เหล่านี้ล้วนสร้างคุณค่ามากมายในแง่ของความรู้สึกแก่ชุมชน แต่กระนั้นก็มีสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นประการสำคัญที่ควรหันกลับมาทบทวน คือ ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นในระดับนโยบายที่ขับเคลื่อน หรือระดับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ซึ่งกำลังเดินตามนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา (2544) ที่ได้ศึกษาถึงการพัฒนาแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่าการดำเนินการของโครงการมีส่วนในการสร้างเสริมรายได้ให้กับสมาชิก สร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เกิดการจ้างงานลดปัญหาการว่างงานลงได้ รวมทั้งยังเป็นการให้ทั้งโอกาสและชีวิตใหม่ในสังคมให้กับผู้เลิกลาเสพติด และนอกจากนี้ยังเป็นการลดปัญหาการหย่าร้างได้อีกทางหนึ่ง

แนวทางการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการพัฒนาตามแนวทางวัฒนธรรม ซึ่งฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2529: 20) ได้กล่าวว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนอยู่ที่การสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงพลังในศักยภาพของตนเองว่าสามารถฟื้นฟู ดำรงอยู่และพัฒนาได้ ซึ่งในการดำเนินการของโครงการมุ่งที่จะนำเอาแนวคิดดังกล่าวนี้มากระตุ้นให้ชุมชน ท้องถิ่นดึงเอาศักยภาพและความพร้อมภายในออกมา โดยใช้เงื่อนไขเดียวกันซึ่ง ซึ่งฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2529: 20) ได้กล่าวไว้ คือ เรื่องของการพัฒนาเป็นกลุ่ม การมุ่งให้เกิดความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การผลิตซ้ำจิตสำนึก การประสานวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับธรรมชาติ

นอกจากนั้นการศึกษาที่พบว่ากลุ่มที่ไม่เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาใหม่ และเป็นกลุ่มที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ชัดเจน (ทำหลายอย่าง) และสมาชิกยังไม่มี ความเข้มแข็งพอ โดยมากจะมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง หรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่องของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการประการหนึ่งที่สำคัญ คือ เรื่องของการต่อยอดการพัฒนาซึ่งเกิดขึ้นแค่เพียงบางกลุ่มเท่านั้นยังไม่มีย่างทั่วถึง ซึ่งเหตุผลสำคัญประการหนึ่งไม่ใช่เกิดจากการขับเคลื่อนจากภาครัฐและส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เพราะชุมชนเองยังขาดในเรื่องของความพร้อม

ซึ่งเป็นทุนทางสังคม ดังที่อุทัย ดุลยเกษม (2545: 1) ได้กล่าวไว้ว่า ทุนในการดำเนินการทางสังคม ประกอบด้วย ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ทุนคน ทุนสติปัญญา ทุนระบบนิเวศและทุนเงินตรา ซึ่งที่ผ่านมามีการดำเนินการของผู้ประกอบการระดับครัวเรือนจะมีการกล่าวถึงการขาดในเรื่องทุนประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน บางกลุ่มก็ขาดทุนคน บ้างก็ขาดทุนเงินตรา บ้างก็ขาดทุนระบบนิเวศ การแก้ปัญหาในจุดนี้จึงควรจะเป็นการบูรณาการทุกส่วนเข้าด้วยกันจึงจะสัมฤทธิ์ผล

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น กรณีศึกษาตำบลศิลาหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยครั้งนี้อาจนำไปสู่การกำหนดนโยบายเครือข่ายชุมชนเข้มแข็ง ในแต่ละตำบลเพื่อสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในระดับชุมชน ให้มีการดำเนินงานอย่างมืออาชีพ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานภาครัฐควรจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แก่ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างจริงจังและจริงใจ
2. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องควรเปลี่ยนแนวปฏิบัติให้ชุมชนได้เรียนรู้ และแก้ปัญหาด้วยตัวเอง
3. หน่วยงานภาครัฐควรเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายของผู้ประกอบการในระดับครัวเรือน
4. สถาบันการศึกษาควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มผู้ประกอบการในระดับชุมชนในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

