

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษา การดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามความคิดเห็น ของ คณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพ และ สมาชิกกลุ่มอาชีพ ในจังหวัดราชบุรี ได้ทำการศึกษา รายละเอียดสาระสำคัญแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. ภาศสรุป
6. กรอบแนวคิดในการศึกษา
7. สมมติฐานในการศึกษา

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2546) เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้ จากผลิตภัณฑ์ใน แต่ละหมู่บ้าน หรือ ตำบล แนวคิดนี้ สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้น และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และ การ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดย ที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self - reliance) เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้ จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะ ใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างสรรค์งาน สร้างรายได้ และนำไปสู่ การกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปและพลังแห่งความเป็นน้ำ หนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นจะเกิดความเชื่อมั่นซึ่งกันและกัน แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นเป็น การสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงาม สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่น ๆ ต่อไปและวางรากฐานที่สำคัญ ของประเทศและสังคมไทย

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึง สินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึง การบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

กิตติ ลิ้มสกุล (2544) หลักการพื้นฐานของการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Self - Reliance - Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้าง กิจกรรมที่อาศัย ศักยภาพของ ท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูมฟักประชาชนให้สู้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาและระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถ คิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดเห็นสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิต และ วัฒนธรรมในท้องถิ่น

หลักการของกระบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาด ชุมชนท้องถิ่นจะรับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขาย หรือ อาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผน การตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กิจกรรมหลักที่สำคัญ คือ

1. ขยายสินค้าท้องถิ่น ไปยังตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2. ผลิตภัณฑ์และคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น

โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี การคิดอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ และการวิจัย อย่างครบวงจร

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการ จัดสถานอบรม / วิทยาลัยด้านการผลิต การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้บทบาทของสตรีเป็นพลังของการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) โดยมีเนื้อแท้ (Vitality) ของความเป็นตัวตนของตนเองอย่างเป็นอิสระ

การพึ่งพิงระบบการเงินและกิจกรรมต่างๆ หนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็น ผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น อาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และขบวนการท้องถิ่นที่สร้างขึ้น

การจัดการด้านการตลาด เช่น ตลาดผสมผสาน บรรษัทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดการแสดงสินค้า การจัดงานมหกรรม/เทศกาลร้านค้าในเมืองตนเอง ร้านทดสอบ

ตลาด ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมชุมชน/สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้าต่างตอบแทน

การพึ่งตนเอง ความเป็นอิสระของภูมิปัญญาท้องถิ่น และประชาชนโดยใช้สถานฝึกอบรม การสร้างความมั่นคงในท้องถิ่น การจัดการประชุมและนำเสนอแลกเปลี่ยนแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การให้รางวัลคุณภาพ เป็นต้น

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการทัศน์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

กรมการพัฒนาชุมชน (2544) พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการทัศน์นี้ คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั่นเองประชาชนเป็นผู้นำเอาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

1. ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการทัศน์เพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้น แทนที่จะเป็นการชี้นำโดยภาครัฐ ขบวนการนี้เป็นการคิดและการทำจากล่างสู่บน โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตามการขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงาน แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป
2. บริษัท ทางจังหวัดต้องการการมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบและแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง
3. ผู้นำ ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับกระบวนการพัฒนาเช่นนี้พอ ๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึง เฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้ในการปกครองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้นำธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่นๆ เช่น จากสหกรณ์ ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานทีบริการอื่นๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นสามารถเป็นตัวแทนของความต้องการเหล่านั้นได้
4. องค์กรประชาชน ได้แก่สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่างๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐาน ที่แต่ละฝ่ายเสนอมา รวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใด ๆ เพื่อการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

ความคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ศิริพล ยอดเมืองเจริญ (2544) ได้กล่าวถึง แนวทางการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในการส่งเสริมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ไว้ว่า จะต้องทำให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยทางกระทรวงจะมี การดำเนินงาน ดังนี้

1. กำหนดบทบาทและหน้าที่ของพาณิชย์จังหวัดเพิ่มเติม โดยให้ความสำคัญและสนับสนุนตลาดผลิตภัณฑ์ร้านค้าจากโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
2. สำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์ในจังหวัดและดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาผู้ผลิตและสนับสนุน ด้านการตลาด จัดแบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออก กลุ่มที่มีศักยภาพในการขยายตลาดภายในประเทศ และกลุ่มที่มีศักยภาพเฉพาะตลาดท้องถิ่นและตลาดจังหวัด
3. การพัฒนาช่องทางการตลาดเดิม และการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ โดยเน้นการส่งออก
4. จัดทำโครงการสนับสนุนตลาดผลิตภัณฑ์ โดยมีการจัดทำยุทธศาสตร์ และการบริหารจัดการดำเนินการตลาด
5. ฝึกอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่

ทั้งนี้ ในการผลิตนั้นจะต้องสามารถตอบคำถามให้ได้ถึงเรื่อง ทักษะการผลิต เทคนิคการผลิต การสนับสนุนงบประมาณ และการผลิตเชิงพาณิชย์ ส่วนในเรื่องสินค้า จะต้องเข้าใจถึงการออกแบบ แหล่งผลิตภัณฑ์ รูปร่างผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ส่วนเพิ่มผลิตภัณฑ์ และสินค้าบริการ สำหรับการตลาดภายในประเทศ ควรสนับสนุนให้ผู้ผลิตได้รับโอกาสเข้าสู่ตลาดใหม่ เป็นการนำผู้ซื้อ ผู้ส่งออก ผู้นำเข้าไปชมการผลิตสินค้าในแหล่งผลิต ผู้ผลิตสามารถออกร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ และในด้านการส่งออก เรื่องเร่งด่วนที่ต้องทำ ได้แก่ ให้ทางจังหวัดสำรวจผลิตภัณฑ์ จัดแบ่งสินค้าเป็นหมวดและพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกและขยายตลาดสินค้า

