

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาการแปรรูปหัตถกรรมหินอ่อน ของชุมชนบ้านหนองกระโดน ตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้อาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และ ผลงาน วิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. แนวคิดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ให้ความหมายของ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล ที่ได้รับการคัดเลือกและขึ้นบัญชีจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ

ความเป็นมาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชน ทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัย

ใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ และได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นคพ ซึ่งฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นาย ปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นคพ มีอำนาจหน้าที่ในการ กำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนด มาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือก และขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุน ให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดและหลักการ

แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและ ต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self - reliance) เป็นหลัก ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหา รากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไปและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

นอกจากนี้เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัย หมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึง การบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

ปรัชญาของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากร ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้อง กับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance - Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรม ที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พูมฝึกประชาชน ให้สู้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (www.thaitambon.com)

- 1) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
- 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

เป้าหมายของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หลักการของกระบวนการนี้ ไม่เน้นเงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชน ด้านเทคนิคเพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาด ชุมชนท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มยอดขาย หรืออาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการคือ

1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดในประเทศและตลาดโลก

2) มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ มีความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กิจกรรมหลักที่สำคัญ คือ

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น

โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี การคิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการ จัดสถานอบรม/วิทยาลัย ด้านการผลิต การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้บทบาทของสตรี เป็นพลังของการพัฒนา และสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) โดยมีเนื้อแท้ (Vitality) ของความเป็นตัวของตนเองอย่างอิสระ

- การพึ่งพิงระบบการเงินและกิจกรรมต่าง ๆ หนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น เป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และขบวนการท้องถิ่นที่สร้างขึ้น

- การจัดการด้านการตลาด เช่นตลาดผสมผสาน บริษัท หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดการแสดงสินค้า การจัดงานมหกรรม/เทศกาล ร้านค้าในเมืองของตน ร้านทดสอบตลาด ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมชุมชน / สหกรณ์ / กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้าต่างตอบแทน

- การพึ่งตนเอง ความเป็นอิสระของภูมิปัญญาท้องถิ่นและประชาชน โดยใช้สถานฝึกอบรม การสร้างความมั่นคงในท้องถิ่น การจัดการประชุมและนำเสนอแลกเปลี่ยนแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการนี้ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั่นเอง ประชาชนเป็นผู้นำเอาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ 1) ระบบราชการบริหารท้องถิ่น 2) บริษัท 3) ความมีอยู่ของผู้นำ 4) การรวมกลุ่มของประชาชน เป็นกลุ่มพลังต่าง ๆ มาสร้างพลังร่วม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการนี้เพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้นแทนที่จะเป็นการชี้นำโดยภาครัฐ ขบวนการนี้เป็นการคิดและทำจากล่างสู่บน โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตามการขับเคลื่อน เอสรูปเป็นรายงาน แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป

ในขั้นตอนของการพัฒนาระบบราชการคือ ตัวจังหวัดเองเป็นฐานของระบบปกครอง ไม่ได้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่าง ๆ ไว้รองรับโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็ก ๆ คอยรับเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนติดตามการฟื้นฟูท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้าไปเพียงใด สำนักงานเล็ก ๆ ของจังหวัดนี้ จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผล รวบรวมข้อมูลข่าวสารเท่านั้น อย่างไรก็ตามในระดับตำบลและหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับล่างเหล่านี้ของจังหวัด เป็นพี่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือผลักดันและสนับสนุน การพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

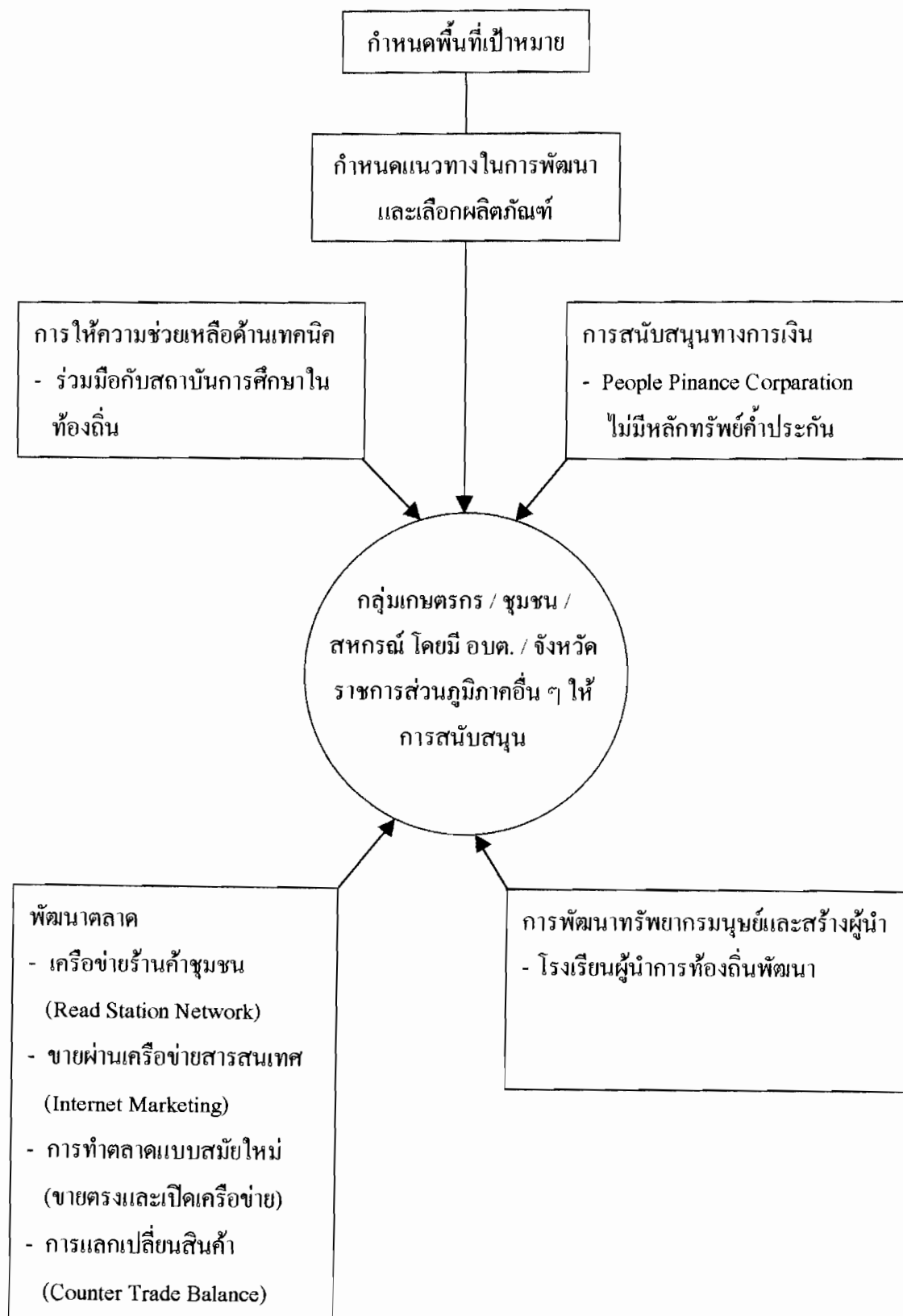
ภายใต้กระบวนการพัฒนาขั้นต่าง ๆ นี้ ภาคราชการต้องคอยช่วยเหลือ เพื่อสอนเทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นี้จะใช้งบประมาณของหน่วยราชการ ซึ่งในระดับล่างหรือตำบล หมู่บ้าน จะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้น เป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ

