

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

สภาพการดำเนินชีวิตของประชาชนไทยในปัจจุบันยังถือได้ว่าประชาชนในระดับรากหญ้ายังมีความเดือดร้อนอันเกิดจากการมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย เป็นผลมาจากการตกงาน ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ กำลังซื้อของคนในประเทศตกต่ำและการพัฒนาประเทศให้มีความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องพัฒนาในระดับรากหญ้าให้สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน คณะรัฐมนตรีซึ่งมีหน้าที่ในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนจึงได้กำหนดนโยบายบริหารราชการแผ่นดินโดยมุ่งมั่นที่จะสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเมืองของประเทศเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนชาวไทยทุกคน (ธนาคารอมสิน, 2544, หน้า 24)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุน “ธุรกิจชุมชน” ซึ่งหมายถึง การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำมาหากิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขและความเข้มแข็งต่อชุมชนนั้น ๆ ซึ่งธุรกิจชุมชนจะเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองได้ ซึ่งมีได้หมายถึงการพึ่งตนเองด้วยเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่หมายถึง การพัฒนาโดยรวมโดยไม่เป็นภาระให้กับรัฐหรือต้องพึ่งพาภายนอก ธุรกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึง โอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่จะนำไปสู่การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง

รัฐบาลจึงใช้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในการต่อสู้กับปัญหาความยากจน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการสนับสนุนให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีเอกลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขายของตนเองมีความเชื่อมั่นพื้นฐานว่า การให้ชุมชนได้คิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองจะทำให้ชุมชนได้เห็นแนวทางในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนฐานรากซึ่งจะสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ต่อมารัฐบาลได้กำหนดให้มีการคัดสรรผลิตภัณฑ์ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับฐานรากได้มีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพสู่มาตรฐาน เพื่อสามารถส่งออกได้ในจำนวนกลุ่ม/ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการฯ แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์มีปัญหาแตกต่างกันออกไป อาทิ ปัญหาด้านวัตถุดิบ การใช้ปัจจัยการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการ โดยปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความเข้มแข็งและความยั่งยืนของกลุ่มและชุมชนในระดับฐานรากเป็นอย่างมากก็คือ ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการ ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ อาทิเช่น การจัดการด้านการตลาด การจัดการการผลิตและการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งปัญหาทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์กัน เช่น ถ้ากลุ่มผู้ผลิตขายสินค้าไม่ได้ กลุ่มจะขาดแรงจูงใจในการพัฒนาสินค้า รวมทั้งขาดแรงจูงใจในการ

พัฒนาระบบการบริหารจัดการกลุ่มให้ดีขึ้นมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน (ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ. 2547, หน้า 1)

จังหวัดตากเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2546 ในการแก้ไขปัญหาความยากจน การสร้างงาน สร้างอาชีพและสนับสนุนให้มีการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกระบวนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ โดยส่งเสริมได้ในขอบเขตที่จำกัดจึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนากลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้ได้รับการส่งเสริมในแนวทางที่จะช่วยผลักดันให้ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการแบบมีอาชีพ มีการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีการบริหารจัดการที่ดี มีช่องทางการจำหน่ายของตนเอง โดยที่ยังคงไว้ซึ่งความเชื่อมโยงกับชุมชนและท้องถิ่นและวัฒนธรรม ได้รับการพัฒนาระดับสู่ SMEs ด้วยเหตุดังกล่าวจังหวัดตากจึงได้มีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ สมัยใหม่ แหล่งเงินทุนและพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและการตลาดเพื่อการเชื่อมโยง ผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion : OPC) เป็นโครงการตามนโยบายการ ดำเนินงานเพื่อจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1 - 5 ดาว) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์นำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและ พัฒนาได้อย่างเหมาะสม โดยในจังหวัดตากมีกลุ่มผู้ผลิตนำผลิตภัณฑ์มาลงทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นจำนวน 601 ชนิด ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตสามารถนำมาลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ได้ มากกว่า 1 ชนิด ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต OTOP ปี พ.ศ. 2553 จังหวัดตาก (โดยแยกแต่ละอำเภอ)

อำเภอ	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้า เครื่องแต่งกาย	ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	รวมทั้งสิ้น
เมือง	63	6	19	41	4	133
บ้านตาก	13	3	3	24	-	43
สามเงา	26	2	-	4	-	32
แม่ระมาด	11	4	4	33	2	54
ท่าสองยาง	1	0	12	6	1	20
แม่สอด	11	7	106	29	8	161
พบพระ	5	6	24	24	-	59
อุ้มผาง	2	10	3	23	7	45
วังเจ้า	11	4	20	13	6	54
รวม	143	42	191	197	28	601

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตาก, 2553.

แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นจำนวนค่อนข้างน้อย อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณสมบัติได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด จึงส่งผลถึงรายได้ในการจัดจำหน่าย เพราะการที่ผลิตภัณฑ์ใดมีผลการประเมินอยู่ในระดับ 4 – 5 ดาว จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทำให้ได้รับความนิยมเชื่อถือเป็นที่ต้องการของตลาดส่งผลถึงราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นและการมีรายได้เพิ่มขึ้น ในจำนวนกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ แต่ละกลุ่มมีปัญหาแตกต่างกันออกไป ปัญหาด้านวัตถุดิบ การใช้ปัจจัยการผลิต การตลาด การเงินและการลงทุน สำหรับปัญหาสำคัญที่ส่งผลต่อความแข็งแกร่งและความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจและชุมชนในระดับฐานรากเป็นอย่างมากที่สุดก็คือ ปัญหาเรื่องของการบริหารจัดการ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากธุรกิจชุมชนแต่ละกลุ่มมีหลักในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่ไม่เท่าเทียมกันส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของกลุ่มผู้ผลิตเป็นอย่างยิ่ง (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตาก, 2553)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ และผู้เกี่ยวข้องที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาเศรษฐกิจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาการบริหารจัดการและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก โดยแบ่งประเด็นการบริหารจัดการดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านคน (Man)
2. การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)
3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials)
4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)
5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)
6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มาลงทะเบียนของจังหวัดตาก จำนวน 318 กลุ่มและผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามตารางที่ 2 หน้า 32 (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด, 2553, หน้า 66)

2.2 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มาลงทะเบียนเข้ารับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการของทาโรยามาเน (Taro Yamane) (1967, p. 886 - 887) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 กลุ่ม

2.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการคัดเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ใช้เกณฑ์การเลือกจากอำเภอที่มีการลงทะเบียนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ามากที่สุดได้แก่ พัฒนาการอำเภอเมืองตาก จำนวน 1 คน, พัฒนาการอำเภอแม่สอด จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอเมืองตาก จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอแม่สอด จำนวน 2 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอพบพระ จำนวน 2 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอแม่ระมาด จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภออุ้มผาง จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอวังเจ้า จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 คน

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ใช้เวลาระหว่างวันที่ 7 สิงหาคม 2555 – 7 สิงหาคม 2556

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มผู้ผลิตสินค้า หมายถึง กลุ่มชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มาลงทะเบียนคัดสรรในจังหวัดตาก

กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบท เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิตสามารถปรับฐานคิดและวิถีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การแปรรูปและการตลาด ซึ่งอยู่ในจังหวัดตาก ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตอาหาร กลุ่มผู้ผลิตเครื่องตี กลุ่มผู้ผลิตผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มผู้ผลิตของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าท้องถิ่นที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตนเอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการอย่างหนึ่งที่มีคนอยู่ตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมมือกันทำกิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใดให้บรรลุเป้าหมายที่เกิดขึ้นที่มีวิธีการดำเนินงานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ การ

บริหารจัดการด้านคน การบริหารจัดการด้านเงิน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการด้านวิธีการ การบริหารจัดการด้านการตลาด และการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล

การบริหารจัดการด้านคน (Man) หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการด้านกระบวนการได้มาซึ่งประธานกลุ่ม การจัดหาสมาชิกกลุ่ม หรือแรงงาน ด้านการฝึกอบรมให้ความรู้ เพิ่มพูนทักษะสมาชิกกลุ่มหรือแรงงาน ด้านการจูงใจให้สมาชิกหรือแรงงานได้มีความขยันตั้งใจทำงาน มีความรู้สึกรักและผูกพันต่อกลุ่มและการสร้างภูมิปัญญา ให้กลุ่มสืบทอดสูตรดั้งเดิม

การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) หมายถึง การดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการด้านการจัดหาเงินทุน การจ่ายค่าจ้างแรงงานหรือค่าตอบแทน การจัดสวัสดิการ การวางแผนด้านการบริหารการเงิน การบัญชี การรับชำระเงินของลูกค้าและการพัฒนาทุน

การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials) หมายถึง การดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการด้านการใช้วัตถุดิบ การจัดหาวัตถุดิบ เกณฑ์การคัดเลือกวัตถุดิบ การดูแลเก็บรักษาวัตถุดิบ และการจัดหาวัตถุดิบทดแทน

การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) หมายถึง การดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการตามเป้าหมายของกลุ่ม การประชุมวางแผนการดำเนินงาน เลือกตั้งคณะกรรมการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การประเมินผล การประชุม การใช้ระเบียบการติดต่อสื่อสาร การสั่งการให้การทำงาน การให้ความสำคัญในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม การได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือร่วมแก้ไขปัญหาของหมู่บ้าน

การบริหารจัดการด้านการตลาด (Market) หมายถึง การดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการในเรื่องตลาดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในและภายนอกจังหวัด การส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ เกณฑ์การตั้งราคา การดำเนินการให้ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้า การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า บรรลุเกณฑ์ การจูงใจลูกค้าและการประชาสัมพันธ์สินค้า

การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) หมายถึง การดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการด้านการจัดหาเครื่องจักร เครื่องมือมาใช้ในการผลิต การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตเครื่องจักร เครื่องมือ การบำรุงรักษาเครื่องจักรและเครื่องมือและการแก้ไขปัญหากรณีที่มีการนำเครื่องจักร เครื่องมือมาใช้แล้วส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อพัฒนาไปสู่รูปแบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. สามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งกลุ่มผู้ผลิตรายเก่าและผู้ผลิตรายใหม่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับขีดความสามารถของกลุ่มผู้ผลิต