ทำนุ วะสีนนท์ (2544) ได้กล่าวถึง แนวทางการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรมว่า กระทรวงอุตสาหกรรมได้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและธุรกิจชุมชนในชนบทอย่างต่อเนื่องมาแล้วประมาณ 20 ปี และในการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นั้น ถ้าจะให้ประสบผลสำเร็จต้องประกอบด้วยเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ชุมชนมีส่วนร่วม คิดเอง ทำเอง ส่วนราชการเป็นหน่วยสนับสนุน
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดต้องทำ

หน้าที่บูรณาการระดับจังหวัดเป็น CEO ในการบูรณาการโครงการและงบประมาณ และ 3. ลักษณะการทำงานต้องเป็นทีม จังหวัดมีทีมเดียว ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างงาน การสร้างทีมมีความสำคัญ โดยอาจจะมีคณะกรรมการ 2 ระดับ คือ ในระดับชาติ และระดับจังหวัด

วรรณิ รัตนวราหะ (2544) ได้กล่าวถึง แนวทางการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไว้ว่า ทางกระทรวงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน โดยคัดเลือกจากชุมชนที่มีความพร้อม โดยพิจารณาจากตัวสินค้าและชุมชนตามเกณฑ์ดังนี้

1. ระยะเวลาการผลิต จะต้องมีการผลิตร่วมกันในระยะเวลาพอสมควร
2. ความต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์
4. การตลาด มีแหล่งจำหน่ายแน่นอน
5. การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
6. จำนวนผู้เข้าร่วมในกลุ่ม และการยอมรับจากชุมชน
7. มีทุนดำเนินงานของตนเอง
8. มีผู้นำที่เข้มแข็ง
9. มีการจัดทำบัญชี สามารถตรวจสอบได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544) โดยคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้า ได้แก่ สินค้าที่เป็นอาหาร และสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร จำนวนสินค้าหัตถกรรม หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน และกลุ่ม ศิลปวัฒนธรรม สถานที่และบริการ เช่น การละเล่นพื้นบ้าน งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยว และการบริการที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การนวดแผนไทย เป็นต้น

สำหรับเกณฑ์เบื้องต้น จะต้องเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

1. วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ 100 %
2. วัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นของผิดกฎหมาย หรือเลียงพาณิชย์
3. เป็นสินค้าที่เลียนแบบหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
4. เป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชน หรือสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น ยังมีเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการคัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพหรือมีความพร้อมที่จะขึ้นบัญชีโครงการ ซึ่งได้แก่

1. ด้านตัวสินค้า ประกอบด้วยปัจจัยที่ใช้ในการผลิต หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ ควรได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ๆ ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต รวมทั้ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ทักษะความสามารถในการผลิตที่สืบสานมาจากรบรรพบุรุษในพื้นที่นั้น ๆ หรือในจังหวัดนั้น และในด้านการผลิต แบ่งเป็น การพัฒนาแบบสินค้า หมายถึง แบบของสินค้าที่ชุมชนผลิตอยู่ในปัจจุบันว่ามีความแตกต่างไปจากสินค้าดั้งเดิมหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และคุณภาพสินค้า ซึ่งหมายถึง สินค้าที่มีคุณภาพสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ควรต้องได้รับการรับรองคุณภาพ จากคณะกรรมการอาหารและยา และส่วนที่เป็นสินค้าทั่วไป กรณีของสินค้าทั่วไป จะต้องมีการแสดงที่ชัดเจน และทางด้านการบริหารการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง กรรมวิธี กระบวนการผลิตที่ชุมชนใช้ในการผลิตสินค้า หรือบริการนั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนเพียงใด และชุมชนมีส่วนร่วมหรือมีระบบเข้าไปจัดการแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ อย่างไร ส่วนในด้านการตลาด ควรมีแหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง ตลาดที่นำสินค้าของชุมชนไปจำหน่าย ประกอบด้วยตลาดต่างประเทศ ตลาดภายในประเทศในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดต่างจังหวัด ตลาดภายในจังหวัดที่ผลิต และตลาดภายในอำเภอที่ผลิต การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่าย (ในเชิงปริมาณขาย) เทียบกับปีที่แล้ว ความต่อเนื่องของตลาดหมายถึง มีตลาดรับรองที่แน่นอน มีการสั่งซื้อ สั่งจ้าง หรือจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานเพียงใด และรูปแบบของบรรพบุรุษ หมายถึง บรรพบุรุษ ตลาดที่ชุมชนใช้ในการบรรพบุรุษสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อมองเห็น หรือสามารถนำสินค้านั้น ๆ ไปยังแหล่งอื่น ๆ ที่ได้มาตรฐานสากลเชิงการค้า รักษาคุณภาพได้

2. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน หรือ การบริหารจัดการของชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต แบ่งเป็น จำนวนสมาชิก หมายถึง จำนวนผู้ผลิตทั้งหมดของชุมชน ซึ่งอาจมีทั้งที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม หรือ ไม่ได้เป็นสมาชิก ว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด อายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย หมายถึง จำนวนปีนับตั้งแต่กลุ่มเริ่มทำการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เอง ว่าดำเนินงานมาเป็นเวลาที่ปีแล้ว ทางด้านการผลิตแบ่งเป็น ความต่อเนื่องการผลิต หมายถึง ระยะเวลาที่ทำการผลิตสินค้านั้น ๆ ในแต่ละปี การจัดการด้านกระบวนการผลิต หมายถึง ระบบการจัดการ ที่กลุ่มผลิตใช้ในการผลิตสินค้า ว่ามีกระบวนการผลิตที่ชัดเจนหรือไม่ มีการควบคุมและตรวจสอบ คุณภาพของสินค้าก่อนส่งจำหน่ายหรือไม่ ทางด้านการตลาด ได้แก่ ความสามารถในการหาตลาด ของกลุ่ม หมายถึง การได้มาซึ่งแหล่งตลาดใหม่ ๆ ทางกลุ่มหรือสมาชิกสามารถหาได้ด้วยวิธีการใด เป็นสัดส่วนเท่าใดของยอดขาย ทางด้านระบบบัญชีและการเงิน แบ่งเป็น กองทุนของกลุ่ม หมายถึง เงินทุนกลุ่มที่ได้มาจากการดำเนินงานของกลุ่ม การปันผลจากการดำเนินงานของกลุ่ม การถือหุ้นของสมาชิก หรือการสะสมเป็นกองทุนของกลุ่ม เพื่อ

ใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ของกลุ่ม ซึ่งไม่รวมถึงกองทุนหมู่บ้าน หรือเงินกู้ยืมจากแหล่งต่าง ๆ และมีระบบการบันทึกบัญชี ซึ่งหมายถึง การบันทึก ค่าใช้จ่าย รายรับ รายจ่าย ตามระบบบัญชีอย่างชัดเจน กลุ่มสามารถรู้ได้ว่าต้นทุนในการผลิตเท่าใด ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นอย่างไร รวมถึงรายรับของกลุ่ม และสัดส่วนการลงทุนของกลุ่ม หมายถึง สัดส่วนของมูลค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานที่เป็นของกลุ่มเอง ต่อมูลค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด ซึ่งอาจจะเป็นอุปกรณ์เครื่องมือที่ยืมมาจากหน่วยงานราชการ นอกจากนี้ ยังมีเกณฑ์ในเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม หมายถึง จัดการกลุ่มที่มีระเบียบ โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎกติกา ระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือตกลงร่วมกัน รวมทั้งกลุ่มที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และกลุ่มรวมตัวกันเองโดยธรรมชาติ มีระบบเครือข่าย หมายถึง จำนวนกลุ่มที่มีการเชื่อมโยงการผลิตร่วมกัน อาจเป็นการรวบรวมสินค้าอย่างเดียว หรือเป็นการนำสินค้าจากกลุ่มหนึ่งเพื่อมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตของอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้

กระทรวงอุตสาหกรรม (2544) ได้สรุปสาเหตุหลักของปัญหาวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้

สาเหตุหลักของปัญหา

1. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยี ที่ส่วนใหญ่ยังใช้เทคโนโลยีดั้งเดิม ส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตเสียเปรียบคู่แข่ง ทำให้ขาดวิสัยทัศน์ในการบริหารและการจัดการที่ดีพอ
2. การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ เป็นเหตุให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้าจึงต้องประสบกับการแข่งขันจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ รวมทั้งขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศที่ดีพอ อีกทั้งการขาดแคลนเงินทุนจากปัญหาการขอเงินกู้จากสถาบันการเงิน เพราะไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ เป็นเหตุให้ ผู้ประกอบการต้องพึ่งพานอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง จึงเป็นข้อจำกัดของการปรับปรุงกิจการหรือการเพิ่มประสิทธิภาพ
3. การขาดความรู้ความสามารถด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ และขาดข้อมูลทางการตลาด เช่น อุตสาหกรรมส่งออก แม้จะมีมูลค่าส่งออกสูง แต่ต้องนำเข้าวัตถุดิบเป็นมูลค่าสูงเช่นกัน
4. สินค้าอุตสาหกรรมส่งออกของไทย เป็นสินค้าระดับกลางและระดับล่าง ส่วนใหญ่ไม่มีการพัฒนา Brand name เป็นของตัวเอง
5. ยังขาดการจัดการด้านมลภาวะ สุขอนามัย และวัสดุเหลือใช้ที่มีประสิทธิภาพ ทิศทางนโยบายยังขาดความชัดเจนต่อเนื่อง กฎระเบียบ และข้อกำหนดบางประการยังเป็นอุปสรรคต่อการ ลงทุนและการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

6. ผู้ประกอบการขาดคุณสมบัติพิเศษของความเป็นผู้ประกอบการ อาทิ ความกล้าเสี่ยง ความกระตือรือร้น รักการเรียนรู้ ทะเยอทะยาน การมีระเบียบวินัยในการทำงาน การควบคุมตนเอง เป็นต้น