2. ควรทำวิจัยเรื่องศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในตำบลดีหลวงในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในพื้นที่อื่นๆ เช่น ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนเมืองกับกลุ่มผู้ประกอบการในชนบท หรือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในภาคใต้กับกลุ่มผู้ประกอบการในภาคเหนือ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. **กระบวนการพัฒนา หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่อสากล.**
กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กรมการพัฒนาชุมชน. 2545. **เอกสารการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”.** กรุงเทพฯ: บริษัท บพิศการพิมพ์ จำกัด.
- กัลยานี ปฎิมาพรเทพ. 2543. **ครูชบ ยอดแก้ว ครูภูมิปัญญาไทย : นักเศรษฐศาสตร์ชุมชน.**
กรุงเทพฯ: บริษัท ต้นอ้อ 1999 จำกัด.
- กิตติ ลิ้มสกุล. 2544. **แนวทางการพัฒนาท้องถิ่น โดยประชาชนมีส่วนร่วม “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product).** กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2538. **การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน.** กรุงเทพฯ: สภาคาทอติกแห่ง ประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. 2544. **เอกสารประกอบการประชุม เชิงปฏิบัติการ การดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนา ชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2529. **บ้านกับเมือง.** กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. 2547. **หลักการจัดการ: องค์การและการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจใน สถานการณ์ปัจจุบัน. (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวลีวรรณ สมักรพงศ์. 2548. **“การตลาดของสินค้า OTOP ในจังหวัดสงขลา : กรณีศึกษากลุ่มสินค้า หัตถกรรม”, สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์. (สำเนา).**

ณัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา. 2547. “การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดขอนแก่น”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (ลำเนา)

ชอุยวรรณ นนทพุทท. 2545. “การพัฒนากระบวนการเรียนรู้โดยชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ : กรณีศึกษาป่าชุมชนเขาหัวช้าง ตำบลตะโหมด อำเภอตะโหมด จังหวัดพัทลุง”,
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยสงขล
านครินทร์. (ลำเนา).

ธิดิมา สมานธิ. 2547. “การประเมินศักยภาพของผู้บริหารกิจการในโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (ลำเนา).

นัฐภัทร โชติช่วง. 2549. “การปฏิบัติงานในเชิงบูรณาการของคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”,
ภาคินิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการวางแผนสังคม
มหาวิทยาลัยทักษิณ. (ลำเนา)

บรรยงค์ ไตจินดา. 2548. **องค์การและการจัดการ.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

ประเวศ ะสี. 2541. **ประชาคมตำบล.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มติชน.

ปาริชาติ วลัยเสถียร. 2543. **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา.** กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พรชฤดี ไชยปรีย์. 2547. “ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสงขลา”, สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (ลำเนา)

พรรณงาม เก้าธรรมสาร และพิชชา แสงคง. 2542. **โครงการวิจัยและปฏิบัติการวิวัฒนาการชุมชนแออัดและองค์กรชุมชนแออัดสงขลา : กรณีศึกษาเทศบาลนครสงขลา**. สงขลา: โครงการพัฒนาชุมชนแออัดภาคใต้.

พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (อบอุ่น). 2548. **ทุนทางสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พัฒนาชุมชน, สำนักงาน. 2549. **บรรยายสรุปสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา**. สงขลา: สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา.

พิรพัฒน์ วสุ. 2548. “ทัศนคติของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ต่อบรรจุภัณฑ์สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มน้ำ จังหวัดสงขลา”, สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (สำเนา).

รุ่งนภา อนุเรือง และคณะ. 2545. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งเสริมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. ม.ป.ท.

ลดภาพร ทองนิ่ม. 2548. “ความคิดเห็นของผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาที่มีต่อการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2547”, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรพจน์ บุศราคัมวดี. 2550. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วริษฐา หะไร. 2548. “ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส”, สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (สำเนา).

