

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมของคนและระบบให้มีภูมิคุ้มกัน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกภาคส่วนโดยยังคงอัญเชิญ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) เหล่านี้ได้รับการพัฒนาตนเองในการบริหารจัดการกลุ่มทำให้เข้มแข็งและกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ ได้ลงทะเบียนพัฒนากลุ่มของตนเองเข้าสู่ระบบคัดสรร OTOP ปี พ.ศ.2552 หรือ OTOP Product Champion ปี พ.ศ.2552 ใน 5 ประเภท คือ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จากนโยบายรัฐบาลช่วงที่ผ่านมาในการส่งเสริมโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมในระดับรากแก้วทำให้เข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ โดยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและสังคมภายใน ควบคู่กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อแก้ปัญหาความยากจน ที่ผ่านมามีหลายหน่วยงานเข้าไปส่งเสริมให้ชุมชนได้มีการผลิตสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ แต่เป็นการริเริ่มจากหน่วยงานของรัฐเข้าไปในชุมชน ซึ่งในที่สุดแล้วอยู่ได้ไม่นานไม่ยั่งยืน วิธีการควรจะเริ่มจากชุมชนพัฒนาจากสิ่งที่ชุมชนมีจากสิ่งที่ชุมชนเป็น ส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างเครือข่าย โดยอาศัยกระบวนการการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือนักพัฒนาให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

ปัจจุบันผู้ผลิตภูมิปัญญาท้องถิ่นจะดำรงอยู่อย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ เนื่องจากมีทักษะการผลิตเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอผู้ผลิตต้องมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการภายในชุมชน(กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2552) อย่างไรก็ตามเมื่อเน้นพิจารณาในด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี การตลาด ปริมาณการผลิตยังพบว่า ยังอยู่ในระดับปานกลาง (วิทยา, 2550 : 84-85) เนื่องจากชาวบ้านขาดความรู้ ทักษะในการจัดการผลิตที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยัง

พบชัดเจนว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นควรส่งเสริมให้มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันเป็นสำคัญให้มีความสอดคล้อง และนอกจากนี้ยังพบประเด็นปัญหาจากการประชุมกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2551 ณ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัญหาทางด้านการพัฒนาเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ค่อนข้างน้อย กำลังการผลิตไม่เพียงพอในบางโอกาส สินค้าเกิดความเสียหายระหว่างขนส่งได้ง่าย ขาดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการในด้านกระบวนการผลิตและยังรอการช่วยเหลือจากภาครัฐ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551)

แนวทางการแก้ปัญหาความยากจนสอดคล้องกับ (ชาชีวัฒน์, 2545 : 23) กล่าวว่าความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมก็เป็นปัญหารุนแรงส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในสังคมมากขึ้น และสินค้า OTOP ยังขาดคุณภาพและมีมืออยู่อีกมาก สินค้านั้น ๆ ก็ไม่ได้มีคุณค่าคงทน เพราะยังขาดการพัฒนาในเรื่องรูปแบบให้แปลกใหม่ และขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(ณัฐยานันต์, 2549 : 2) พบว่า ปัจจัยภายนอกของกลุ่มผู้ผลิตที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบายการตลาดของผู้แข่งขัน และความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นตัวกำหนด ซึ่งตรงกับรายงานการวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาชุมชนเข้มแข็งกระบวนการสร้างสรรค์ถิ่นพลังสู่ชุมชน : หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP (บุญอนันต์, 2549 : 3) ที่พบว่า กระบวนการที่จะสร้างสรรค์ถิ่นพลังสู่ชุมชนมีขั้นตอนดังนี้ 1. ชุมชนร่วมกันใช้ความรู้ ภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของกลุ่ม 2. สนับสนุนการเรียนรู้ในกลุ่มและเครือข่ายในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการตลาด 3. ปรับตัวจากการผลิตให้คำนึงถึงมาตรฐานและคุณภาพ 4. ให้เกิดการร่วมการบริหารจัดการในกลุ่มเพื่อประโยชน์ร่วมกัน 5. ให้นำการผลิตใส่ใจต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 6. สังคมร่วมกันดูแลรักษาชุมชนและความเป็นเจ้าของ 7. ชุมชนตั้งกลุ่มเรียนรู้ที่พึ่งตนเองและทำให้ชุมชนเข้มแข็งในที่สุด สอดคล้องกับ (วิทยา, 2552) ที่ได้ชี้ประเด็นในงานเสวนาการจัดงานกิจกรรมแลกเปลี่ยนเปิดตัวกิจกรรมศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center ระหว่างมูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งเป็นเจ้าภาพในการจัดงานกิจกรรมแลกเปลี่ยนเปิดตัวกิจกรรมศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553 ที่ผ่านมา สรุปได้ว่าจากการที่ได้มีการทำวิจัยร่วมมือกับกลุ่มชุมชนกลุ่ม OTOP 6 อำเภอ 52 ตำบล ในจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่ปี 2548 จนถึง 2551 เป็นระยะเวลา 4 ปี ดำเนินกิจกรรม โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำโครงการสร้างชิ้นงานให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มชุมชนเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาร่วมกันโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชนในแต่ละปีที่ผ่านมา และได้ติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยมีเครือข่ายการประสานงานเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อทำวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อหาข้อมูลพื้นฐานทั้งจังหวัด