สาเหตุรองของปัญหา

1. ต้นทุนการผลิตสูง ประกอบด้วย การกักตุนวัตถุดิบนำเข้า ภาษ้นำเข้า ต้นทุนค่าขนส่งในประเทศ อัตราการสูญเสียในการผลิตสูง ทำให้ผลิตภาพโดยรวมต่ำ
2. ระยะเวลาที่ส่งมอบไม่แน่นอน เนื่องจากผู้ประกอบการขาดสำนักตรงต่อเวลา ไม่ได้คำนึงความสำคัญเชื่อมโยงธุรกิจ ขาดความรู้พื้นฐานในการบริหาร ทำให้กำหนดแผนการผลิตและระบบ คู่มือไม่เหมาะสม การควบคุมวัตถุดิบ/สินค้าคงคลังไม่ดีพอ อำนาจการต่อรองต่ำในการซื้อวัตถุดิบ สายการผลิตขาดประสิทธิภาพสนองข้อเปลี่ยนแปลงได้ช้า ขาดการสื่อสารใกล้ชิดกับผู้ซื้อ/ผู้ขาย ใช้เวลาปรับสายการผลิตนาน เทคโนโลยีทำเครื่องมือตามไม่ทันการเปลี่ยนแปลง
3. ขาดการพัฒนาสินค้า/บริการปรึกษา – วิจัยไม่เพียงพอและไม่เต็มใจลงทุนวิจัยพัฒนาด้วย ข้อจำกัดด้านการเงิน และการลงทุนวิจัยพัฒนาให้ผลตอบแทนช้า และนักวิจัยมีความสามารถไม่พอ เนื่องจากขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี และไม่มีโอกาสติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี
4. ตอบสนองตลาดได้ช้า เนื่องจาก ไม่รู้การเปลี่ยนแปลงความต้องการตลาด ขาดระบบที่ดี ขาดการสื่อสารใกล้ชิดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และจากการที่เจ้าของมักดูแลกิจการด้านการตลาดเอง ทำให้เข้าไม่ถึงข้อมูลด้านการตลาดเพียงพอ

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นข้อพิจารณาที่เห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบ ถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอก็ตาม

ทวี เถรามัญ (2520) ความคิดเห็นเป็นการแสดงออก ซึ่งความรู้สึที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มคนหรือสถานการณ์เป็นต้น ความคิดเห็นอาจจะเป็นในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้นก็ได

ทศมนพร พุทธจันทร์ (2547) สรุปว่า ความคิดเห็นต่างๆ ของคนเรานั้นเกิดได้จากการปะทะสังสรรค์ประจำวันของคนเรา แต่เราก็มักมีภูมิหลังทางสังคมจำกัดอยู่ภูมิหลังทางสังคมแต่ละคน ย่อมเป็นผลถึงการที่คนเรากระทำตอบสนองต่อเหตุการณ์ และเกิดความคิดเห็นเกี่ยวกับการนั้น ๆ เป็นต้นว่า ในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ชาวไทยที่ได้รับการศึกษาจากยุโรป และอเมริกา ส่วนมากไม่เชื่อว่าญี่ปุ่นจะเป็นฝ่ายมีชัยในสงครามพวกนี้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อญี่ปุ่นส่วนคนหนุ่มสาวราษฎรสามัญทั่วไปนิยมญี่ปุ่นมากกว่าราษฎรที่ได้รับการศึกษาดี มีความเห็นสนับสนุนอเมริกาและยุโรปมากกว่าราษฎรที่ได้รับการศึกษาน้อย

ประเสริฐ เข้มกลิ่นฟูง (2509) กล่าวว่า ทัศนคติจะปรากฏอยู่ในความคิดเห็นซึ่งเป็นการตัดสินใจเฉพาะประเด็นใดประเด็นหนึ่ง การเรียงลำดับจากคำนิยมไปสู่ทัศนคติและความคิดเห็น เป็นการก้าวจากเรื่องทั่วไป ไปยังเรื่องเฉพาะ จากภาพจิตหรือความโน้มเอียงที่เริ่มกว้าง ๆ และแคบเข้าจนในที่สุดแสดงออกมาเป็นความคิดเห็นเฉพาะเรื่อง ความคิดเห็นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ความคิดเห็นมักเป็นผลที่สลับซับซ้อนของทัศนคติหลายอย่าง ความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงออกถึงความกดดันในสถานการณ์หนึ่ง จะไม่มีผลผูกพันจริงจัง ดังจะเห็นได้จากกรณีสมาชิกสภานิติบัญญัติ ซึ่งเปลี่ยนความคิดเห็นของตนไปตามอำนาจกลุ่มต่าง ๆ และบรรยายความคิดเห็นที่เปลี่ยนแปลงเสมอ

กฤษณี มหาวิรุฬห์ (2531) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกเชื่อถือที่ไม่อยู่บนความแน่นอน หรือความจริง แต่ขึ้นอยู่กับจิตใจ บุคคลจะแสดงออก โดยมีข้ออ้างหรือข้อแสดงเหตุผลสนับสนุนหรือปกป้องความคิดเห็นนั้น ความคิดเห็นบางอย่างเป็นผลของการแปลความหมายของข้อเท็จจริงซึ่งเกิดขึ้นกับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น พันความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานสภาพแวดล้อม ฯลฯ และมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ การแสดงความคิดเห็นนี้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522) อธิบายว่า ความคิดเห็นเป็นสภาพจิตใจ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยยังไม่แสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมาเป็นปรากฏต่อบุคคล สาธารณชน

สุชาติ จันทร์อม และสุรางค์ จันทร์อม (2521) กล่าวว่าความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ เราไม่สามารถแยกความคิดเห็นและทัศนคติออกจากกันได้ เพราะความคิดเห็นมีลักษณะคล้ายกับทัศนคติ แต่ความคิดเห็นแตกต่างจากทัศนคติตรงที่ทัศนคตินั้นเป็นความพร้อมทางจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจแสดงออกมาได้ทั้งคำพูดและการกระทำ ทัศนคติไม่เหมือนกับความคิดเห็นตรงที่ไม่ใช้สิ่งเร้าที่จะแสดงออกมาได้อย่างเปิดเผยหรือตอบสนองอย่างตรง ๆ และลักษณะของความคิดเห็นไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทัศนคติ

ความสำคัญของความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดนโยบายต่างๆ การเปลี่ยนแปลงระบบงาน เพราะจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

Tomas (อ้างใน วันเพ็ญ พัดชา, 2539) กล่าวว่า ความคิดเห็นโดยทั่วไปต้องมีสิ่งประกอบ 3 อย่าง คือ บุคคลที่จะถูกวัด สิ่งเร้า และมีการตอบสนอง ซึ่งจะออกมาเป็นระดับ สูง ต่ำ มาก น้อย วิธีวัดความคิดเห็นโดยมากใช้ตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยผู้ที่ตอบคำถามเลือกแบบตอบสอบถาม

การวัดความคิดเห็น

เนื่องจากความคิดเห็นจะส่งผลถึงทัศนคติและการแสดงออกถึงพฤติกรรมของเจ้าของความคิด การวัดระดับความคิดเห็นจะช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางนโยบายต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคิดเห็นได้

ทศมนพร พุทธจันทร์ (2547: 8) วัดความคิดเห็น ทัศนคติ แรงจูงใจ และค่านิยม ได้มีการสร้างแบบทดสอบสำหรับวัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว แต่ยังไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด เพราะมีบางส่วนซ้ำซ้อนกัน การวัดความคิดเห็นส่วนใหญ่แล้วยังไม่มีการแบ่งแยกออกจากทัศนคติอย่างชัดเจน และมีบ่อยครั้งที่คำทั้งสอง ถูกใช้สลับกัน แต่อย่างไรก็ตาม การสำรวจความคิดเห็นเหล่านี้จะเป็นตัวบ่งชี้ความพอใจ ความไม่พอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยของกลุ่มเป้าหมาย ดังกล่าว

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างในสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544) ให้ความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าว เป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

Fairchild (อ้างในสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544: 40 - 41) กล่าวว่า ในทางจิตวิทยา การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วม ไว้ 5 ลักษณะ ดังนี้

1. เป็นสมาชิก (membership)
2. เป็นผู้เข้าประชุม (attendances at meeting)
3. เป็นผู้บริจาค (financial contribution)
4. เป็นกรรมการ (membership on committees)
5. เป็นประธาน (leader)

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543) สรุปลักษณะของการมีส่วนร่วม อาจแบ่งโดย

1. การสนับสนุนทรัพยากร คือ การสนับสนุนเงิน วัสดุอุปกรณ์ แรงงาน หรือการช่วยทำกิจกรรม คือการเข้าร่วมในการวางแผน การประชุมแสดงความคิดเห็น การดำเนินการ การติดตามและการประเมินผล

2. อำนาจหน้าที่ของผู้เข้าร่วม คือ เป็นผู้นำ เป็นกรรมการ เป็นสมาชิก ซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วมนี้ แสดงถึงระดับอำนาจของผู้เข้าร่วม จึงมีการโต้แย้งว่าการมีส่วนร่วม โดยวิธีการพัฒนาความสามารถของประชาชน เป็นเพียงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมเพียงบางส่วน เพราะหลายกรณีประชาชนไม่มีโอกาสเข้าร่วมในการตัดสินใจ ทางออกที่ควรเป็น คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) แก่ประชาชน

วีระ โอศถานนท์ (อ้างใน กลุ่มวิจัยและพัฒนาสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2546) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสมัยใหม่ว่า “การมีส่วนร่วม” มีความสำคัญอย่างยิ่ง และให้ความหมาย“การมีส่วนร่วม”ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการที่ส่งเสริมให้ประชาชนในระดับท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวาง และสรุปประโยชน์และความสำคัญของการมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการให้ความสำคัญแก่การพัฒนาทรัพยากรกำลังคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพ กำลังคน และทำให้เกิดการวางแผนพัฒนาจากการรับรู้ข้อเท็จจริง และจากความคิดเห็นของประชาชนในระดับท้องถิ่นโดยตรง ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาชนบทในอนาคต

Jose A. Agbayani (1987 อ้างใน สมเกียรติ ฉายไช้น และคณะ, 2546) ได้จัดลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ 10 ประการ คือ

1. การร่วมประชุม
2. ร่วมออกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
3. ร่วมสังเคราะห์ปัญหาและตีความให้กระจ่าง
4. ร่วมออกเสียงสนับสนุนหรือค้นหาปัญหา
5. ร่วมออกเสียงเลือกตั้ง
6. ร่วมบริจาคเงินหรือทรัพย์สิน
7. ร่วมบริจาควัตถุ
8. ร่วมออกแรงหรือร่วมใช้แรงงาน
9. ร่วมรักษาและใช้ประโยชน์ของส่วนรวมให้ถูกต้อง
10. ร่วมช่วยเหลือซ่อมแซมรักษาสงของส่วนรวมให้ยืนนาน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรพล กาญจนจิตรา และประภาส ศิลปรัศมี (2529) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษา จำนวน 378 กลุ่ม ใน 19 จังหวัด ทั่วประเทศไทย ได้แก่ภาคเหนือ จำนวน 68 กลุ่ม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 145 กลุ่ม ภาคใต้ 75 กลุ่ม และภาคกลาง 90 กลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มอาชีพที่สามารถสนองความต้องการของสมาชิกกลุ่มได้สูงจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอาชีพที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกกลุ่มได้ต่ำ
2. กลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในด้านต่าง ๆ มากจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอาชีพ ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในด้านต่าง ๆ น้อย
3. กลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนมากจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนน้อย
4. กลุ่มอาชีพที่ได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่มากจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอาชีพที่ได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่น้อย
5. กลุ่มอาชีพที่มีการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาชีพมากจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาชีพน้อย
6. กลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มยาวนานจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มน้อย

