

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 รัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เข้ามาบริหารประเทศ เป็นช่วงที่ประเทศเผชิญปัญหาภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจไทยใหม่ โดยบริหารจัดการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศไทยให้แน่นแฟ้นมั่นคงและมีความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจโลก โดยมองภาพรวมเป็นระบบ และมีเป้าหมายในการรักษาความเติบโตของเศรษฐกิจ อย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ เป็นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานราก และสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจดังกล่าว มีนโยบายหลัก 4 ประการ คือ 1) การพักหนี้เกษตรกร 2) การยกระดับราคาสินค้าเกษตร 3) กองทุนหมู่บ้าน และ 4) โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" นอกจากจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจระดับรากหญ้าแล้ว ยังสามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกเข้าด้วยกัน และเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สมคิด, 2546: 7)

หลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (One Tambon One Product) เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชนนั้น (อัจฉราวรรณ, 2544: 24) รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ให้เป็นนโยบายที่สำคัญที่มุ่งสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน โดยโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า (พีระศักดิ์, 2544: 24) โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย และอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริม สนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยการนำทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

(สยมพร, 2545: 7) เกิดเป็นกระบวนการพัฒนาที่ได้มาตรฐาน สามารถพลิกฟื้นให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน เน้นให้สามารถพึ่งตนเองได้ อีกทั้งสามารถทำให้มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการส่งเสริม และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น แนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากร และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และ สังคมไทย (กิตติ, 2545: 1) อันเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน ซึ่งสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิต หรือจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม, 2545: 8) ซึ่งแนวทางการดำเนินการเช่นนี้ จะสามารถทำให้เศรษฐกิจทุกพื้นที่ของประเทศไทย สามารถเจริญเติบโตขึ้นอย่างทั่วถึง(Local Growth)และถ้าหากสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้แล้ว ก็จะเป็นการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจระดับรากหญ้ากับเศรษฐกิจระดับโลก (Local link, Global reach) (สมคิด, 2546: 7)

จากรัฐสู่ท้องถิ่นชนบทด้วยโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่หวังลดปัญหาความยากจน และฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ประเทศ โดยอาศัยพื้นฐานความเป็นไทย มาเป็นหลักในการดำเนินงาน (เทพสุดา, 2544: 17) เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปีแรกได้ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าปี 2545 จำนวนกว่า 10,900 ล้านบาท ผลปรากฏว่าปี 2545 สามารถสร้างรายได้มากกว่า 16,800 ล้านบาท และในปี 2546 ได้ประมาณการรายได้ไว้ที่ 20,000 ล้านบาท แต่นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 – เดือนเมษายน 2546 นี้ ปรากฏว่ามีรายได้กว่า 17,000 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 87.6 ของรายได้ที่ประมาณการ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2546: 1)

รายได้ที่เกิดขึ้นนั้น แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาท้องถิ่นที่มีทิศทาง และมีวัตถุประสงค์อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบทหรือในท้องถิ่นให้ดีขึ้น และปัจจัยสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการพัฒนาท้องถิ่น คือ การสื่อสาร เพราะสังคมที่มีการสื่อสารดี ย่อมมีเครือข่ายการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้กว้างขวาง ทำให้ประชาชนสื่อสารกันได้อย่าง

สะดวกรวดเร็วทั้งภายในและภายนอกตัวอำเภอ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้เท่าทันต่อสถานการณ์ ทำให้ชุมชนโดยรวมพัฒนาได้เร็วขึ้น การสื่อสารจึงมีบทบาทที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาประเทศ คือ เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดในการนำนโยบาย การพัฒนา ตลอดจนรายละเอียดของแนวทางการพัฒนาของรัฐบาลไปสู่ประชาชนและยังสะท้อนความคิดความต้องการจากประชาชนขึ้นมาสู่ส่วนบนอีกด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อรัฐบาลในการที่จะรับรู้สภาพปัญหาที่ประชาชนส่วนใหญ่เผชิญอยู่ นำไปสู่การจัดแผนงานหรือโครงการพัฒนาลงไปแก้ปัญหา นั้นๆ ได้อย่างตรงจุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533: 73) ดังนั้น ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถนำสื่อมวลชนมาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิม ที่ไม่ได้ยึดมั่นอย่างเหนียวแน่น รวมทั้งเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิมได้ (กอบกุล, 2543: 112) ซึ่งการพัฒนาสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนได้รับข่าวสารความรู้เพียงพอ มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (เกศินี, 2540: 42 - 43)