นนทบุรี ทำให้เข้าใจบริบทและสภาพปัญหาที่แท้จริงของชุมชน และ OTOP นั้นยังขาดคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐานและได้ชี้แนะสร้างมูลค่ากระตุ้นกลุ่มเป้าหมายด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เคยสร้างรายได้ และขณะนี้กำลังถึงวิกฤตเมื่อเกิดการแข่งขันกันเองโดยการผลิตสินค้ารูปแบบเดิม ๆ ออกมาจนล้นตลาดและไม่สามารถปรับราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนได้ ขณะที่คนกลางใช้ฝีมือชาวบ้านไปต่อยอดสร้างกำไร หนทางรอดคือการใช้วิชาการด้านการบริหารจัดการมาช่วยเสริมคุณค่าของงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัญหาใหญ่ของผู้ผลิตคือ ภาวะการแข่งขันของการผลิตสินค้าเมื่อมีผู้ผลิตได้ใช้ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดมักพบว่าจะมีกลุ่มผู้ผลิตอื่น ๆ ที่มีสินค้ารูปแบบเดียวกัน เช่น เครื่องปั้นดินเผา สิ่งทอ เครื่องจักสาน เครื่องประดับเลียนแบบสินค้า เมื่อทำกันมาก ๆ บางครั้งสินค้าก็ไม่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ก็เกิดการแข่งขันด้านราคา กำไรก็ลดลงในที่สุดก็ต้องเลิกผลิตไปเพราะขาดทุนจากการหมดความนิยม ผู้ผลิตอีกส่วนหนึ่งได้ผลิตสินค้าโดยมีคนกลางเป็นผู้กำหนดก็จะผลิตสินค้าเดิม ๆ ซ้ำ ๆ ไปตามคำสั่งมาโดยไม่ได้มีการพัฒนาผลงานของตน สินค้าที่ส่งได้ราคาต่ำขณะที่คนกลางส่วนหนึ่งนำสินค้าเดิมของชุมชนไปปรับเปลี่ยนพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ เป็นแบรนด์ของตนเป็นที่ถูกใจของตลาดทำให้มีมูลค่าของสินค้าสูงขึ้นกว่าเดิมอีกหลายเท่า ทั้ง ๆ ที่งานส่วนใหญ่เป็นฝีมือชุมชน ทั้งนี้เพราะชุมชนขาดความรู้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ในด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของตน รวมถึงผู้ที่เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนอย่างแท้จริง

ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับ (จิราพร และคณะ, 2551 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากผู้ผลิตมักขาดความเอาใจใส่ในเรื่องความสะอาด การดูแลรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ขาดการกำหนดกรรมวิธีการผลิตมาตรฐาน จึงควรชี้แจงความสำคัญ และกำชับผู้ผลิตให้ปฏิบัติตามอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมผลักดันให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ซึ่งตรงกับ (ภัทรธิดา, 2544) ที่พบว่า ควรให้ความช่วยเหลือในด้านวิชาการ โดยเฉพาะการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิกในท้องถิ่น อันได้แก่เทคโนโลยีการผลิตการบรรจุหีบห่อรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดจนความรู้ต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐต้องให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนำความรู้จากภายนอกมาประยุกต์ร่วมกับศักยภาพผู้ผลิต ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสินค้า OTOP คือการจัดการภูมิปัญญาเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จ สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น ช่วยประหยัดการใช้วัสดุสามารถรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและที่เห็นได้ชัดเจนมากคือการใช้ทรัพยากรบุคคลน้อยลง สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทากล่าวว่าการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ ต้องสนองตอบความต้องการของสังคม และสามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศในท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ได้ ที่ผ่านมามีเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศจึงร่วมมือกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จัดประชุมวิชาการเพื่อพัฒนา

พื้นที่ระดับชาติครั้งที่ 1 เรื่อง “การวิจัยท้องถิ่นเพื่อแผ่นดินไทย” ระหว่างวันที่ 1-5 เมษายน 2552 ณ ศูนย์การประชุมอิมแพคเมืองทองธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน และเป็นการนำเสนอผลงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ที่ได้มีการนำไปใช้แล้วได้ผลในระดับนวัตกรรมสังคม โดยเน้นการสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ ชุมชนร่วมกันการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนกับผู้ผลิตสินค้า OTOP กับสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพได้อย่างยั่งยืนต่อไป (สถาบันวิจัยและพัฒนา, 2552)

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้นไม่เพียงแต่เป็นสินค้าที่เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้เพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริหารจัดการ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาของท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดรวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน จึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นของชุมชนที่แพร่หลายไปทั่วประเทศและนานาชาติ

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและมีความจำเป็นในการทำ การศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี ในสองประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และด้านการบริหาร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การยกระดับมาตรฐานสากลให้เป็นที่ยอมรับและนำไปสู่การจำหน่ายมากขึ้น มีกำไรเพื่อเป็นการสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชนสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ทำให้มีการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด และผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพด้านการผลิตให้ได้มาตรฐานสูงขึ้นแก่ชุมชน ทั้งยังเป็นการปลูกฝังค่านิยมของความเป็นไทยทำให้พึ่งตนเอง มีอิสระทางความคิดสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ข้อ คือ

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (252 : 19) ในเรื่องเกณฑ์การประเมินเพื่อคัดสรรระดับดาว ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วน ก หลักเกณฑ์การพิจารณา

ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่ (1) การผลิต (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (3) ความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ได้แก่ (1) การตลาด (2) เรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ และใช้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการของ Griffin (อ้างใน ศิริวรรณ และคณะ, 2545) ในด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ 1. การวางแผน 2. การจัดองค์กร 3. การสั่งการ 4. การควบคุม และด้านสภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ 1. สภาพความพร้อมในการดำเนินงาน 2. การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1.3.1.1 ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน คือ

- ก) การผลิต
- ข) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ค) ความเข้มแข็งของชุมชน

1.3.1.2 ส่วนที่ 2 ความเป็นไปได้ทางการตลาด คือ

- ก) การตลาด
- ข) เรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์

1.3.1.3 ส่วนที่ 3 คุณภาพผลิตภัณฑ์ คือ

- ก) ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์

1.3.2 ด้านการบริหารจัดการ คือ

- 1.3.2.1 การวางแผน
- 1.3.2.2 การจัดองค์กร
- 1.3.2.3 การสั่งการ
- 1.3.2.4 การควบคุม

1.3.3 ด้านสภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ คือ

- 1.3.3.1 สภาพความพร้อมในการดำเนินงาน
- 1.3.3.2 การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้มีรายละเอียดขอบเขตดังนี้ คือ สภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1.4.1 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- 1.4.1.1 ส่วนที่ 1 ผลผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน คือ
 - ก) การผลิต
 - ข) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - ค) ความเข้มแข็งของชุมชน
- 1.4.1.2 ส่วนที่ 2 ความเป็นไปได้ทางการตลาด คือ
 - ก) การตลาด
 - ข) เรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์
- 1.4.1.3 ส่วนที่ 3 คุณภาพผลิตภัณฑ์ คือ
 - ก) ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์
- 1.4.2 ด้านการบริหารจัดการ คือ
 - 1.4.2.1 การวางแผน
 - 1.4.2.2 การจัดองค์กร
 - 1.4.2.3 การสั่งการ
 - 1.4.2.4 การควบคุม
- 1.4.3 ด้านสภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ คือ
 - 1.4.3.1 สภาพความพร้อมในการดำเนินงาน
 - 1.4.3.2 การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

