

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพื้นฐาน ความรู้ ความเข้าใจและการวางแผนการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกับบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) ศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะขององค์การบริหารส่วนตำบลที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประชากรที่การศึกษาครั้งนี้ คือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลและประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 94 ราย ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise Method)

ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาที่ก่อตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลเฉลี่ย 8.05 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.7 เป็นองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก พื้นที่เฉลี่ยในเขตรับผิดชอบคือ 72.8 ตารางกิโลเมตร จำนวนประชากรเฉลี่ยในพื้นที่รับผิดชอบคือ 6,511.8 คน รายได้เฉลี่ย 4,577,095 บาท และได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลในปีงบประมาณ 2546 เฉลี่ย 4,302,919 บาท จำนวนประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละแห่งเฉลี่ย 4.23 ประเภท ความรู้ความเข้าใจในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูง และการวางแผนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลด้านการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.22) โดยมีบทบาทในการส่งเสริมให้พัฒนาอาชีพกลุ่มเดิมและสร้างอาชีพกลุ่มใหม่มากที่สุด ส่วนบทบาทด้านการตลาดมีค่าระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.68) ทั้งนี้เป็นบทบาทในการช่วยจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าทางอินเตอร์เน็ตประจำตำบลมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ความรู้ความเข้าใจโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการวางแผนการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัญหาและอุปสรรคขององค์การบริหารส่วนตำบล ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและให้ความร่วมมือในการสนับสนุนด้านอาชีพแก่ชุมชนอย่างเต็มที่ รวมถึงการขาดงบประมาณดำเนินการ ตลอดจนบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านในการเผยแพร่แนะนำความรู้ในการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนขาดการติดตามประเมินผล

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ หน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนที่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ ความเข้าใจ เทคโนโลยีการผลิต การจัดทำบัญชี รวมถึงการตลาดในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แก่องค์การบริหารส่วนตำบลตามประเด็นที่ยังไม่เข้าใจ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในโครงการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

The objectives of the research entitled “Roles of Tambon Administration Organization (TAO) on One Tambon One Product (OTOP) Project, Chiang Mai Province” were 1) to study the Tambon Administration Organization’s role on One Tambon One Product Project; 2) to investigate the relationship between basic factors of TAO, knowledge, understanding and planning of the project and the roles of TAO on OTOP Project and; 3) to explore problems and recommendations of TAO on OTOP Project.

The studied population included this research were executive committees of 97 TAOs in Chiang Mai Province. The method of random were the Multi-stage Random Sampling collected through questionnaire. Statistical techniques used were percentage, mean, maximum, minimum, standard deviation and multiple regression analysis with stepwise method.

From research finding, it was found that TAO had set up 8.05 years in average. Majority of them (78.7 percent) were small size. They were responsible for 72.86 square kilometer with the average population of 6,511.8 persons. The average income of TAO was 4,577,095 baht and received subsidiary budget from government 4,302,919 baht in average. The average product types were 4.23. Their knowledge and understanding were about OTOP at high level and planning for operating OTOP project was at medium level.

From data analysis, it was found that roles of TAO on occupation promotion and product development were at medium level ($\bar{x} = 2.22$). The highest was role of this aspect were occupation promotion of both old and new groups. TAO’s role on marketing was at medium level ($\bar{x} = 1.68$). The highest role were selling and public relations their products through internet tambon.

From hypothesis testing, it was found that products, knowledge and understanding and planning of project were positively significant with the roles of TAO on OTOP project.

The problem of TAO were that concerned agencies lacked of coordination and cooperation in fully support community occupation as well as operating budget. They were also short on knowledgeable and skill personnel on product promotion. Lack of monitoring and evaluation were also mentioned.

Some recommendations emerged from this research were that the government agencies concerned should provide more knowledge, understanding, product technology, accounting system and marketing regarding to OTOP to TAO in order to develop their products and finally they can rely on themselves.