เรื่องของทัศนคติได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางและเป็นเรื่องที่นักจิตวิทยาสังคมสนใจมาก จนกระทั่งในปัจจุบันก็ยังมีการศึกษากันอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะกาลเวลาที่ผ่านไป ทำให้สถานการณ์ต่างๆ ในสังคมเปลี่ยนไป เมื่อสภาพของสังคมเปลี่ยน ทัศนคติของคนเราก็ย่อมเปลี่ยนตามไปด้วย (ทรงพล, 2538: 132) ซึ่งนักจิตวิทยาและนักการศึกษาส่วนใหญ่เชื่อว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรม และอาจเป็นสาเหตุของพฤติกรรมที่แสดงออก หรือพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ ดังนั้น การที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลใด บุคคลหนึ่ง ควรทำความเข้าใจกับทัศนคติของบุคคลนั้นก่อน เพราะจะช่วยให้การตีความพฤติกรรมของบุคคลนั้นมีความหมายมากขึ้น โดยทัศนคติของบุคคล และทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อบุคคลนั้น ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและผลการปฏิบัติงาน (Lussier, 1999: 74) จะเห็นได้ว่า สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวบุคคล มีผลต่อทัศนคติของบุคคล โดยทั่วไปแล้ว บุคคลไม่สามารถควบคุมสิ่งแวดล้อมของตนเองได้ แต่บุคคลสามารถควบคุมทัศนคติของตนเองได้ บุคคลสามารถเลือกที่มองโลกคนในแง่ดีหรือร้าย บุคคลสามารถมองทุกอย่างในแง่บวกมากขึ้น และเป็นคนที่มีความสุขมากยิ่งขึ้น และใช้ชีวิตที่ดีมากขึ้นได้ ซึ่งทัศนคติเชิงบวกที่มีต่องานนั้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในอาชีพบุคคล (Lussier, 1999: 79) ทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน จึงมีความสำคัญอย่างเห็นได้ชัดต่อองค์การ โดยทัศนคติเป็นลบนั้น เป็นอาการของปัญหาที่เกี่ยวข้อง และเป็นทั้งเหตุของความยุ่งยากที่จะตามมาในองค์การ ซึ่งทัศนคติที่แย่งนี้ อาจส่งผลในรูปของการประท้วง การทำงานที่ช้าลง การขาดงาน และการลาออกจากงาน นอกจากนี้ อาจเป็น

ส่วนหนึ่งของประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง คุณภาพของสินค้าที่แย่ง และการบริการลูกค้าที่แย่ง การขโมยของ และท้ายสุดคือปัญหาทางด้านวินัย ซึ่งค่าใช้จ่ายขององค์การที่เกี่ยวข้อกับทัศนคติทางลบของผู้ปฏิบัติงานนี้ อาจลดความสามารถในการแข่งขันขององค์การได้อย่างมาก (Newstrom และ Devis, 2002: 207)

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอันมีชื่อเสียงระดับประเทศ อีกทั้งมีแนวทางการพัฒนาจังหวัดที่ตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาล และปัญหาความต้องการของประชาชน โดยกำหนดประเด็นการพัฒนาในปี พ.ศ. 2546 ด้านการพัฒนาให้เป็นสังคมฐานความรู้ เพื่อการผลิต การแสวงหา และการกระจายความรู้ให้แก่ประชาชน โดยสอดแทรกความคิดพื้นฐานความรู้ในหลักสูตรการพัฒนาบุคคลรวมทั้งการฝึกอบรมให้เกิดความรู้ในแต่ละด้านโดยตรง สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้ความรู้ออกมาเป็นรูปธรรม เช่น การประกวดสิ่งประดิษฐ์ การต่อยอดภูมิปัญญาเดิม เป็นต้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการและการแสวงหาความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาความรู้เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ ใช้ความรู้ในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการดำเนินการธุรกิจรายย่อย (SME) และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยเริ่มจากการสร้างทัศนคติหรือกระบวนทัศน์หลัก คือ ทุกอย่างสามารถทำได้ (Can do attitude) ใช้หลักการเศรษฐกิจพอเพียงเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกร ส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้นวัตกรรมผลิตและการบริการเพื่อลดต้นทุนการผลิตอีกทั้งพัฒนาคุณภาพสินค้าและมาตรฐานสินค้าให้ก้าวไปสู่การเป็นธุรกิจขนาดย่อม เพื่อส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานการประกอบอาชีพ พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและเสริมสร้างโอกาสให้คนจนเข้าถึงบริการของรัฐอย่างทั่วถึง

ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เนื่องจากต้องการทราบถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ว่ามีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในระดับใด มีความคิด ความรู้สึก และมีพฤติกรรมอย่างไร ในทิศทางใดต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงการบริหารงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และเพื่อให้เป็นพื้นฐานในการศึกษา รวมทั้งเป็นแนวทางในการทำวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบระดับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
4. เพื่อทราบถึงปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

5. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานในโครง “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เพื่อจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก : ศึกษากรณีของสมาชิกกลุ่มอาชีพ ที่มีการดำเนินงานตามแนวทางของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และผลิตภัณฑ์ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดนครนายก ในปี 2546 จำนวน 280 คน

นิยามศัพท์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของศัพท์ไว้เป็นการเฉพาะ ดังต่อไปนี้

1. **ลักษณะส่วนบุคคล** หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1.1 เพศ หมายถึง ลักษณะความแตกต่างของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้แก่ เพศชาย และ เพศหญิง

1.2 อายุ หมายถึง จำนวนปีเกิดตามปฏิทินนับตั้งแต่วันที่เกิดจนถึงปี พ.ศ. 2546 ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้แก่ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 42 ปี และอายุมากกว่า 42 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพสมรส หมายถึง สถานะสมรสการครองคู่ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ในวันตอบแบบสอบถาม ได้แก่ โสด และ สมรส

1.4 ระดับการศึกษา หมายถึง จำนวนปีการศึกษาสูงสุดของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และระดับการศึกษาสูงกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาปีที่ 6

1.5 ระยะเวลาในการทำงาน หมายถึง ระยะเวลาที่เข้าร่วมทำงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้แก่ ระยะเวลาที่เข้าร่วมทำงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" น้อยกว่า 2 ปี และระยะเวลาที่เข้าร่วมทำงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" มากกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี

2. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งของวิธีการ หรือการกระทำในการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ด้วยวิธีการ ดู อ่าน ฟัง พูด ผ่านทางสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร อยู่ในระบบการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารระดับกลุ่ม ได้แก่ บุคคลที่เป็นคนนอกชุมชน เช่น เจ้าหน้าที่รัฐบาล นักพัฒนาองค์กร พัฒนาเอกชน อาสาสมัคร ฯลฯ และบุคคลที่เป็นคนในชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระภิกษุ ครู เพื่อนบ้าน ญาติ ฯลฯ

2.2 สื่อมวลชน หมายถึง ช่องทางที่นำมาใช้สำหรับการสื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

2.3 สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง เอกสารสิ่งพิมพ์ วารสาร เอกสารเผยแพร่ และหนังสือ คำแนะนำความรู้เกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นป้าย โฆษณา แผ่นปลิว นิทรรศการ การสาธิตอาชีพ

3. ความรู้ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร เป็นความสามารถและทักษะต่างๆ ที่ได้รับมาจากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อาจเป็นทั้งความรู้ในแง่

วิชาการหรือความรู้ในด้านอื่น เป็นความสามารถในการคิด เข้าใจ ข้อเท็จจริง นำไปแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับการทำงาน และการมีส่วนร่วมในโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

4. การมีส่วนร่วม หมายถึง การปฏิบัติงานหรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือทุกขั้นตอนของการดำเนินงานโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ได้แก่

4.1 ด้านการคิด ตัดสินใจ หมายถึง การปฏิบัติงานหรือการกระทำโดยการเข้าร่วมในการเลือกกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ การร่วมพิจารณาความเป็นไปได้ของกิจกรรม การร่วมประชุม และตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่เกี่ยวกับ โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

4.2 ด้านการดำเนินการ หมายถึง การปฏิบัติงานหรือการกระทำโดยการ เข้าร่วมสละแรงงาน ทุนทรัพย์ หรือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในการดำเนินงานตามกิจกรรมที่ได้กำหนดร่วมกัน ได้แก่ การเข้าร่วมทำ การเข้าร่วมประชุมขั้นตอนของการปฏิบัติงาน การชักชวนให้สมาชิกชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม การติดต่อประสานงานในกิจกรรมที่เกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

4.3 ด้านการรับผลประโยชน์ หมายถึง การที่สมาชิกกลุ่มอาชีพ ได้รับผลที่ดีจากการปฏิบัติงานหรือการกระทำในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เช่น ทำให้ตัวเองรู้สึกภาคภูมิใจ การมีรายได้เพิ่มขึ้น การได้รับความรู้เพิ่มขึ้น การได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง การมีชื่อเสียง มีความมั่นคงในการดำเนินชีวิต เป็นต้น