วิจิตร ต้นทสุทธิ์ และคณะ. 2520. **การวิจัยดำเนินงาน COOPERATION RESERCH. เล่มที่ 1 ภาค DETERMINISLIO**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิสุทธิ ไบไม้. 2548. ความหลากหลายทางชีวภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เวสารัช สรรพอาษา. 2548. “แนวทางการเตรียมความพร้อมและการติดตามผลการดำเนินงานของผู้ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประเภทสุราแช่)”, วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (สำเนา)
- ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์. 2540. องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ธีระการพิมพ์และไซเท็กซ์ จำกัด.
- สมคิด บางโม. 2548. องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สยามพร ลิมไทย์. 2549. การบริหารภูมิปัญญาไทยสู่สากล. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2526. การพัฒนาชุมชน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สีลาภรณ์ บัวสาย. 2547. พลังท้องถิ่น : บทสังเคราะห์งานวิจัยด้านชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. 2546. การจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. 2548. องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี: ชวนพิมพ์.
- สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. 2547. ทางสายวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. **หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- อรศรี งามวิทยาพงศ์. 2546. “กระบวนการทัศน์และการจัดการความยากจนในชนบทของรัฐในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-8: พ.ศ.2504-2544”, วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารสังคม. (สำเนา)
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. 2544. **มติชุมชน : วิธีคิดท้องถิ่นว่าด้วยสิทธิ อำนาจ และการจัดการทรัพยากร**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อารีย์ เดวี. 2545. “การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตาก”, วิทยานิพนธ์สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. (สำเนา).
- อุทัย คุลเกษม. 2545. “เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องการศึกษาและวิเคราะห์ชุมชน”, ใน เอกสารประกอบการบรรยาย โครงการอบรมบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ตามโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก (ภูมิภาคใต้ตอนบน). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- Herbert A Simon.1947. **Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organizations**, 4th ed. in 1997. The Free Press.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1
ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับและจะนำไปประกอบการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เกี่ยวกับการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ประกอบการอิสระในระดับครัวเรือน

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น

: กรณีศึกษาตำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา

ชื่อ สกุล (ผู้ให้สัมภาษณ์)

ตำแหน่ง กลุ่ม

บ้านเลขที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

1. คำถามหลัก กลุ่มของท่านตั้งขึ้นมาได้อย่างไร และดำเนินกิจกรรมอย่างไรก่อนเข้าร่วมโครงการ

คำถามซัก

มีใครร่วมก่อตั้งบ้าง

ท่านระดมทุนมาจากแหล่งใดบ้าง

ในระยะแรกของการดำเนินการกลุ่มมีการดำเนินการอย่างไร

กลุ่มของท่านได้รับการช่วยเหลือจากใครหรือส่วนงานใดบ้าง ในลักษณะใด

กลุ่มของท่านมีปัญหาอย่างไรบ้าง

2. คำถามหลัก ท่านคิดว่า การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีส่วนในการส่งเสริมกลุ่มของท่านอย่างไรบ้าง

คำถามซัก

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าภารกิจหลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับชุมชนท้องถิ่นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการส่งเสริมอาชีพอย่างไร

3. คำถามหลัก ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้การสนับสนุนกลุ่มอาชีพอย่างไร

คำถามซัก

ท่านคิดว่ากลุ่มผู้ประกอบการแต่ละประเภท ได้รับการสนับสนุนเหมือนกันหรือไม่ เพราะเหตุใด

ท่านได้รับงบประมาณสนับสนุนกลุ่มในด้านใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

4. คำถามหลัก ท่านคิดว่าการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอาชีพมีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

คำถามชัก

ท่านคิดว่าการจัดประชุมของท่านมีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

วัตถุดิบในการผลิตของกลุ่มได้มาจากแหล่งใด เหมาะกับการพัฒนาหรือไม่ เพราะเหตุใด

สิ่งอำนวยความสะดวก/สาธารณูปโภคพื้นฐานในท้องถิ่นเป็นอย่างไร เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มหรือไม่ และท่านรับความช่วยเหลือจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มของท่านหรือไม่ อย่างไร และท่านได้รับส่งเสริมหรือให้การพัฒนาอย่างไรบ้าง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่ และท่านได้รับการช่วยเหลืออย่างไร ผลลัพธ์เป็นอย่างไร

5. คำถามหลัก บทบาทการให้ความช่วยเหลือของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อกกลุ่มอาชีพเป็นอย่างไร