นงลักษณ์ โคตรชุม (2538) ศึกษา ความต้องการของเกษตรกรสตรีต่อการส่งเสริมการเลี้ยงไหมในพื้นที่อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรสตรีมีระดับ ความต้องการที่จะได้รับการส่งเสริมในเรื่องเทคนิคการทอผ้าไหม การจัดหาตลาด และการป้องกันกำจัดโรคไหม้มากที่สุด ส่วนความต้องการในระดับปานกลางคือ การฟอกย้อมสีไหม การจัดดูงานในแหล่งที่ประสบความสำเร็จ การเลี้ยงไหมวัยอ่อน การจัดตั้งกลุ่มผู้เลี้ยงไหม ไข่ไหมพันธุ์ดี การจัดทำแปลงหม่อนในท้องถิ่น การจัดหาอุปกรณ์เลี้ยงไหม การจัดสร้างโรงเรียนเลี้ยงไหมในราคาถูก การจัดหาแหล่งเงินทุน หม่อนพันธุ์ดี และอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากรังไหม

ฉลอง ประดับสุข (2541) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการกลุ่มสตรีทอผ้า: กรณีศึกษา อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา สรุป ดังนี้

กลุ่มสตรีทอผ้าของคณะกรรมการกลุ่มสตรีทอผ้า อำเภอนิคมพัฒนา เกิดจากการรวมตัวกันของสตรีที่มีความรู้และมีอาชีพทอผ้า ตามรูปแบบลวดลายดั้งเดิม สืบต่อกันมาหลายชั่วอายุ เป้าหมายของกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมของสตรีที่จะเข้าเป็นสมาชิกศูนย์ศิลปาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ที่จะจัดตั้งขึ้นที่บ้านอย่างน้อย ตำบลก่อเอ้ อำเภอนิคมพัฒนา เพื่อ

1. เป็นศูนย์กลางในการฝึกอบรมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ
2. ให้การสนับสนุนวิชาชีพเพื่อเพิ่มรายได้และการมีอาชีพที่มั่นคง
3. เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้สืบไป

วัฒนาภรณ์ โมรินทร์ (2542) ศึกษา วิวัฒนาการ กระบวนการผลิตและการพัฒนาส่งเสริมการทอผ้าลายซิด: กรณีศึกษา บ้านคำพระ อำเภอห้วยตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการศึกษาสรุป ดังนี้

1. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนา มาจากสภาพเศรษฐกิจ เนื่องจากสังคมของบ้านคำพระ เป็นสังคมเกษตรกร รายได้ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ ทำให้ประสบปัญหาแรงงานย้ายถิ่นลงเหลือแต่ผู้สูงอายุ และเด็ก ทำให้ไม่สามารถทอผ้าได้เหมือนก่อน ด้วยพระมหากรุณาธิคุณในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ให้การสนับสนุนและฟื้นฟูสภาพชีวิต และหน่วยงานราชการได้ส่งเสริมให้เกิดการผลิตตามแบบพื้นบ้านของแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะทอผ้าลายซิด
2. การจัดตั้งกลุ่ม ในปี 2524 – 2527 สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอห้วยตะพาน จัดตั้งกลุ่มพัฒนาสตรีหมู่บ้าน (กพส.) จัดอบรมสตรีอาสาพัฒนาขึ้นทุกหมู่บ้าน และจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาสตรีหมู่บ้าน แบ่งเป็นกลุ่มสตรีทอผ้า หมู่บ้านละกลุ่ม และจัดให้ ผู้นำแต่ละกลุ่ม

เข้าอบรมการทอผ้าลายจิด และ หมอนจากศูนย์ศิลปาชีพบางไทร และนำมาถ่ายทอดความรู้ให้ชาวบ้าน กลุ่มแต่ละกลุ่มจะมีการจัดการประชุม อบรม สัมมนา ศึกษา ดูงาน การอบรมการบริหารจัดการ การตลาด การบัญชี โดยได้รับการสนับสนุนและให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่จากหน่วยราชการ

3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้มีการพัฒนาจากผ้าชิ้นใส่เองมาเป็นหมอน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าโพกศีรษะ ลวดลายใช้พื้นฐานรูปทรงเรขาคณิต พัฒนาการใช้สีจากสีธรรมชาติที่ไม่ทนทานมาเป็นสี กันตก โดยใช้สีได้จากพรรณไม้ นำมาแช่เป็นน้ำสีย้อมทำปฏิกิริยากับผ้า ทำให้ผ้าที่ผลิตได้ในปัจจุบันเป็นผ้าคุณภาพดี เป็นที่ต้องการของตลาด และส่งผลให้ได้รับการสนับสนุนเรื่องทุนดำเนินการจากหลายองค์กร จนปัจจุบันเก็บลายผ้าโดยใช้กราฟ เก็บเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์

4. การตลาดและการจำหน่าย มีจำหน่ายทั้งรูปแบบสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูป มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ให้สมาชิกนำมารวมกันโดยการรับรองคุณภาพที่ผ่านการตรวจสอบของคณะกรรมการกลุ่ม และหากมีการสั่งซื้อจะมีการกระจายการผลิตไปยังสมาชิกอย่างทั่วถึง นอกจากนี้กลุ่มได้ดำเนินการหาตลาด โดยจะนำสินค้าไปจำหน่ายเองตามงานสินค้าที่ราชการและเอกชนจัดขึ้น

สุภาพร ศิริโกลากิจ (2544) ศึกษา ปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินไทย ผลการศึกษาพบว่า

ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินไทยเป็นหัตถกรรมที่ได้มีการทำสืบทอดกันมานานแล้วในจังหวัดเชียงใหม่ และได้รับการส่งเสริมฟื้นฟูจากหน่วยงานของรัฐบาลมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ก็ยังไม่เจริญรุดหน้าเท่าที่ควร การผลิตเครื่องเงินมีลักษณะเป็นหัตถกรรมภายในครอบครัวที่อาศัย แรงงานภายในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ในการผลิตต้องใช้เวลานาน และความชำนาญจากแรงงานที่มีฝีมือ จึงจะได้เครื่องเงินที่สวยงาม ประณีต เรียบร้อย ผู้ประกอบการเครื่องเงินส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก ขาดความรู้ความเข้าใจถึงการดำเนินงานอย่างเป็นระบบไม่มีหลักการทั้งด้านการจัดการและการตลาด ไม่มีการวางแผนและนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานเท่าที่ควร คงมุ่งสนใจแต่เรื่องการผลิตและปรับปรุงด้านการผลิตเป็นสำคัญ

ผู้ผลิตให้ความสนใจในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มปริมาณการผลิต แต่ การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะในเรื่องการบรรจุหีบห่อและตราสินค้า สำหรับการกำหนดราคามีการบวกส่วนเพิ่มจากต้นทุนที่ประเมินไว้ ส่วนช่องทางการจำหน่ายนั้นผู้ผลิตรายเล็กขายส่งให้คนกลางทั้งในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป มีผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่มีร้านค้าปลีกของตน และ

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังไม่มี การนำเอาการส่งเสริมการจำหน่ายมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดเท่าที่ควร

ด้านผู้บริโภคซึ่งมีทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นนิยมซื้อเครื่องเงินลายทอง รดน้ำมากกว่าเครื่องเงินประเภทอื่น เพื่อนำเป็นของฝากและของที่ระลึกเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็คือ ความละเอียด ประณีต สวยงามของเครื่องเงิน

ปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

1. ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ปัญหาเรื่องปริมาณและราคาวัตถุดิบไม่แน่นอน ขาดแคลน แรงงานที่มีฝีมือ คุณภาพและปริมาณการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการ ขาดการปรับปรุงเทคนิคการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์
2. ปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่ ปัญหาขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาเงินทุนไม่เพียงพอ
3. ปัญหาทางด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาการแข่งขันตัดราคา ทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ไม่สามารถหาตลาดที่แน่นอนได้ พ่อค้าคนกลางกดราคารับซื้อ การส่งเสริมการจำหน่ายมีน้อยมาก และปัญหาเรื่องการส่งออก

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการผลิต ได้แก่ หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการฝึกอบรมทางด้านเทคนิคการผลิตอย่างต่อเนื่อง และการห้ามการส่งออกอย่างรัก
2. ด้านการจัดการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการอบรม เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการค้าปลีกและ การพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนใน ส่วนภูมิภาคด้วย
3. ด้านการตลาด ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายตลาด มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เครื่องเงินให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดการใช้ หีบห่อและตราสินค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และผู้ผลิตควรมีการรวมตัวกันในรูปของชมรมผู้ผลิตเครื่องเงิน

เพื่อแก้ปัญหาด้านการตลาดและการส่งเสริมการจำหน่ายร่วมกัน นอกจากนี้ หน่วยงานรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือในการอบรมผู้ผลิตและผู้จำหน่ายให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่อง หลักการตลาดและด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องกันไปอีกด้วย

ประวูฒิ ละครราช (2545) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพในชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตจังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มได้แก่ สถานภาพสมรส การศึกษา ความชัดเจนในวัตถุประสงค์ การจัดโครงสร้างขององค์กร เทคนิคในการบริหารงาน การพึ่งตนเองของกลุ่มและการสนับสนุนขององค์กรหนุนต่าง ๆ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มได้แก่ อายุและรายได้ของครอบครัวต่อปี

อรรถพล อุสายพันธ์ และคณะ (2547) ศึกษา ปัญหาด้านการผลิตของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดราชบุรี สรุปผลการวิจัย ดังนี้

วุฒิการศึกษาและ จำนวนบุตร ผู้ผลิตสินค้า OTOP มีความสัมพันธ์กับปัญหาการเงินและเงินทุนหมุนเวียน รายได้ผู้ผลิตสินค้า OTOP มีความสัมพันธ์กับปัญหาการเงินและเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาบรรจุภัณฑ์/แพ็คเกจจิ้ง และปัญหาการตลาด ต้องการได้รับความช่วยเหลือในด้านการให้มัชฌิมกลางแสดงสินค้า, ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า, การฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์, เงินกู้ระยะยาวในอัตราดอกเบี้ยต่ำ, โรงเรือนและเครื่องจักร แบบให้เปล่า และฝึกอบรมการใช้และการบำรุงรักษา, ความช่วยเหลือในด้านการขอมาตรฐานสินค้า, การฝึกอบรมในด้านการบริหารจัดการ และการบัญชี ฝึกอบรมแรงงานให้และต้องการวัตถุดิบจากแหล่งโดยตรง

เชตุ จันทรี (2547) ศึกษา การดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มน้ำดื่มตำบลสีหมื่น อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม คือ