4.4 ด้านการติดตามประเมินผล หมายถึง การเข้าร่วมประชุมประเมินผลปฏิบัติงาน การเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงขั้นตอน การดำเนินงานกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการประเมินความก้าวหน้า การมีส่วนร่วมในการเสนอให้มีการทบทวน ผลการดำเนินงานของกิจกรรมที่เกี่ยวกับ โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

5. ทักษะ หมายถึง ความคิดหรือความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของบุคคล เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบโดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทักษะนั้น สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์และทักษะนั้น

สามารถที่จะรู้ หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการหรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น ซึ่งองค์ประกอบของทัศนคติที่นำมาศึกษามีดังนี้

5.1 องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และข้อมูลที่บุคคลคนหนึ่งมี ซึ่งความเชื่อนั้น จะแสดงให้เห็นถึงความคิด และข้อสรุปที่บุคคลได้มีต่อตนเอง บุคคลอื่นหรือสิ่งของนั้นๆ

5.2 องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกทั้งทางบวก หรือลบต่อเป้าหมายเฉพาะอย่างทีกระทบต่อบุคคล ซึ่งได้จากสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน ทำให้เกิดทัศนคตินั้นๆ

5.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มของพฤติกรรม หรือแนวโน้มของการแสดงออกต่อเป้าหมาย เป็นความตั้งใจที่จะประพฤติในทางใดทางหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจงของบุคคลหรือทัศนคติของบุคคลนั้น

6. ทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หมายถึง ความคิดหรือความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของบุคคล ต่อหลักการพื้นฐานของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ใน 3 ด้าน ดังนี้

6.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) หมายถึง ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล กล่าวคือ คนในท้องถิ่นเป็นผู้คิดและตัดสินใจ ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและผลิตขึ้นมาจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมจากท้องถิ่นนั้นโดยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีจุดเด่นเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น มีความนิยมไทย รักในภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในท้องถิ่น ภายในประเทศ และสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

6.2 พี่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self - Reliance - Creativity) หมายถึง ทำความฝันให้เป็นจริงด้วย กระบวนการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยเสริมสร้างกิจกรรมที่อาศัย

ศักยภาพ ความรู้ ความสามารถของท้องถิ่น กล่าวคือ คนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการคิดค้น วางแผนดำเนินงาน และช่วยกันระดมความคิดในการคิดค้น พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เท่าที่จะทำได้ โดยคิดว่าจะผลิตสินค้าอะไร จะเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร และเทคโนโลยีใดที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น สนับสนุนให้คนในท้องถิ่นพึ่งตนเอง คิดเอง ทำเอง ทำให้คนในท้องถิ่นมีความร่วมมือร่วมใจกัน ให้คำแนะนำและให้กำลังใจซึ่งกัน และกัน ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคนในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐบาลไม่ควรส่งเสริมด้วยเงินอุดหนุน หรือจูงใจด้วยเงินอุดหนุนเพียงอย่างเดียว ควรเป็นการให้การสนับสนุนในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ ให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนในด้าน เทคโนโลยี เทคนิคและการคิดค้นเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ตลอดจนช่วยเหลือในด้าน ประชาสัมพันธ์และการตลาดมากกว่าให้เงินช่วยเหลือเท่านั้น

6.3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) หมายถึง การสร้างและพัฒนาคนในท้องถิ่นให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถ มีความกระตือรือร้น และมองการณ์ไกล สามารถสร้างแผนงานในระยะยาวให้เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นได้ ซึ่งจะเน้นพัฒนาทักษะและเทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก สนับสนุนให้สตรีในท้องถิ่นมีบทบาทในการพัฒนาท้องถิ่น สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มกัน และสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มองค์กรพัฒนาต่างๆ พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เปิดโอกาสให้คนได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในท้องถิ่น นอกจากนั้น สนับสนุนให้คนในท้องถิ่นเรียนรู้และพัฒนาตนเอง สนับสนุนให้เกิดโรงเรียนหรือศูนย์ฝึกอาชีพขึ้น สนับสนุนให้มีการฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ ส่งเสริมและพัฒนาความเป็นผู้นำของคนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการคิด การตัดสินใจ สร้างทางเลือกใหม่ๆ ในการดำเนินชีวิต

7. สมาชิกกลุ่มอาชีพ หมายถึง ประชาชนในจังหวัดนครนายก ที่สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มเพื่อการประกอบอาชีพ โดยมีความสนใจและตั้งใจรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อร่วมกันคิด ตัดสินใจ ร่วมกันทำงาน สร้าง คิดค้น ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ปีพ.ศ. 2546