3. ข้อมูลที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่จะได้รับประสบการณ์ตรงจากสภาพปัญหาที่แท้จริงและสามารถประยุกต์ใช้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาสู่การจัดการความรู้ที่ยั่งยืนต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก” โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตาก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารจัดการ

มีคำศัพท์ในภาษาอังกฤษ 2 คำคือ “Administration” ซึ่งนิยมแปลเป็นภาษาไทยว่า “การบริหาร” จะหมายถึงการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพและคำว่า “Management” ซึ่งนิยมแปลเป็นไทยว่า “การจัดการ” หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบายการสั่งงาน การอำนวยการและตรวจสอบ ให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ในทางปฏิบัติเราสามารถหาคำสองคำทดแทนกันได้ แต่ทั้งสองคำก็มีความแตกต่างในการใช้งานในระดับที่มีนัยสำคัญ โดยการบริหารจะใช้กับการบริหารงานในระดับสูงที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการกำหนดนโยบายหรือครอบคลุมการดำเนินงานในระดับกว้าง โดยเฉพาะการดำเนินงานของราชการ หรือสาธารณะตลอดจนการบริหารส่วนกลางและธุรกิจการ ขณะที่การจัดการจะให้ความสนใจกับการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายและใช้งานทั่วไปในระดับองค์กร เช่น การจัดการทางการเงิน การจัดการทางการตลาด เป็นต้น (มัลลิกา ต้นสอน, 2544, หน้า 10)

ธงชัย สันติวงษ์ (2538, หน้า 21 - 22) กล่าวถึงลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ ด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน งานบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติตนเป็นผู้นำในองค์กร ด้านภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำงานบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กรและการประสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกันและด้านความรับผิดชอบ งานบริหารจัดการ หมายถึง การต้องทำให้งานต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยการอาศัยบุคคลต่างๆ เข้าด้วยกัน

พยอม วงศ์สารศรี (2545, หน้า 25) ได้นำความหมายของการบริหารจากนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึง ความหมายของการบริหารในลักษณะต่างกันมาสรุปได้ ดังนี้ การบริหาร คือ กระบวนการที่ผู้จัดการใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่าง ๆ ดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือแรงร่วมใจของสมาชิกองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด ความต้องการและความ

มุ่งหวังด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรควบคู่ไปด้วย องค์กรจึงจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 11) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร โดยการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organization) การชักนำ (Leading) และการควบคุม (Control) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากร ข้อมูลขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สมคิด บางโม (2546, หน้า 61) มีความเห็นว่าการจัดการ คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นว่า การจัดการมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคล

กล่าวโดยสรุป การบริหารเป็นการดำเนินกิจกรรมโดยกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารต่าง ๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุ การจัดการ เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

ความสำคัญของการบริหารจัดการ

Griffin (1997, p. 4) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ชุดของหน้าที่ต่าง ๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้นหมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กัน

Certo (2000, p. 555) ได้กล่าวว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ (หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายต่าง ๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการ (Management) มีดังนี้

1. การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
2. เป้าหมายของผู้บริหารทุกคน คือ การสร้างกำไร
3. การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness)
4. การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

กระบวนการจัดการ

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552, หน้า 30 - 34) ได้กล่าวถึงกระบวนการจัดการ (Management Process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการจัดการนี้ประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่ง สำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่าการจัดองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงานและ กิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงาน ภายในองค์กร

การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทำให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นใน อนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคตและแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้

การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กร มากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะว่ามีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งกันทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผลและทรงประสิทธิภาพ

2. การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่ทำ รายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงาน ให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่

การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนกและการมอบอำนาจหน้าที่ (Delegating Authority) การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และคุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน

การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ ต้องการการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์ มีการกำหนดขึ้นใน

ธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

3. การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing) เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจองแท้ได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้นแผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4. การควบคุม (Controlling) การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบหรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุมหรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพและหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุมละเลยเพิกเฉย หรือในทางกลับกัน คือมีการควบคุมมากเกินไปเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร

จากการศึกษาดังกล่าวสามารถที่จะทำการสรุปได้ดังนี้ การบริหารจัดการ คือ เทคนิควิธีการที่ผู้บริหารได้ทำการศึกษาและพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้กับองค์กรในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ ถือเป็นกระบวนการบริหารอย่างหนึ่งที่จะทำให้ให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจการผสมผสานทรัพยากรต่าง ๆ เช่น คน เงิน วัสดุคิบ และการบริหารองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและดำเนินการเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง

ทรัพยากรในการบริหารจัดการ

สมคิด บางโม (2541) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับทรัพยากรหรือปัจจัยในการบริหารจัดการ (Administration Resources) ที่นักบริหารต้องให้ความสนใจที่เป็นพื้นฐานมีอยู่ 4 ประการหรือเรียกสั้น ๆ ว่า 4 M's คือ

1. คน (Man) หมายถึง เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้น ๆ
2. เงิน (Money) หมายถึง ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. วัสดุสิ่งของ (Materials) หมายถึง เป็นอุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งอาคารสถานที่ด้วย
4. วิธีการจัดการ (Method) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ

ปัจจัยในการบริหารทั้ง 4 ประการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการเพราะประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และคุณภาพของปัจจัยเหล่านี้