2) บริษัท ทางจังหวัดต้องการ การมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบ และแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

3) ผู้นำ ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการพัฒนาเช่นนี้ พอ ๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตามผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้ดำเนินการปกครองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้นำธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่น ๆ เช่น จากสหกรณ์ชาวนา ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานที่บริการอื่น ๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความ ต้องการเหล่านี้ขึ้น

4) องค์กรประชาชน ได้แก่ สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่าง ๆ จากรูปแบบและบรรทัดฐานที่แต่ละฝ่ายเสนอมา รวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

แสดงแนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม : หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



แผนแม่บท หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (พ.ศ.2545 – 2549)

คณะกรรมการ การจัดทำแผนและงบประมาณ ซึ่งมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้จัดทำแผนแม่บท หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (พ.ศ.2545 – 2549) โดยแผนแม่บทดังกล่าวได้กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ (Goal)

1.1 เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

1.2 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้

2. เป้าหมาย (Purpose)

2.1 เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 1.1 จึงกำหนดเป้าหมายสร้างรายได้ให้ประชาชนในชุมชน และท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้พื้นเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน (มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท/คน/ปี) และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.2 เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2549 สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน จนสามารถพึ่งตนเองได้ ร้อยละ 60 ของชุมชน (ตำบล/เทศบาล) ที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศ

3. ยุทธศาสตร์ (Strategies)

3.1 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.2 การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ

3.3 การสร้างเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาคและท้องถิ่น

3.4 การสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพที่เข้มแข็ง

3.5 การมีส่วนร่วมของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์

3.6 การพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรในท้องถิ่น

ขั้นตอนการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (นคผ.)

ขั้นที่ 1 เตรียมการและเผยแพร่ทำความเข้าใจ

1.1 กอ.นคผ. อนุมัติหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และส่งหลักเกณฑ์ให้ นคผ. จังหวัด

1.2 จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ภาค

1.3 จังหวัดจัดการประชุม นตผ. จังหวัดและผู้เกี่ยวข้องเพื่อ

- (1) ชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- (2) รวบรวมบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น เพื่อนำไปชี้แจงในการประกอบการจัดประชาคมตำบล
- (3) กำหนดแผนการดำเนินงานระดับจังหวัด
- (4) สร้างทีมวิทยากรระดับจังหวัด เพื่อให้เป็นวิทยากรชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน นตผ.

1.4 นตผ. จังหวัด จัดประชุมชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์และแนวทางการดำเนินงานแก่ นตผ. อำเภอ/กิ่งอำเภอ

1.5 อำเภอ/กิ่งอำเภอ จัดประชุม นตผ. อำเภอ/กิ่งอำเภอ และผู้เกี่ยวข้องเพื่อ

- (1) ชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงานคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- (2) กำหนดแผนการดำเนินงานระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ
- (3) สร้างทีมวิทยากรระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ เพื่อให้เป็นวิทยากรร่วมกับทีมวิทยากรจังหวัด ในการชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน นตผ.

ขั้นที่ 2 การจัดประชาคมตำบล เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.

การจัดประชาคมตำบล ใช้เวลา 1 วัน ดังนี้

2.1 การให้การศึกษาแก่ประชาคมตำบล โดยทีมวิทยากรจังหวัดและอำเภอ/กิ่งอำเภอ ในประเด็นชี้แจงนโยบาย หลักเกณฑ์ และแนวทางการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วย

- (1) โครงสร้างกลไก และนโยบายในการดำเนินงาน นตผ.
- (2) หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ. ตามที่ กอ.นตผ กำหนด
- (3) แนวทางการจัดประชาคมตำบลเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.
- (4) แนวทางการจัดทำแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ นตผ.
- (5) การติดตามและประเมินผล

2.2 การจัดประชาคมตำบลเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ.

(1) ประธานประชาคมตำบลดำเนินการจัดประชาคมตำบล

(2) ประเด็นพูดคุยในเวทีประชาคม คือ

- ประชาคมตำบลวิเคราะห์ศักยภาพของตำบลที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนกิจกรรม นตผ.

- ทำบัญชีรวบรวมผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาศึกษาทบทวนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) บัญชีผลิตภัณฑ์เดิมของตำบล

(2) บัญชีผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ

(3) บัญชีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของตำบล

- ประชาคมตำบลใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นตผ. ของตำบล

2.3 ประชาคมตำบลมีมติเห็นชอบผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล และส่งรายชื่อผลิตภัณฑ์ให้แก่ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ

ขั้นที่ 3 การประเมินตามหลักเกณฑ์

นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประชาคมตำบลแล้ว มาประเมินหาค่าคะแนนและจัดลำดับผลิตภัณฑ์ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ และส่งผลิตภัณฑ์ที่จัดลำดับเรียบร้อยแล้วให้ นตผ.จังหวัด

ขั้นที่ 4 การให้ความเห็นชอบ

นตผ.จังหวัด พิจารณาจัดลำดับผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด โดยใช้ระดับคะแนนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ ประกอบการพิจารณา แล้วส่งบัญชีผลิตภัณฑ์ให้ กอ.นตผ

ขั้นที่ 5 การตรวจสอบประเมินผลิตภัณฑ์

5.1 คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฯ แต่งตั้งคณะทำงานฯ จำนวน 4 คณะ เพื่อตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามบัญชีผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด ในแต่ละภาครวม 4 ภาค

5.2 คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฯ ประชุมพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบของคณะทำงานฯ แล้วเสนอ กอ.นตผ

5.3 กอ.นตผ ประกาศขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

1. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ กอ.นคผ จึงส่งเสริมให้ทุกจังหวัดดำเนินการสนับสนุนให้มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ได้รับมาตรฐาน อันได้แก่ มาตรฐาน อย. มาตรฐาน มอก. มาตรฐาน ฮาลาล รหัสสากล และมาตรฐานอื่น ๆ เช่น ลิขสิทธิ์ทางปัญญา เครื่องหมายรับรองสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ เครื่องหมายแสดงเลขที่จดแจ้งของศูนย์วิจัยการแพทย์ เกียรติบัตร ฯลฯ

2. การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด ได้รับงบประมาณจากเงินกองทุนการค้าระหว่างประเทศ ปี 2545 จำนวน 4,050,000 บาท เพื่อพัฒนาบุคลากร พัฒนาสินค้าและช่องทางการตลาด โดยจัดฝึกอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการและศึกษาดูงานในรูปของกลุ่มจังหวัด 11 ครั้ง

การส่งเสริมการผลิต

การส่งเสริมการผลิต ที่ กอ.นคผ ได้ดำเนินการส่งเสริม 4 แนวทาง ประกอบด้วย

1. ด้านปัจจัยการผลิต มุ่งส่งเสริมให้ผู้ผลิตเลือกใช้ปัจจัยในการผลิตที่มีคุณภาพในท้องถิ่น การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต พัฒนาประสิทธิภาพทักษะฝีมือแรงงานการผลิต

2. ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและการบรรจุหีบห่อให้ถึงระดับที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน การมีกระบวนการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน

3. การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนเกษตรกรในการผลิตและแปรรูปภายใต้แนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน สอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อประหยัดพลังงาน

4. การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในเรื่องการพัฒนาการผลิต การแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการสร้างรากฐานการผลิตของประเทศให้เข้มแข็งและยั่งยืน

การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. การส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ในภูมิภาค ดำเนินโครงการที่สำคัญ เช่น โครงการอบรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าชุมชน โครงการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และระดมแนวคิดส่งเสริมการก่อตั้งองค์กรผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้ส่งออกสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค โครงการส่งเสริมศักยภาพตลาดการค้าสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ

2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในส่วนกลาง ดำเนินการโครงการที่สำคัญ เช่น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้า Made in Thailand 2001 ซึ่งเป็นการดำเนินโครงการต่อเนื่องจากโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมในภูมิภาค (ส่งออกพบผู้ผลิต) เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตในภูมิภาคให้มีรายได้สามารถพึ่งพาตนเองได้ โครงการหัตถศิลป์ถิ่นไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหาและเชื่อมโยงตลาดสินค้าของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาค รวมทั้งเป็นการพัฒนาสินค้าในภูมิภาค สนับสนุนให้กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการได้พบปะกับผู้บริโภค และการจัดงาน “สุดยอดหมู่บ้านอุตสาหกรรมและผ้าทอไทย” เพื่อเสริมสร้างศักยภาพผลิตภัณฑ์และการตลาดกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งเสริมการตลาดและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. จุดจำหน่ายสินค้า คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอนคผ) ดำเนินการสร้างช่องทางกระจายสินค้าในระดับภูมิภาค โดยให้ทุกจังหวัดดำเนินการประสานงานกับชุมชน ท้องถิ่นและภาคเอกชน ร่วมกันจัดหาจุดจำหน่ายสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้แก่ประชาชน โดยมีจุดจำหน่ายสินค้าที่ดำเนินการแล้วจำนวน 16,016 แห่ง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์สาธิตการตลาด ศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ ร้านค้าชุมชน ร้านค้าทั่วไป ที่พักริมทางหลวง แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม/รีสอร์ท สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ ท่าอากาศยาน โรงงานอุตสาหกรรม และอื่น ๆ โดยแยกรายละเอียดได้ดังนี้

ร้านค้าทั่วไป	4,519 แห่ง
ศูนย์สาธิตการตลาด	2,602 แห่ง
ร้านค้าชุมชน	2,295 แห่ง
ศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์	1,046 แห่ง
สถานีบริการน้ำมัน	947 แห่ง
ที่พักริมทางหลวง	807 แห่ง
แหล่งท่องเที่ยว	749 แห่ง
ห้างสรรพสินค้า	420 แห่ง
โรงแรม/รีสอร์ท	310 แห่ง
โรงงานอุตสาหกรรม	149 แห่ง
สถานีรถไฟ	97 แห่ง

สถานีขนส่ง	63 แห่ง
ท่าอากาศยาน	14 แห่ง
อื่น ๆ	1,998 แห่ง

2. การจัดทำข้อมูลไทยค้าปลอดศุลกากร เว็บไซต์นี้จัดทำขึ้นตามแนวคิดของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้เริ่มเปิดตัวมาตั้งแต่วันที่ 14 กรกฎาคม 2543 โดยเน้นข้อมูลของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้รับขีดศุลกากรเป็นสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าที่นำเสนอขาย และสถานที่ท่องเที่ยวของตำบล รวมทั้งการดำเนินการเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันได้มีการเผยแพร่ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ กอ.นคผ ไว้ในเว็บไซต์ดังกล่าว รวมทั้งนำข้อมูลจากตำบลต่าง ๆ เข้าสู่ระบบแล้ว จำนวน 5,054 ตำบล (จากจำนวน 7,255 ตำบลทั่วประเทศไทย) จำนวนสินค้าที่เข้าสู่ระบบ จำนวน 16,797 รายการ สินค้าที่ดำเนินการเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วจำนวน 1,181 รายการ