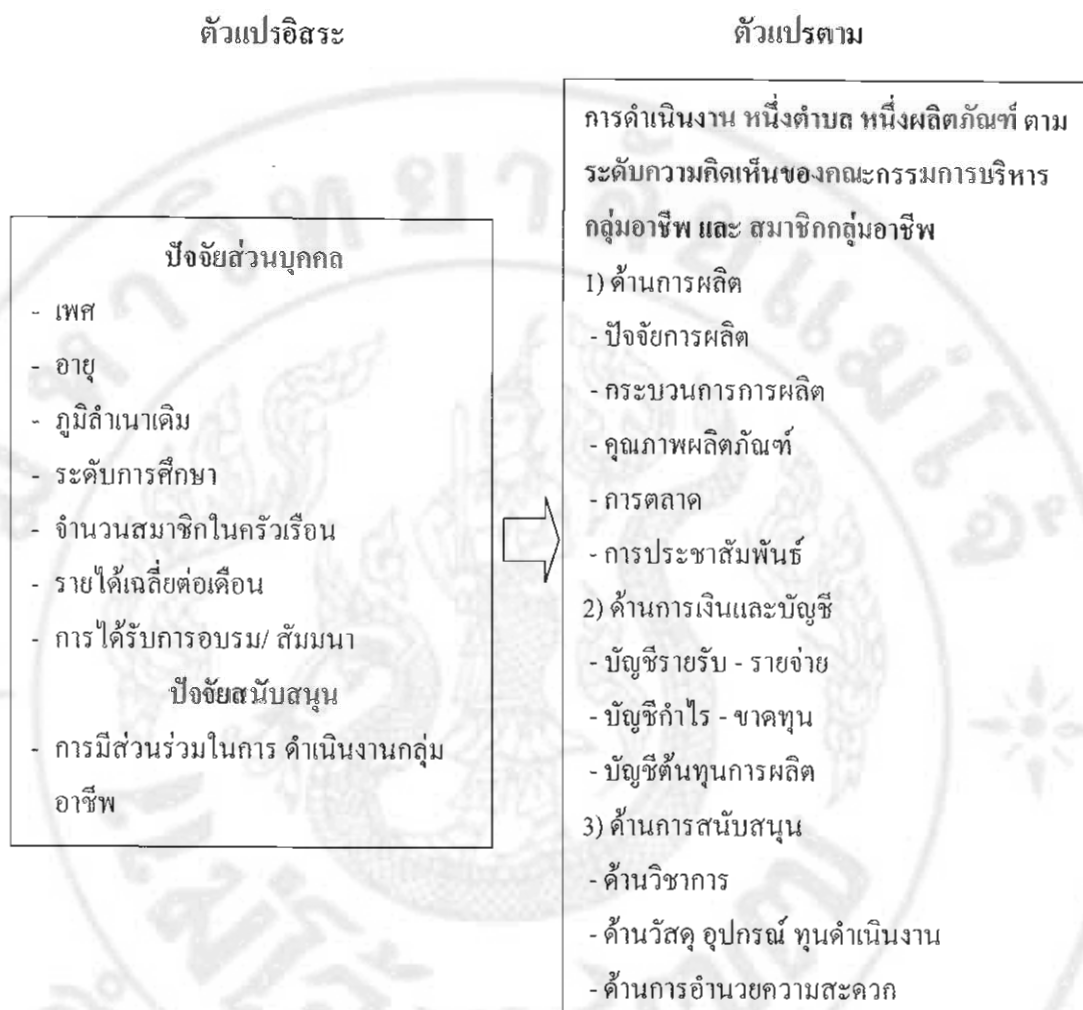
1. ความมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจจัดตั้งกลุ่มผลิตน้ำดื่มของสมาชิกกลุ่ม โดยก่อนการจัดตั้งแกนนำได้ศึกษา ประชาสัมพันธ์ และจัดเวทีประชาคมเพื่อร่วมกันคิด ตัดสินใจ ซึ่งต่อมาแม้จะมีปัญหา อุปสรรค ก็ให้กำลังใจกันทำผู้บริหารกลุ่มมีกำลังใจในการบริหารกิจการให้ก้าวหน้าต่อไปเรื่อย ๆ
2. ความเชื่อมั่น ศรัทธาต่อแกนนำ หรือกรรมการบริหารกลุ่มซึ่งเป็นผู้นำท้องถิ่นจากทุกหมู่บ้านในตำบลสีหมื่นเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบ
3. การให้การสนับสนุนของหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สพอ. อบต. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ปรึกษาอย่างใกล้ชิดมาตั้งแต่เริ่มต้นกิจการจนเป็นที่ไว้วางใจของแกนนำกลุ่ม

ภาคสรุป

จากการศึกษาแนวความคิด เกี่ยวกับการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปว่า แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาและแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริการจัดการและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต เพื่อสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน ยกฐานะความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยคนในท้องถิ่น การร่วมมือร่วมใจ ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่น เป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดความเพียงพอในครัวเรือน การสร้างรายได้และลดค่าใช้จ่าย มีการรวมกลุ่มของชุมชน ในการจัดหาปัจจัยการผลิต รวมกลุ่มผลิต และรวมกลุ่มจำหน่าย เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดความสามัคคีในชุมชน ชุมชนมีความเข้มแข็ง และยังเป็นการอนุรักษ์และรักษาสีงแวดล้อมของชุมชนให้คงสภาพที่มีอยู่ และดีขึ้นโดยองค์การของรัฐและเอกชนเป็นเพียงให้การสนับสนุนในด้านปัจจัยต่างๆ ทั้งนี้การดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการจัดการโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ด้านการผลิต 2) ด้านการเงินและบัญชี 3) ด้านการสนับสนุน เพื่อให้กระบวนการสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

จาก แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดกรอบแนวคิดและ สมมติฐาน ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษา

1. คณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพ และ สมาชิกกลุ่มอาชีพ มีระดับความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของคณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพและสมาชิกกลุ่มอาชีพในการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์