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันได้มีการเพิ่มปัจจัยในการบริหารจาก 4 ประการ เป็น 7 ประการ คือ คน , เงิน , วัสดุสิ่งของ , อำนาจหน้าที่ , เวลา ความตั้งใจในการทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยย้ำให้เห็นความสำคัญของอำนาจ หน้าที่ และเวลาในการบริหาร ไว้ว่า ในการบริหารนั้นไม่ จะเป็นการบริหารราชการหรือธุรกิจ ถ้าปราศจากอำนาจหน้าที่งานก็ไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ในทำนองเดียวกันหากมิได้กำหนดเวลาไว้เหมาะสมเพียงพอกับลักษณะงานนั้น ๆ งานก็ไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้อย่างมีคุณค่า ส่วนในทางการบริหารธุรกิจ ก็ได้เพิ่มปัจจัยในการบริหารออกไปอีกเป็น 6 ประการ คือ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุวัตถุดิบ (Material) วิธีการจัดการ (Method) ตลาด (Market) และเครื่องจักร (Machine) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า 6 M's คือ

1. การบริหารจัดการด้านคน (Man)

ปัจจุบันการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ต่อองค์กรต่าง ๆ ทั้งในภาคธุรกิจเอกชนและภาคราชการ เพราะไม่ว่าองค์กรจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปในทางใด ย่อมต้องเกี่ยวข้องกับตัวบุคคลทั้งสิ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าตัวชี้วัดความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กรนั้นอยู่ที่ “คุณภาพของคน” ในองค์กรนั้น ๆ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเทคโนโลยีวัฒนธรรมที่เกิดจากการที่ได้พบเห็นจาก สื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทำให้ภารกิจด้านการบริหารคนกลายเป็นการบริหารเชิงระบบที่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อปรับองค์กรให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารจะต้องตระหนักและเอาใจใส่ต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อปรับกลยุทธ์ในการบริหารคนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ให้ดี เพื่อความอยู่รอดขององค์กร บุคคลทุกคนมีความต้องการ ซึ่งความต้องการ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลหนึ่งจะต้องมีเพื่อความอยู่รอด พฤติกรรมของบุคคลจะมุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการเหล่านี้ การจูงใจเป็นแรงผลักดันภายในตัวบุคคลที่จะนำพฤติกรรมมุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการ การจูงใจอาจจะเป็นไปในทางบวก เช่น แรงผลักดันที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย พนักงานทุ่มเทความพยายามในการทำงานมากขึ้น เพื่อที่จะได้รับการเลื่อนตำแหน่ง หรือเป็นไปในทางลบ เช่น แรงผลักดันที่ออกนอกเป้าหมายดังกล่าว เช่น ความกลัว ความล้มเหลว จึงไม่กล้าทำงานใด ๆ ดังนั้นการระบุถึงความต้องการของบุคคลจะช่วยให้ผู้บริหารมีความเข้าใจดีขึ้นและสามารถอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใดพนักงานจึงอาจถูกจูงใจในทางบวกหรือทางลบ เพื่อไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งภายในองค์กร ความรู้ดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจพฤติกรรมบุคคลในองค์กรได้ง่ายขึ้น (ผศ.ชรินทร์ ชุนหพันธ์รักษ์, 2544 , หน้า 199)

การที่องค์กรจะกระทำภารกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานจำเป็นจะต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมกับงาน ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารงาน เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ ซึ่งถ้าองค์กรเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่ดีมีความสามารถ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ก็จะติดตามมา ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวกับบุคคลที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร พร้อมทั้งดำเนินการธำรงรักษาและพัฒนาให้ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรมีคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยมีภารกิจหลัก ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การกำหนดงานหรือออกแบบงาน การวิเคราะห์งาน การสรรหา การคัดเลือก การประเมินผลพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนา

ค่าตอบแทน สุขภาพและความปลอดภัย การพ้นจากงานของพนักงาน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของ
ผู้บริหารทุกระดับที่จะต้องรับผิดชอบต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์

2. การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)

เพชรี ชุมทรัพย์ (2545 , หน้า 10) ได้ให้ความหมายของเงิน คือ สื่อกลางในการเปลี่ยนโดย
จะเป็นอะไรก็ได้ที่ได้รับการยอมรับกันโดยทั่วไปตามกฎหมายให้สามารถจ่ายชำระหนี้ระหว่างผู้ผลิต
หรือผู้ขายกับผู้บริโภคในอดีตเคยมีการใช้หอย ชนบก เป็นต้น เป็นสื่อกลางในการเปลี่ยนแต่เนื่องจาก
มีปัญหาในการพกพาและอาจแตกหักง่าย มีการพัฒนามาอยู่ในรูปของธนบัตรและเหรียญกษาปณ์
โดยธนบัตรพิมพ์จากกระดาษคุณภาพสูงและเหรียญกษาปณ์ผลิตจากโลหะ ดังนั้นทั้งธนบัตรและ
เหรียญกษาปณ์จึงมีความคงทนและสะดวกในการพกพา ประเภทของเงิน จึงสามารถแยกเป็น
ประเภทธนบัตรและประเภทเหรียญกษาปณ์