คำถามชัก

ท่านได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มของท่านมีการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับการพัฒนาความรู้ให้แก่กลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากโครงการหรือไม่ อย่างไร

6. คำถามหลัก เพราะเหตุใดท่านจึงตัดสินใจร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

คำถามชัก

ท่านคิดเพื่อน ญาติ หรือครอบครัวของท่านมีส่วนในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

มีพัฒนาการมาให้ความเข้าใจโครงการหรือไม่ และการเข้ามานั้นส่งผลให้ท่านตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหรือไม่อย่างไร

ผู้นำชุมชนของท่านไม่ว่าจะเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ มีส่วนในการสนับสนุนหรือชักชวนให้ท่านเข้าโครงการหรือไม่อย่างไร

ระยะทางหรือระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการแต่ละครั้งเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

กิจกรรมของโครงการน่าสนใจอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการให้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการสามารถแก้ปัญหาในการดำเนินการของกลุ่มได้หรือไม่อย่างไร

ท่านคิดว่าจุดอ่อน จุดแข็งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คืออะไร

ท่านมีแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

(OTOP) อย่างไรบ้าง

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2
ผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในระดับครัวเรือนที่ไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับ และจะนำไปประกอบการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
3. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เกี่ยวกับการไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการอิสระในระดับครัวเรือน

ขอขอบคุณ

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น
: กรณีศึกษาตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ชื่อ สกุล (ผู้ให้สัมภาษณ์)

ตำแหน่ง กลุ่ม

บ้านเลขที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด

1. คำถามหลัก กลุ่มของท่านตั้งขึ้นมาได้อย่างไร และดำเนินกิจกรรมอย่างไรก่อนเข้าร่วมโครงการ

คำถามซัก

มีใครร่วมก่อตั้งบ้าง

ท่านระดมทุนมาจากแหล่งใดบ้าง

ในระยะแรกของการดำเนินการกลุ่มมีการดำเนินการอย่างไร

กลุ่มของท่านได้รับการช่วยเหลือจากใครหรือส่วนงานใดบ้าง ในลักษณะใด

กลุ่มของท่านมีปัญหาอย่างไรบ้าง

2. คำถามหลัก ท่านคิดว่าการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีส่วนในการส่งเสริมกลุ่มของท่านอย่างไรบ้าง

คำถามซัก

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าภารกิจหลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับชุมชนท้องถิ่นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการส่งเสริมอาชีพอย่างไร

3. คำถามหลัก ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้การสนับสนุนกลุ่มอาชีพอย่างไร

คำถามซัก

ท่านคิดว่ากลุ่มผู้ประกอบการแต่ละประเภท ได้รับการสนับสนุนเหมือนกันหรือไม่ เพราะเหตุใด

ท่านได้รับงบประมาณสนับสนุนกลุ่มในด้านใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

4. คำถามหลัก ท่านคิดว่าการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอาชีพมีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

คำถามซັก

ท่านคิดว่าการจัดประชุมของท่านมีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

วัตถุดิบในการผลิตของกลุ่มได้มาจากแหล่งใด เหมาะกับการพัฒนาหรือไม่ เพราะเหตุใด

สิ่งอำนวยความสะดวก/สาธารณูปโภคพื้นฐานในท้องถิ่นเป็นอย่างไร เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มหรือไม่ และท่านรับการช่วยเหลือจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มของท่านหรือไม่ อย่างไร และท่านได้รับส่งเสริมหรือให้การพัฒนาอย่างไรบ้าง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่ และท่านได้รับการช่วยเหลืออย่างไร ผลลัพธ์เป็นอย่างไร

5. คำถามหลัก บทบาทการให้ความช่วยเหลือของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อกกลุ่มอาชีพเป็นอย่างไร

คำถามซັก

ท่านได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มของท่านมีการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับการพัฒนาความรู้ให้แก่กลุ่มจากโครงการหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้รับแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากโครงการหรือไม่ อย่างไร

6. คำถามหลัก เพราะเหตุใดท่านจึงตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

คำถามซັก

ท่านคิดว่าเพื่อน ญาติ หรือครอบครัวของท่านมีส่วนในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่ เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