3. การสนับสนุนให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เชิงธุรกิจ เพื่อให้เกิดช่องทางด้านการตลาดในระดับจังหวัด โดยระยะแรก กอ.นคผ กำหนดจังหวัดนำร่อง 20 จังหวัด และเพื่อให้มีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดีที่สุด จึงได้อนุมัติงบประมาณเพื่อจัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การศึกษาและวิเคราะห์เชิงลึกถึงปัญหาและแนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์ในฐานะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด และกรมการพัฒนาชุมชน ในฐานะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ กอ.นคผ ร่วมกันจัดสัมมนาดังกล่าวขึ้นในวันที่ 27 กันยายน 2545 ณ โรงแรมรอยัลริเวอร์ กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วย รองผู้ว่าราชการจังหวัด พัฒนาการจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด สหกรณ์จังหวัด พาณิชย์จังหวัด การเคหะแห่งชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมการตลาด หอการค้าจังหวัด จำนวน 150 คน จาก 20 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด เชียงราย เชียงใหม่ พะเยา โขงคาย สุโขทัย ตาก พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สุพรรณบุรี ระยอง จันทบุรี ชลบุรี นครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สตขลา สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการสัมมนาฯ ได้กำหนดจังหวัดนำร่องในการดำเนินงานศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 6 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี สุพรรณบุรี อุตรดิตถ์ ภูเก็ต ชลบุรี และ นครราชสีมา

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนนับตั้งแต่ การพัฒนาการเรียนรู้ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง การปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเหมาะสม และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ดังนั้น การดำเนินงานจึงเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่รัฐบาลกำหนดไว้ทุก

ประการ ความสำเร็จที่บังเกิดจากโครงการและกิจกรรมที่ กอ.นคผ ดำเนินการนั้น นอกจากจะมุ่ง การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และแก้ไขปัญหาความยากจนแล้ว ยังมุ่งหมายให้เป็นการ พัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้มีความพร้อมที่จะก้าวสู่ตลาดสากลได้ด้วยการใช้กล ยุทธ์ทางการตลาด นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้คนไทยตระหนักในคุณค่า ความภาคภูมิใจ และ กระตุ้นให้เกิดกระแสความนิยมไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้นตามลำดับ และต่อเนื่อง ผลงานที่เกิด ขึ้นเหล่านี้ เป็นการแสดงพลังที่มุ่งมั่นและความเป็นปึกแผ่นในการร่วมมือกันระหว่างประชาชน กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้ผลิต นักธุรกิจ ผู้ค้าปลีกและผู้ส่งออก ภาคเอกชน ภาครัฐบาล และผู้เกี่ยวข้อง อื่น ๆ จากทุกภาคส่วน ที่ร่วมกันขับเคลื่อนนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมภูมิ ปัญญาสู่สากล และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หมายถึง ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ ผลิตโดยชุมชน เป็นข้อกำหนดที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เหมาะกับสภาพการผลิตในชุมชน (www.tisi.go.th/otop/otop.html#topic2)

ความเป็นมา

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือที่เรียกย่อๆ ว่า สมอ. ได้มีโครงการจัด ทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่ที่ยัง ไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการที่สำคัญคือส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการ ตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้ง สนับสนุนนโยบายสำคัญของรัฐบาลโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการแก้ไขปัญหาความ ยากจนของชุมชน โดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญาชาวบ้าน และทรัพยากรที่มีอยู่ใน ท้องถิ่น มาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการ พัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ สร้างงาน สร้างรายได้

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี วงเงินประมาณ 112,475,000 บาท (หนึ่งร้อยสิบสองล้านสี่แสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาท) เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือระดับพื้นที่บ้านที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขณะเดียวกันรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อผลิตจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค ฉะนั้นโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้อง และสนับสนุนในด้านมาตรฐาน และการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ (www.tisi.go.th/otop/otop.html#topic2)

การดำเนินงานของ สมอ.

1. ดำเนินการประชุมคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) เมื่อวันที่ 8 และวันที่ 28 พฤศจิกายน 2545 เพื่อพิจารณากำหนดแนวทางขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในด้านการกำหนดมาตรฐานการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการรับรองเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน รายชื่อที่เห็นสมควรจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนปี 2546 จำนวน 60 เรื่อง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. จัดให้มีการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติ เรื่อง"รับฟังข้อมูลและข้อคิดเห็นด้านการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน" จากผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย คือ ผู้ผลิตในชุมชน ผู้บริโภค และนักวิชาการ ระหว่างวันที่ 16 ถึง 17 มกราคม 2546 ณ ห้องชาลลีย์ โรงแรมชลจันทร์ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อรับฟังข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนรายสินค้า จำนวน 13 เรื่อง ก่อนที่จะมีการประกาศเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีรายละเอียดของการสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ ดังนี้

รูปแบบของการสัมมนาฯ: จัดแบ่งกลุ่มย่อยผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ จากทั่วประเทศ เพื่อรับฟังข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นจำนวน 12 กลุ่มย่อย ตามรายสาขาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 13 เรื่อง โดยให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ แสดงข้อคิดเห็นได้อย่างอิสระเป็นไปตามที่ปฏิบัติจริง ซึ่งจะเน้นผู้ผลิตในชุมชนที่เกี่ยวข้องตามรายสาขาผลิตภัณฑ์ชุมชนข้างต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีแนวทางปฏิบัติที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ผลิตในชุมชนเข้าถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่าย

กลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมสัมมนาฯ : ผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย
กลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย คือ