โดยทั่วไปการบริหารจัดการด้านการเงิน จะประกอบด้วย

2.1 การบริหารการเงิน (The financial function) นำไปสู่การลงทุนเพื่อการดำเนินงานของ
ธุรกิจ องค์กรธุรกิจอาจดำเนินงานเพื่อหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไร โดยมีกิจกรรมพื้นฐานทาง
ธุรกิจ 3 ประการ คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน กิจกรรมการดำเนินงานและมีการบัญชีเป็น
เครื่องมือที่สำคัญในทุกกิจกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลทางบัญชีขององค์กรธุรกิจ กิจกรรมทางธุรกิจ มีดังนี้

2.2.1 กิจกรรมการเงิน (Financial Activities) คือ กิจกรรมในการจัดหาเงินทุน
โดยเริ่มต้นของธุรกิจ และการจัดหาเงินทุนเพื่อนำไปใช้ในการขยายการดำเนินงานในอนาคต การที่
ทราบถึงฐานะการเงินของธุรกิจได้ต้องมีการบัญชีจัดทำ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลทางการบัญชีและข้อมูล
ทางการเงินต่อไป

2.2.2 กิจกรรมการลงทุน (Investing Activities) คือ กิจกรรมการลงทุนให้ได้
สินทรัพย์ เพื่อใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจและธุรกิจจะต้องพิจารณาอัตราผลตอบแทน
ที่จะได้รับกลับคืนมาจากการลงทุน จำเป็นต้องพิจารณาจากข้อมูลทางบัญชี

2.2.3 กิจกรรมการดำเนินงาน (Operating Activities) หมายถึง กิจกรรมที่
ก่อให้เกิดการขายสินค้าและบริการในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวต้องเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็น
ส่วนสำคัญในการจัดการด้านการเงินนั้น หมายความว่า จะต้องมียาได้จากการทำงานเพียง
พอที่จะหักค่าใช้จ่ายธุรกิจ จะทราบข้อมูลดังกล่าวก็ต้องใช้เครื่องมือที่สำคัญ คือ การบัญชี

การบริหารการเงินขององค์กรจะแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน
ซึ่งมักจะแตกต่างกันในแต่ละองค์กร จุดมุ่งหมายของการบริหารงานการเงินในขั้นแรกจะเน้นที่กำไร
สูงสุด หน้าที่ของการบริหารการเงิน ได้แก่

1. การวางแผนทางการเงิน เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานระยะยาว
ของกิจการ ดังนั้น จึงต้องสามารถทราบถึงขอบเขตของการดำเนินงานอย่างกว้าง ๆ ของกิจการ เช่น
การขยายโรงงาน การซื้อเครื่องจักร การประมาณการยอดขาย โดยจะต้องทราบด้วยว่า แผนงานอาจ
ต้องล้มเหลวไปหรือไม่ เนื่องจากมีปัจจัยภายนอกซึ่งไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้เพียงเล็กน้อย
แต่จะต้องหาวิธีแก้ไขหรือหลีกเลี่ยงเท่าที่จะสามารถทำได้ เช่น จัดเตรียมแผนการทางการเงินให้มี
ความยืดหยุ่นที่เพียงพอที่จะได้เผชิญกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจไม่แน่นอน

2. การบริหารทรัพย์สิน จะต้องบริหารทรัพย์สินให้บริษัทมีสภาพคล่องอยู่ตลอดเวลาเท่าที่จำเป็นและต้องพยายามที่จะให้ได้ประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะมากได้จากเงินทุน ซึ่งได้ลงทุนไปในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เงินทุนที่ได้ลงทุนในทรัพย์สินไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินถาวรหรือทรัพย์สินหมุนเวียนก็ตามมีทางเลือกในการใช้ต่างกัน ควรจะเป็นการลงทุนในทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องเพื่อช่วยให้กิจการได้ประโยชน์ในด้านการมีสภาพคล่องที่พอเพียง

3. การจัดหาเงินทุนในกรณีที่เงินสดไหลออกมีมากกว่าเงินสดไหลเข้าและเงินสดคงเหลือไม่เพียงพอจะชดเชยจะต้องจัดหาเงินทุน เพื่อใช้ในการดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งสามารถหามาได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยมีข้อตกลงและมีระยะเวลาต่างกัน เช่น เงินลงทุนระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว โดยจะต้องจัดหาเงินทุนให้เหมาะสมที่สุดกับความต้องการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้าในกิจการของตน

4. หน้าที่พิเศษอื่น ๆ คือ จะต้องทำหน้าที่เกี่ยวกับงานต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในกรณีพิเศษ โดยฝ่ายการเงินมีส่วนร่วมอยู่ด้วย เช่น งานในด้านการประเมินมูลค่า การประเมินทรัพย์สินหรือสิทธิเรียกร้องต่าง ๆ ที่มีต่อทรัพย์สินค่าเหล่านี้ สิทธิเรียกร้องโดยเจ้าหน้าที่ของกิจการ ฯลฯ ข้อเสนอพิเศษให้มีการรวมกิจการเข้าด้วยกัน การปรับปรุงกิจการใหม่และการชำระบัญชีงานต่าง ๆ และยังมีปัญหาพิเศษ เช่น ปัญหาทางกฎหมายว่าควรจะทำอย่างไร ปัญหาในทางเศรษฐกิจว่าควรทำได้หรือไม่และปัญหาทางการเงิน เป็นต้น