ประชากรได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำนวน 156 ราย ระดับ 1 ดาว ถึง 5 ดาว ปี 2552 ใน จังหวัดนนทบุรี ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ระหว่างเดือน เมษายน 2553 ถึง สิงหาคม 2553 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 113 ราย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายทิศทางเดียวกันดังนี้

- 1.5.1 การศึกษาสภาพ หมายถึง กลุ่มหรือบุคคลที่ดำเนินกิจการ โดยมีปัจจัยภายใน และ ปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจในด้านการบริหารจัดการ
- 1.5.2 การบริหารจัดการสินค้า OTOP หมายถึง การศึกษาด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ และด้านสภาพความพร้อมการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ
- 1.5.3 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง ผลผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน
- 1.5.4 ความเป็นไปได้ทางการตลาด หมายถึง การตลาด เรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์

1.5.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์

1.5.6 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุม

1.5.7 ด้านสภาพความพร้อมและการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ หมายถึง สภาพความพร้อมในการดำเนินงานและการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

1.5.8 ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ จากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย สำนักงานพาณิชย์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาศัภยภาพชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

1.5.9 การประชุมกลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การสนทนาแบบเจาะประเด็นด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ร่วมสนทนาเป็นกลุ่มแล้วเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้ตอบถปัญหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี

1.5.10 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) หมายถึง การนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

1.5.11 จังหวัดนนทบุรี หมายถึง จังหวัดที่อยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มี 6 อำเภอ 52 ตำบล ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย อำเภอปากเกร็ด ในจังหวัดนนทบุรี

1.5.12 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ตามเกณฑ์ของกรมการพัฒนาชุมชน แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) ประเภทอาหาร 2) ประเภทเครื่องดื่ม 3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย 4) ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก 5) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

1.5.13 กลุ่มผู้ผลิต หมายถึง การรวมตัวของผู้ผลิตสินค้า OTOP ภายในชุมชนของตนเอง แล้วได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน

1.5.14 ระดับ 1 ถึง 5 ดาว หมายถึง เกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2552 ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วนโดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน 30 คะแนน 2. ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด 30 คะแนน และ 3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ 40 คะแนน

1.6 ประโยชน์ของผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต หน่วยงานราชการและด้านการศึกษาดังนี้

1.6.1 ด้านผู้ผลิตสินค้า OTOP

1.6.1.1 เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงและหาวิธีการป้องกันในการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการตัดสินใจการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จแล้วนำมาช่วยกันปรับปรุงแก้ไขรูปแบบวิธีการทำงาน

1.6.1.2 ได้แนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสภาพการบริหารจัดการสินค้าของผู้ผลิตสินค้า OTOP เพื่อไปพัฒนาสู่รูปแบบมาตรฐานสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.6.1.3 ผู้ผลิตสินค้า OTOP สามารถยกระดับความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาวางแผน ปฏิบัติงานให้มีความรอบคอบระมัดระวังยิ่งขึ้น พร้อมทั้งมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภายในชุมชนเพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งของตนเองจนทำให้การบริหารจัดการ มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ซึ่งลดขั้นตอนในการผลิตและความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น

1.6.2 ด้านหน่วยงานราชการ

1.6.2.1 เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มชุมชนในการแก้ปัญหาในด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและด้านการบริหารจัดการ เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP สู่ SMEs ได้ง่ายขึ้น

1.6.2.2 เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการส่งเสริมอาชีพและกระจายรายได้ในระดับชุมชน ท้องถิ่น ให้มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพึ่งตนเองได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

1.6.3 ด้านการศึกษา

กลุ่มผู้ผลิตมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้บูรณาการกับสถานศึกษา สามารถนำองค์ความรู้บูรณาการกับนักเรียนนักศึกษาในการเรียนการสอนสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่จะได้รับประสบการณ์ตรงจากสภาพปัญหาที่แท้จริง รวมไปถึงภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการต่อท้องถิ่น