- 1) ผู้ผลิตในชุมชน
- 2) นักวิชาการ /ผู้ทรงคุณวุฒิ
- 3) ผู้บริโภค

จาก 42 จังหวัด หน่วยงานราชการ 34 ราย หน่วยงานเอกชน 2 ราย ผู้ทรงคุณวุฒิ
เฉพาะสาขา 3 ราย และคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 11 ราย รวมทั้งสิ้น ประมาณ 180
คน

สาระสำคัญของร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน : จะนำเสนอร่างมาตรฐานผลิต
ภัณฑ์ชุมชน แต่ละเรื่องให้พิจารณาในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งนี้

3. การเปิดให้บริการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คาดว่า จะเปิดรับคำขอใบรับ
รองเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 13 เรื่องดังกล่าวได้ตั้ง
แต่เดือนกุมภาพันธ์ 2546 เป็นต้นไป โดยผู้ยื่นคำขอ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ส่วนผลิต
ภัณฑ์ชุมชนอื่นตามประกาศบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ดีเด่น สินค้าชุมชนของคณะกรรมการอำนวยการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นคพ.) จะทยอยดำเนินการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไข
ในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

1) ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและ
แสดงเครื่องหมายการรับรอง เป็นผู้ผลิตในชุมชนของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการ
การคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นคพ.) เป็น
กลุ่มหรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่นๆ ตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน
เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มอาชีพก้าวหน้า กลุ่มธรรมชาติ เป็นต้น

2) การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยการดำเนินการ ดังนี้

2.1) ตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบ
เพื่อพิจารณาออกใบรับรอง

2.2) ตรวจติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่ม
ซื้อตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ

3) การขอการรับรอง ให้ยื่นคำขอต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
หรือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด พร้อมหลักฐานและเอกสารต่างๆ ตามแบบที่สำนักงานมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนด

- 4) เมื่อได้รับคำขอแล้ว สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะนัดหมายการตรวจสอบสถานที่ผลิต เก็บตัวอย่างส่งทดสอบ หรือทดสอบ ณ สถานที่ผลิต
- 5) ประเมินผลการตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ได้กำหนดไว้หรือไม่
- 6) ใบรับรองผลิตภัณฑ์ มีอายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในใบรับรอง
- 7) การขอต่ออายุใบรับรอง หรือการออกใบรับรองฉบับใหม่ เมื่อใบรับรองฉบับเก่าสิ้นอายุ
- 8) เงื่อนไขและการตรวจติดตาม ผู้ได้รับการรับรองต้องรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดไว้ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง การประเมินผลการตรวจสอบตัวอย่างที่สุ่มซื้อ เพื่อตรวจติดตามผลต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนด
- 9) การตรวจติดตามผลทำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 10) การยกเลิกการรับรอง สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะยกเลิกใบรับรองกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้
 - 10.1) ผลิตภัณฑ์ที่ตรวจติดตามผลไม่เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 ครั้ง ติดต่อกัน
 - 10.2) ผู้ได้รับการรับรองขอยกเลิกใบรับรอง
 - 10.3) มีการประกาศแก้ไขหรือยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ได้กำหนดไว้
 - 10.4) เมื่อใบรับรองครบอายุ 3 ปี นับจากวันที่ได้รับการรับรอง
 - 10.5) กรณีมีการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขต่างๆ ที่กำหนด เช่น การอวดอ้างเกินความเป็นจริงโฆษณาการได้รับการรับรองครอบคลุมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการรับรอง
- 11) อื่นๆ ในกรณีที่ยกเลิกใบรับรองผู้ได้รับการรับรองต้องยุติการใช้สิ่งพิมพ์สื่อโฆษณา ที่มีการอ้างอิงถึงการได้รับการรับรองทั้งหมด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไม่รับผิดชอบในการกระทำใด ๆ ของผู้ได้รับการรับรองที่ได้กระทำไปโดยไม่สุจริต หรือไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

แนวคิดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล
2. เกิดมาจากหลักการพึ่งตนเอง และการคิดอย่างสร้างสรรค์ของชุมชน การตัดสินใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่า และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
3. เป็นการผลักดันผลิตภัณฑ์ดีเด่นที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์
4. เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง
2. ส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิตระดับชุมชนในด้านเกณฑ์คุณภาพและการทำ ตลาดจนผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน ยกย่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐาน และสอดคล้องตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

บทบาท สมอ. ตามโครงการ

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ 400/2545 สั่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2545 แต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) ขึ้น โดยมีเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นประธานคณะกรรมการชุดนี้ เพื่อดำเนินการโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีอำนาจและหน้าที่ คือ

1. พิจารณากำหนด แก้วไข และยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการออกไปรับรองและการติดตามผลภายหลังที่ได้รับการรับรองแล้ว
3. ส่งเสริม พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและข้อมูลให้กับผู้ผลิตในชุมชน
4. แต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อช่วยเหลือดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย

5. ติดตามประเมินผล และรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานให้คณะกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ทราบทุกระยะ

6. ดำเนินการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชน ตามที่ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมอบหมาย

แนวทางการดำเนินงาน มี 4 ด้าน คือ

1. การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะกำหนดมาตรฐาน โดยมีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีแนวทางปฏิบัติไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ผลิตเข้าถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่าย และคำนึงถึงระยะเวลาในการกำหนดมาตรฐาน โดยใช้ข้อมูลจากประชุมสัมมนาเพื่อจัดทำมาตรฐาน โดย สมอ. หรือจัดจ้างกลุ่มนักวิชาการ และให้ผ่านการพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก่อนประกาศใช้

2. การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะให้การรับรองและการตรวจติดตามผล เพื่อสนับสนุนผู้ทำให้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค โดยการเก็บตัวอย่างทดสอบ และค่าใช้จ่ายในการทดสอบตัวอย่างทางโครงการฯ จะให้การสนับสนุน สมอ. จะกำหนดรูปแบบเครื่องหมายรับรองและจะประชาสัมพันธ์เผยแพร่ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบและยอมรับอย่างทั่วถึง