2.2 การบัญชีบริหาร (Managerial accounting) บัญชีการเงินจะต้องจัดการบัญชีสำหรับการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกในทางบัญชีตามกำหนดเวลา งานการจัดการบัญชีจะรวมไปถึงขั้นตอนการบัญชีที่เป็นรูปธรรมมากมายหลายอย่างและต้องทำให้ลู่ลวงตามลำดับขั้นตอน การจัดทำบัญชีที่เกิดต่อเนื่องวนเวียนซ้ำแล้วซ้ำอีกนี้ เรียกว่า “วงจรบัญชี” (ปณิตา สารวิจิตร และ จรัสพร ธนพิทักษกุล, 2538, หน้า 15)

การบัญชีคือ กระบวนการที่วนเวียนเป็นวัฏจักร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำบัญชีแยกไว้และลงในสมุดรายวันขั้นต้น
2. ผ่านรายการในสมุดรายวันขั้นต้น ไปไว้ในบัญชีแยกประเภท หายอดคงเหลือ และทำงบทดลองก่อนการปรับปรุงบัญชี
3. จัดทำรายการปรับปรุงเมื่อสิ้นงวดและงบทดลองหลังจากปรับปรุงบัญชี
4. จัดทำงบดุล
5. จัดทำรายการปิดบัญชีและงบทดลองหลังการปิดบัญชี
6. ทิ้งบกำไรขาดทุนเพื่อสะดวกแก่การบันทึกบัญชี

3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)

ขอบเขตของการจัดการด้านวัตถุดิบ เริ่มตั้งแต่การคาดคะเนความต้องการวัตถุดิบ การสั่งซื้อวัตถุดิบ การนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต ตลอดจนการดูแลวัตถุดิบในฐานะที่เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างหนึ่ง นอกจากนั้นเมื่อมีปัญหาของการจัดการวัตถุดิบเกิดขึ้น การแก้ไขปัญหาควรจะได้จากมุมมองภาพรวมของทั้งองค์กร โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวัตถุดิบและการควบคุมเส้นทางการเคลื่อนที่วัตถุดิบ

แนวคิดด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบที่จะได้มาซึ่งการจัดซื้อที่ดีที่สุด ประกอบด้วย 3 กิจกรรมดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 71)

1. การคาดคะเนความต้องการวัตถุดิบ การคาดคะเนความต้องการวัตถุดิบในช่วงเวลาอนาคต โดยปกติย่อมมีความผิดพลาดบ้าง เพราะเป็นการคาดคะเนล่วงหน้า ความผิดพลาด ที่เกิดขึ้นอาจมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดอันมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของตลาดอันเนื่องมาจากคู่แข่งชั้น เป็นต้น ซึ่งหากคาดคะเนสูงกว่าความเป็นจริงมากก็จะทำให้มีต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงคลังสูงและอาจเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ ซึ่งการคาดคะเนนั้นได้ข้อมูลมาจากหลาย ๆ แหล่ง เช่น จากจำนวนคำสั่งซื้อจริงของลูกค้าจากยอดประมาณการซื้อของลูกค้าหรือจากยอดการใช้วัตถุดิบในอดีต

2. การกำหนดคุณภาพ คุณภาพจึงหมายถึง ความสามารถของผู้ขายที่จะจัดหาสินค้าและบริการมาให้ผู้ซื้อโดยสอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะ ความหมายนี้ครอบคลุมไปถึง การตรวจรับของด้วย คุณภาพยังอาจหมายถึงการที่พัสดุทำหน้าที่ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้จริงอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามการตัดสินใจว่าจะซื้ออะไรจะต้องพิจารณาให้มากกว่าด้านเทคนิค ความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ที่ได้กำหนดไว้นั้นไม่จำเป็นเสมอไปว่าจะเป็นการซื้อที่ดี

3. การกำหนดปริมาณและช่วงเวลาในการจัดซื้อวัตถุดิบ แม้ว่าปริมาณที่ถูกต้องในการซื้อแต่ละครั้งจะมีเพียงจำนวนเดียว แต่การจัดซื้อที่มีหลายหนซึ่งทำให้การกำหนดปริมาณที่ถูกต้องตามอุดมคติเป็นไปได้ด้วยความยุ่งยาก ถ้าปริมาณที่ซื้อน้อยเกินไป ต้นทุนของวัตถุดิบต่อหน่วยก็จะสูง บางครั้งก็อาจทำให้วัตถุดิบเกิดความขาดแคลนขึ้น ตรงกันข้ามกับปริมาณวัตถุดิบที่มากเกินไปอาจทำให้เกิดวัตถุดิบล้นคลังและค่าใช้จ่ายการดูแลสูง ปัญหาที่ตามมาก็คือ การเสื่อมคุณภาพและล้าสมัย ดังนั้นปัจจัยที่จะทำให้ข้อดีราคาวัตถุดิบคงที่ คือ การเปลี่ยนกลยุทธ์ในการจัดซื้อจากการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากเป็นการสั่งซื้อจำนวนน้อยลงแต่มีความถี่ในการสั่งมากขึ้นและสั่งซื้อตามความต้องการเพื่อผลิตจริงมากกว่าการเติมวัตถุดิบคงคลังเต็มอยู่เสมอ

4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)