มีพัฒนาการมาให้ความเข้าใจโครงการหรือไม่ และการเข้ามานั้นส่งผลให้ท่านตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหรือไม่อย่างไร

ผู้นำชุมชนของท่านไม่ว่าจะเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ มีส่วนในการสนับสนุนหรือชักชวนให้ท่านเข้าโครงการหรือไม่อย่างไร

ระยะทางหรือระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการแต่ละครั้งเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

กิจกรรมของโครงการน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการให้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการสามารถแก้ปัญหาในการดำเนินการของกลุ่มได้หรือไม่อย่างไร

อะไรเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านไม่เข้าร่วมโครงการ

ท่านคิดว่าจุดอ่อน จุดแข็งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คืออะไร

ท่านมีแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

(OTOP) อย่างไรบ้าง

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3

(เจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP))

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง

สถานที่ทำงานอำเภอ จังหวัด

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะถือเป็นความลับและจะนำไปประกอบการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อผู้สัมภาษณ์

วันที่ เดือน พ.ศ.....

สัมภาษณ์เวลาถึงเวลา รวม ชั่วโมง

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น
: กรณีศึกษาตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

1. คำถามหลัก ท่านเข้าไปสนับสนุนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างไรบ้าง

คำถามซ้ก

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าภารกิจหลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืออะไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับชุมชนท้องถิ่นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพอย่างไร

ท่านคิดว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการส่งเสริมอาชีพอย่างไร

ในการปฏิบัติหน้าที่ของท่านในโครงการหรือการดำเนินการโครงการมีปัญหาอะไรบ้าง

เมื่อมีปัญหาท่านได้ดำเนินการแก้ไขปัญหอย่างไร

2. คำถามหลัก โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้การสนับสนุนกลุ่มอาชีพอย่างไร

คำถามซ้ก

กลุ่มผู้ประกอบการแต่ละประเภท ท่านให้การสนับสนุนเหมือนกันหรือไม่ เพราะเหตุใด

ท่านให้งบประมาณสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ ถ้าให้ในด้านใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

3. คำถามหลัก ท่านคิดว่าในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอาชีพมีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

คำถามซ้ก

การจัดประชุมของกลุ่มผู้ประกอบการ ท่านเห็นว่ามีปัญหาหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

มีความถี่ในการจัดประชุมแค่ไหน ในด้านสถานที่เป็นอย่างไร

วัตถุดิบในการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ ได้มาจากแหล่งใด เหมาะกับการพัฒนากลุ่มหรือไม่ เพราะเหตุใด

สิ่งอำนวยความสะดวก/สาธารณูปโภคพื้นฐานในท้องถิ่นเป็นอย่างไร เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ และท่านได้เข้าไปช่วยเหลือหรือไม่ อย่างไร

ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร และท่านได้เข้าไปส่งเสริมหรือให้การพัฒนาอย่างไรบ้าง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการมีการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่ และท่านได้เข้าไปช่วยเหลืออย่างไร ผลลัพธ์เป็นอย่างไร

4. คำถามหลัก บทบาทการให้ความช่วยเหลือของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มอาชีพเป็นอย่างไร

คำถามซ้ก

ท่านเข้าไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร

ท่านเข้าไปพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มผู้ประกอบการมีการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งใดบ้าง มีปัญหาหรือไม่ อย่างไร

ท่านเข้าไปพัฒนาความรู้ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร

ท่านได้เข้าไปสร้างแรงจูงใจและเงื่อนไขในการตัดสินใจเข้าร่วมนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หรือไม่ อย่างไร

5. คำถามหลัก ท่านมีปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ ในการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปปฏิบัติในชุมชน อย่างไรบ้าง

คำถามซ้ก

ท่านคิดว่าเพราะอะไรกลุ่มอาชีพถึงตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ท่านคิดว่าจุดอ่อน จุดแข็งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คืออะไร

ท่านมีแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างไรบ้าง

ขอขอบพระคุณ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นายพลภัทร น้อยพันธ์		
รหัสประจำตัวนักศึกษา	4892018		
วุฒิการศึกษา			
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา	
รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2547	