3. ด้านพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน

ในกรณีที่ผู้ผลิตบางรายมีปัญหาในการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ตามที่มาตรฐานกำหนด สมอ. จะส่งผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการเข้าไปให้ความรู้เบื้องต้น โดยการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำ ดำบลสถานที่ผลิต จนมีขีดความสามารถขอรับการรับรองได้

4. ด้านส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

สมอ. จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและเกิดความตระหนักตื่นตัว โดยเปิดตัวและแนะนำโครงการผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สร้างแรงจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือ จัดประชุมผู้นำชุมชนหมู่บ้านที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่โครงการให้ทราบด้วยวิธีการต่างๆ เน้นใช้สื่อในท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เช่น สปอโตโฆษณา ทางวิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ตอกย้ำความสำเร็จของผู้ได้รับการรับรอง และยกย่องเชิดชูให้เป็นแบบอย่างความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชาวบ้านภูมิปัญญาไทย และให้ผู้ผลิตเกิดภาพพจน์ที่ดีว่าเป็นสินค้าคุณภาพ เทียบสินค้าแบรนด์เนมทั้งหลาย

ประโยชน์ของโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. สนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยให้ทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
2. ส่งเสริมด้านการตลาดโดยแสดงเครื่องหมายรองรับ
3. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานการผลิตที่ดียิ่งขึ้น
4. เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจชุมชน ระดับรากหญ้าให้มีความเข้มแข็ง
5. เป็นหลักประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค และเพิ่มความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ ทั้งใน

ประเทศและตลาดต่างประเทศ

6. สนองตอบนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชน ที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใด หรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ประกาศกำหนดไว้ และจะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้

มอลินี จูฑะรพ (2539, น.43) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมบางอย่างที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งกระบวนการเรียนรู้นี้ ยังคงเกิดขึ้นอยู่แม้ภายหลังจบการศึกษาแล้วก็ตาม และเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องตลอดชีวิต

ทิสนา แฉมมณี (2545, น.1) ให้ความหมายไว้ว่า กระบวนการเรียนรู้ (learning process) หมายถึงการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนหรือการใช้วิธีการต่าง ๆ ที่ช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้

โนลส์ (อ้างถึงใน เสรี พงศ์พิศ, 2531, น.19) กล่าวว่าไว้ว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการภายในที่อยู่ในความควบคุมของบุคคลแต่ละคน ซึ่งบุคคลจะเรียนรู้ได้ดีหากมีอิสระที่จะเรียนในสิ่งที่ตนต้องการ และด้วยวิธีการที่ตนพอใจ

กฤษณา บุญชัย (2538, น.24) ได้ให้ความหมายของกระบวนการเรียนรู้ว่า เป็นการสืบสายถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ด้วยช่องทางต่าง ๆ ผ่านพิธีกรรม ประเพณี ค่านิยม ตัวบุคคล

พรพิไล เลิศวิชา (2532, น.7) ได้กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการพัฒนา สามารถดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและพึ่งตนเองได้ ดังนั้นกระบวนการเรียนรู้คือ กระบวนการอันมีรากฐานอยู่ที่ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต การรู้และปฏิบัติ เนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียว

คณะกรรมการสตรี โครงการพัฒนาการศึกษาเพื่อชุมชน (2531 อ้างถึงใน ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2543, น.174) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเรียนรู้ เป็นการเรียนจากการลงมือปฏิบัติจริง ทั้งในการพยายามแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง หรือเกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน หรือสภาพความเป็นอยู่

อิลิจิโอ บี. บาซากา (อ้างถึงใน ศักดิ์ชัย นิรัญทวี, 2541, น.87) กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ว่า การศึกษาที่เหมาะสมกับยุคโลกาภิวัตน์ในศตวรรษที่ 21 คือ ต้องเป็นการศึกษาตลอดชีวิต มีความหมายครอบคลุมไปถึงการเรียนรู้วิธีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในที่ทำงาน และมีความหมายรวมไปถึงการก่อรูปร่างบุคลิกภาพ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้เวลาใดก็ได้ตลอดชีวิต โดยการเรียนรู้ในการศึกษาตลอดชีวิตมีสาระสำคัญ 4 ประการ คือ

1. การเรียนรู้เพื่อรู้ เน้นการเรียนรู้ความรู้ทั่วไปอย่างกว้าง ๆ ผนวกกับการเรียนวิชาจำนวนหนึ่งอย่างลึกซึ้ง กล่าวคือ เป็นการเรียนรู้วิธีการเรียนรู้เพื่อให้ประโยชน์จากโอกาสทางการศึกษาตลอดชีวิตด้วย

2. การเรียนรู้เพื่อทำ คือการฝึกหัดอาชีพหรือการทำงาน จำเป็นต้องพัฒนาความสามารถเผชิญหน้าในสถานการณ์ที่หลากหลาย ที่ไม่ได้คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น และมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

3. การเรียนรู้เพื่อเป็น ทุกคนจำเป็นต้องมีอิสระเพิ่มขึ้น มีการตัดสินใจที่ถูกต้อง และมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อการทำงานของตน

4. การเรียนรู้เพื่ออยู่ร่วมกัน ต้องเข้าใจผู้อื่น เข้าใจในธรรมเนียมประเพณีและจิตใจของผู้อื่น

ประเวศ วะสี (2542, น.31) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ไว้ดังนี้คือ

1. เรียนรู้เพื่อตัวเอง
2. เรียนรู้เพื่อสิ่งนอกตัวที่สัมพันธ์กับตนเอง ทั้งที่ใกล้และไกล
3. เรียนรู้เพื่อรู้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนกับสิ่งนอกตัว และสามารถจัดความสัมพันธ์

เกื้อกูลกัน

สมณฯ พรหมบุญ (2545, น.13-14) ได้สรุปลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ไว้ดังนี้คือ

1. กระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสติปัญญา หรือกระบวนการทางสมอง ซึ่งบุคคลให้ในการสร้างความเข้าใจ หรือการสร้างความหมายของสิ่งต่าง ๆ ให้แก่ตนเอง ดังนั้น กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นกระบวนการของการจัดกระทำต่อข้อมูลและประสบการณ์ มิใช่เพียงการรับ (taking on) ต่อข้อมูลและประสบการณ์ มิใช่เพียงการรับ (taking in) ข้อมูลหรือประสบการณ์ เท่านั้น