กระบวนการบริหาร หรือการประกอบการในทางการบริหารที่จะทำให้การปฏิบัติงานร่วมกันไปสู่วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้สนใจให้ความเห็นถึงลำดับขั้นที่สำคัญของกระบวนการบริหารไว้แตกต่างกัน สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2541, หน้า 15 - 17) ได้กล่าวถึง ลักษณะประการสำคัญของชุมชนเข้มแข็งคือ การเป็นชุมชนที่รู้จักการจัดการตัวเอง (Community Management) ซึ่งการเป็นชุมชนที่มีความสามารถในการจัดการตนเองที่ดีนั้น จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 ประการคือ

1. การวางแผน (Planning) นั่นคือ ชุมชนจะต้องมีโครงการ (Project) หรือแผน (Plan) ของชุมชนในโครงการหรือแผนจะต้องสรุปว่า ชุมชนจะต้องมีโครงการ ไครทำอะไร ทำที่ไหน ทำเมื่อไร และทำอย่างไร

2. การจัดองค์กร (Organizing) ขั้นนี้คือ การเตรียมการดำเนินการตามแผน ข้อแรกต้องเตรียมคน เตรียมวัสดุ เตรียมงาน ในส่วนที่เกี่ยวกับคนจะต้องมีการวางแผนว่า ไครทำอะไร ตรงไหน มีการฝึกทักษะที่จำเป็นและนัดหมายการลงมือทำไว้ให้เรียบร้อย

3. การลงมือดำเนินการตามแผน (Implementing) ขั้นนี้คือ การเอาแผนหรือโครงการมาวางและปฏิบัติตามขั้นตอนจนกว่าจะเสร็จงาน

4. การประเมิน (Evaluation) เมื่อการดำเนินงานเริ่มขึ้นแล้ว สิ่งที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปกับการดำเนินงานตามแผน คือ การกำกับงาน เพื่อให้แน่ใจว่างานเริ่มและดำเนินการตามเป้าหมายหรือไม่ มีปัญหา อุปสรรค การสนับสนุนที่ดำเนินไปดีแล้วให้ดียิ่งขึ้นและเมื่องานเสร็จลงมีการประเมินผลงานอีกครั้งว่า ได้มีการดำเนินงานครบถ้วนถูกต้องตามแผนที่วางไว้หรือไม่

การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิธีการจัดการให้เน้นระบบการจัดการที่ดี ซึ่งระบบการจัดการที่ดีควรประกอบด้วย

1. ความเป็นกระบวนการ คือ ผู้นำหรือคณะกรรมการมีการจัดการกิจกรรมให้เกิดขึ้นไปตามลำดับจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเป็นเช่นนี้เรื่อยไปจนเป็นวัฏจักร เพราะการจัดการเริ่มตั้งแต่การวางแผนงานเพื่อแก้ไขปัญหา การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผล และถ้ายังไม่สามารถแก้ไขได้หรือมีปัญหาใหม่เกิดขึ้นอีก การแก้ไขปัญหา ก็จะเป็นไปตามขั้นตอน คือ มีแผนงานดำเนินการ และติดตามประเมินผลเป็นเช่นนี้ตลอดไปจนกว่าจะแก้ไขปัญหาได้

2. การมีส่วนร่วม ของสมาชิกในชุมชนตั้งแต่การเริ่มคิด ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการ และควบคุมติดตามประเมินผลตลอดจนถึงการร่วมรับผลประโยชน์

3. กระบวนการชุมชน เป็นการเรียนรู้ชุมชน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์การวางแผน ดำเนินงาน การติดตามและประเมินผล สมาชิกจะเกิดการเรียนรู้ในการจัดการกับชุมชนของตนเอง โดยผ่านการลงมือปฏิบัติ

4. การผสมผสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านใช้กระบวนการชุมชนร่วมกับหลักการทางวิชาการโดยผ่านพลังของคนในชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน

5. ผลสำเร็จของกิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์หรือแก้ไขปัญหาได้ โดยกำหนดตัวชี้วัดเป็นเป้าหมายแสดงถึงความสำเร็จในการจัดการ เช่น สมาชิกเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรม โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของกรรมการกลุ่ม สอดคล้องกับความรู้ความสามารถของแต่ละคน มีการระดมทุนภายใน การจัดการด้านการเงินเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและตรวจสอบได้ ใช้เทคนิควิธีการติดต่อสื่อสาร ประสานงานควบคุมประเมินผลและนำไปสู่การสร้างเครือข่ายกิจกรรม

5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)

การตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผนและบริหารแนวความคิดการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และสนองความพึงพอใจของบุคคลที่แสดงให้เห็นถึงเครื่องมือการตลาดที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เครื่องมือทั้ง 4 ประการนี้ เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's การใช้เครื่องมือ 4P's ต้องมีการวางแผนเพื่อสนองความพึงพอใจของบุคคล และการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, หน้า 75) ก่อนที่จะมีการวางแผน 4P's งานการตลาดต้องเริ่มต้นจากการกำหนดและวิเคราะห์เป้าหมาย (Target Market) แล้วพัฒนาแผนการตลาดให้กับตลาดเป้าหมายเพื่อบรรลุ