2. การเรียนรู้เป็นงานเฉพาะตนหรือเป็นประสบการณ์ส่วนตัว (personal experience) ที่ไม่มีใครเรียนรู้หรือทำแทนกันได้

3. การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสังคม (a social process) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อตน การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจึงสามารถกระตุ้นการเรียนรู้และขยายขอบเขตของความรู้ด้วย

4. การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นได้ทั้งจากการคิดและการกระทำ รวมทั้งการแก้ปัญหาและการศึกษาวิจัยต่าง ๆ

5. การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ตื่นตัว สนุก (active and enjoyable) ทำให้ผู้เรียนรู้รู้สึกผูกพัน เกิดความใฝ่รู้ การเรียนรู้เป็นกิจกรรมที่นำมาซึ่งความสนุกสนาน หรือท้าทายให้ “ใฝ่รู้ สู้อยาก”

6. การเรียนรู้อาศัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (nurturing environment) สภาพที่ดีสามารถเอื้ออำนวยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ได้ดี

7. การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทุกสถานที่ (anytime and anyplace) ทั้งในโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน

8. การเรียนรู้คือการเปลี่ยนแปลง (change) กล่าวคือ การเรียนรู้จะส่งผลต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเองทั้งทางด้านเจตคติ ความรู้สึก ความคิดและการกระทำ เพื่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขและความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

9. การเรียนรู้เป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดชีวิต (a lifelong process) บุคคลจำเป็นต้องเรียนอยู่เสมอ เพื่อการพัฒนาชีวิตจิตใจของตนเอง การสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเป็นกระบวนการที่ยั่งยืน ช่วยให้ผู้บุคคลและสังคมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

หากผู้เรียนมีกระบวนการเรียนรู้ที่ดีเกิดขึ้น กล่าวคือมีขั้นตอนและวิธีการในการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนและสาระการเรียนรู้ ก็จะช่วยให้เกิดผลการเรียนรู้ที่ดี คือ เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะและเจตคติที่ต้องการ

เมธี พยอมยงค์ (ม.ป.ป. อ้างถึงในคณะกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 126) ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจชุมชนไว้ว่า ควรมีการสร้างความเข้าใจร่วมกันในแนวคิดและแนวทางการสร้างเสริมธุรกิจชุมชนให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาด้านต่าง ๆ โดยที่ประชาชนและองค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย มาตรการและโครงการต่าง ๆ ควรมีการดำเนินงานร่วมกันหลายฝ่าย ในลักษณะพหุภาคีสนับสนุนให้ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากที่สุด ส่งเสริมการกระจายอำนาจขององค์กรทุกระดับ โดยเฉพาะให้องค์กรในระดับท้องถิ่นมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน และพื้นที่ ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และคุณภาพชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชน ปรับปรุงแนวทางการสนับสนุนในรูปของกองทุนและสินเชื่อที่ลงสู่ชนบทให้มีเอกภาพ ทั้งนี้ไม่ควรละเลยสิทธิของเกษตรกร เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ประชาชนภายในชุมชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการรับรู้และดำเนินการ โดยที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจมากหรือน้อยแตกต่างกันไป โดยมุ่งเน้นที่การผลิต การแปรรูป การค้าและการบริการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนอย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มแปรรูปหัตถกรรมหินอ่อน มีผลงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ลลิต โกศยานนท์ และคณะ (2529, น. บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การประเมินผลกิจกรรมที่เพิ่มพูนรายได้ของสตรีและเยาวชนของกลุ่มการพัฒนาชุมชนในทุกภาคของประเทศไทย” พบว่าปัจจัยที่เป็นผลสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมตามโครงการ ให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว คือบุคลากร การสนับสนุนด้วยเงินทุน ระบบตลาด และองค์กรสตรีไม่ได้มีการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยเสริมกลุ่มนี้อย่างครบวงจร

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมเพิ่มพูนรายได้ในกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ มักเป็นกิจกรรมที่มีพื้นฐานการผลิต โดยเป็นอาชีพเดิมของสตรีในหมู่บ้านนั้นอยู่แล้ว หรือเป็นกิจกรรมที่อาศัยกำลังคน ทักษะการจัดการ และวัสดุในท้องถิ่นเป็นหลัก มิใช่เป็นการนำเข้าหรือยึดเย็ดทักษะการผลิต เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนระบบเงินทุนหมุนเวียนที่ยุ่งยากเกินกว่าชาวบ้านจะรับได้

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2530, น. บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบท โดยผ่านองค์กรเพื่อการช่วยเหลือตนเอง” ผลการวิจัยพบว่า การที่ประชาชนจะพึ่งตนเองได้นั้น ต้องมีการกระตุ้นให้เกิดและพัฒนาองค์กรชาวบ้าน ให้มีคุณภาพและปริมาณในลักษณะที่ชาวบ้านกำหนดเอง และปัจจัยที่ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองคือ การตั้งองค์กรที่ทำกิจกรรมร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุก ๆ คนในกลุ่ม กลุ่มต้องมีหลาย ๆ กิจกรรม มีสมาชิกต้องมากต้องมีการอบรมสมาชิก กลุ่มขนาดเล็กสมาชิกจะสัมพันธ์กันดี ตอบสนองต่อสมาชิกได้ดี แต่กลุ่มขนาดใหญ่มีอำนาจในการต่อรองสูง และมีทุนมาก

เมธี พยอมยงค์ (2544, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “เศรษฐกิจชุมชน : ทางเลือกเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน” ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในระบบเศรษฐกิจชุมชนนั้น ต้องอาศัยแนวคิดในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยปัจจัยที่กำหนดความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ต้องพิจารณาจากองค์ประกอบภายในและภายนอก ดังนี้

องค์ประกอบภายใน ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ และต้องพัฒนาไปพร้อมกันทุกด้าน คือ

1. โครงสร้างทางสังคม เป็นเงื่อนไขให้เกิดความร่วมมือ พึ่งพาอาศัยกันและกัน รวมทั้ง พัฒนาความร่วมมือของคนในชุมชนอย่างกว้างขวาง
2. ระบบเศรษฐกิจของชุมชน ต้องเป็นระบบเศรษฐกิจพึ่งตนเอง และตอบสนองความต้องการเพื่อการยังชีพของชุมชนเป็นหลัก เน้นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชน
3. ค่านิยมและความเชื่อในศาสนา เป็นปัจจัยที่กำหนดวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชน สามารถสร้างทัศนคติให้คนเคารพธรรมชาติ มีความพึงพอใจกับการพึ่งพาตนเอง ก่อให้เกิดวัฒนธรรมความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน
4. กระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต กำหนดความเข้มแข็งของชุมชน เพราะเป็นกลไกหลักที่กำหนดที่ถ่ายทอดความรู้ และพัฒนาระบบค่านิยมของคนในชุมชน

5. กลุ่มผู้นำชุมชน เป็นกลไกรูปธรรมในการนำชุมชนไปตามค่านิยมและความต้องการของชุมชนที่จำช่วยแก้ไขปัญหาและวิกฤตภายในชุมชน กลุ่มผู้นำต้องมีอิสระในการตัดสินใจ มีค่านิยมตามที่ชุมชนยึดถือ และมีทักษะในการจัดการให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

6. ระบบความสัมพันธ์เชิงสังคม มุ่งให้ความสำคัญคนมากกว่าผลประโยชน์ ช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและอยู่ร่วมกันในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน

7. กลไกในการปฏิสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันในสังคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การเรียนรู้ ทักษะ และร่วมหารือกันในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในชุมชน

8. การประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือ

9. การบริหารจัดการด้านการเงินภายในและระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน กลุ่มเกษตรกรและชาวบ้านควรจัดตั้งกลุ่ม เพื่อดำเนินกิจกรรมชุมชน เพื่อประสานประโยชน์และมีอำนาจต่อรองในการซื้อขาย

องค์ประกอบภายนอก ช่วยสนับสนุนให้ชุมชนมีรายได้เพียงพอที่จะจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในชีวิต มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. การบริหารงานปกครองของรัฐ ถ้ารัฐมีการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจ จะมีผลกระทบต่อชุมชนสูง และทำให้ชุมชนอยู่ในภาวะอ่อนแอ

2. นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ต้องมีความต่อเนื่องและชัดเจนในระยะยาวมากขึ้น โดยแบ่งได้เป็น นโยบายในการยกระดับรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของคนชนบทให้มีคุณภาพดีขึ้น การสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและต่อเนื่อง และการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี

เพทยา วิเศษพจนกิจ (2516, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากกลุ่มของสมาชิกกลุ่มในโครงการสารภี - ข้าวเม็ง” จากการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มมีความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ จึงเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการสารภี - ข้าวเม็ง โดยต้องการที่จะได้รับเงินทุน ต้องการมีรายได้เพิ่ม ต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือในด้านการตลาด ส่วนประโยชน์ทางสังคม ต้องการมีเกียรติ มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อสมาชิกด้วยกัน และต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าหน้าที่ของโครงการ

มนัส สุวรรณ (2527, น.78-80) ทำการวิจัยเรื่อง “ประชากรกับการสังคมที่มีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม” พบว่า โดยส่วนรวมแล้วปัจจัยทางประชากรในการพัฒนาชนบท ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงนิเวศน์วิทยามนุษย์ ซึ่งได้วิเคราะห์ความสำคัญหรืออิทธิพลของตัวแปรทางด้านลักษณะทางกายภาพ ตัวแปรทางประชากร และตัวแปรทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งอายุเฉลี่ยของหัวหน้าครอบครัวและจำนวนคนชราในครอบครัวที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาซึ่งมีอิทธิพลเท่าเทียมกันคือ ปัจจัยทางประชากรเกี่ยวกับจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่สามารถทำงานได้มีรายได้มากยิ่งขึ้น และปัจจัยทางสังคม ซึ่งเศรษฐกิจเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน แหล่งแรงงาน และตลาดเพื่อการแลกเปลี่ยนซื้อขายภายในหมู่บ้าน ความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล และการได้รับและใช้บริการสาธารณสุขไปโรค เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างพื้นที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาหรือต่อสภาพความเป็นอยู่และวิถีทางเศรษฐกิจของประชาชนในหมู่บ้าน ตำบล หมู่บ้าน ปรากฏว่าปัจจัยทางกายภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนสมาชิกและจำนวนผู้ที่สามารถทำงานได้ในเชิงเศรษฐกิจและปัจจัยทางสังคม-เศรษฐกิจเกี่ยวกับแหล่งเงินทุน แรงงานและตลาดภายในหมู่บ้าน รวมตลอดจนความช่วยเหลือจากรัฐบาลและการได้รับการใช้บริการสาธารณสุขไปโรคล้วนมีอิทธิพลต่อการพัฒนา ข้อที่น่าสังเกตจากผลการวิจัยนี้ ระบุว่า ไม่สนับสนุนแนวความคิดในการพัฒนาชนบทในเชิงมนุษยนิเวศวิทยา (Human Ecology) เท่าที่ควร เพราะแนวความคิดดังกล่าวมุ่งเน้นการพัฒนาชนบท โดยให้ความสำคัญแก่ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่และประชากรในพื้นที่มากที่สุด แต่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางประชากรมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางสังคม-เศรษฐกิจ และปัจจัยทางกายภาพตามลำดับ ซึ่งสภาพการณ์นี้ผู้วิจัยได้ให้คำอธิบายว่า ทั้งสองพื้นที่ที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้พัฒนาศักยภาพของปัจจัยทางกายภาพดีที่สุดแล้ว

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรณีหมู่บ้านในตำบลอุโมงค์ยังเหลือส่วนของประชากรที่ควรจะได้พัฒนาปรับปรุง และทั้งสองหมู่บ้านอาจพร้อมแล้ว สำหรับการนำเอาปัจจัยภายนอกมาพัฒนาความกินอยู่ดีของประชาชนให้ดีขึ้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