วัตถุประสงค์ขององค์การและสนองความต้องการของลูกค้า 4 ด้าน ซึ่งเรียกว่า 4C's ซึ่งประกอบด้วย ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer Needs and Wants) ต้นทุนของลูกค้า (Cost of the Customer) ความสะดวกของลูกค้า (Convenience) โดยมีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วยส่วนสำคัญต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นคุณสมบัติที่แต่ละต้องได้และแต่ละต้องไม่ได้ ส่วนผสมของตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ความภาคภูมิใจ และผู้ขาย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ บริการกิจกรรม บุคคล สถานที่ องค์กรหรือแนวคิด ที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างสรรค์ สวยงาม เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งกระตุ้นที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการในรูปแบบของเงินตราเป็นจำนวนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคาต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาผู้บริโภคเป็นเป้าหมาย

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เป็นสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งในกิจกรรม นำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนผสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะการพิจารณาสถานที่อย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวก

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการกระตุ้นโดยการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (Non-personal) โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา กิจกรรมการโฆษณา ประกอบด้วย การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์

4.2 การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขาย และลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ และขายโดยใช้บุคคลก็คือการขายโดยใช้พนักงานขายนั่นเอง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย ตัวอย่างการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคา การแลกซื้อ แจกตัวอย่าง สินค้า แคมเปญฟรี ชิงโชค การแข่งขัน การแจกคูปอง เป็นต้น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการแบบไม่ใช้บุคคล โดยองค์การที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ จากการเสนอข่าวนั้น ส่วนการประชาสัมพันธ์จะเป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์การ เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์การ จะเห็นได้ว่าการให้ข่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เพราะการให้ข่าวเป็นกิจกรรมในอันที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มชน

จากการศึกษาการบริหารทางการตลาด สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิดการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย ความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสนองความพึงพอใจของลูกค้า

6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล (Machine)

หัวใจสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของเครื่องจักรสำหรับการผลิตเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย คือ การบริหารที่มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและรับรู้เป็นอย่างดีเหมือนกันทั่วทั้งองค์กร รวมถึงต้องเป็นการบริหารที่เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและมีความมั่นใจได้ว่าระบบการตรวจสอบดูแลรักษาเครื่องจักรเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ การตรวจสอบและการบำรุงรักษาเครื่องจักรควรมีการวางแผนโดยกำหนดจากระยะเวลาการใช้งานควบคู่กับสภาพที่แท้จริงประกอบกัน เพื่อที่จะสามารถควบคุมได้ว่าเครื่องจักรมีความพร้อมสำหรับการทำงาน หรือมีความจำเป็นที่จะต้องหยุดเพื่อซ่อม เมื่อไร อย่างไร นานเพียงใดและจะส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตหรือสามารถปรับแผน หรือปรับกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดได้อย่างไร

ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักรใหม่หรือเครื่องจักรที่มีอยู่แล้วก็ตาม โดยหลักของการบริหารจัดการให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน เครื่องจักรถือเป็นแหล่งกำเนิดอันตรายที่เป็นต้นกำหนดปัญหาความไม่ปลอดภัย การแก้ไขให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานที่ได้รับการยกนิ้วมือให้ คือ การแก้ไขที่แหล่งกำเนิดอันตราย ซึ่งก็คือ การแก้ไขให้เครื่องจักรมีความปลอดภัยพร้อมใช้งานนั่นเอง

การบริหารจัดการที่ดี

บวรศักดิ์ อูวรรณโร (2542, หน้า 31) ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการที่ดี คือ การพัฒนาและอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขของทุกภาคในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ธรรมชาติของสังคมมุ่งหมายในการสร้างความเป็นธรรมในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับทุกภาคในสังคม ไม่ใช่ภาคใดภาคหนึ่ง

ไชยวัฒน์ คำชู และคณะ (2545, หน้า 30) ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการที่ดี คือ การมีส่วนร่วมการรับผิดชอบในการปฏิบัติงานและมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อเป็นหลักประกันว่าการดำเนินนโยบายทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนร่วมและให้ความมั่นใจว่าเสียงของคนยากจนและคนด้อยโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดและดำเนินนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร

องค์ประกอบหลักของการบริหารจัดการที่ดี

อินสอน บัวเขียว (2537, หน้า14) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการบริหารจัดการที่ดีมีอยู่ 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. หลักการมีส่วนร่วม คือ การให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินโครงการและร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับ ความพยายามที่จะประเมินผลโครงการนั้น ๆ ด้วย ซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วม มีดังนี้

- 1.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
- 1.2 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ
- 1.3 การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์

กล่าวโดยสรุปลักษณะการมีส่วนร่วม อาจแบ่งโดย

1. การสนับสนุนทรัพยากร คือ การสนับสนุนเงิน วัสดุอุปกรณ์ แรงงาน คือ เข้าร่วมในการวางแผน การประชุมแสดงความคิดเห็น การดำเนินการ การติดตามและประเมินผล
2. อำนาจหน้าที่ของผู้เข้าร่วม คือ เป็นกรรมการเป็นสมาชิกซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วมนี้ แสดงถึงระดับอำนาจของผู้เข้าร่วมจึงมีการโต้แย้งว่า โดยวิธีการพัฒนาความสามารถของประชาชนเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพียงบางส่วน เพราะหลายกรณีประชาชนไม่มีโอกาสเข้าร่วมในการตัดสินใจทางออกที่ควรเป็น ก็คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจของประชาชน
2. หลักความโปร่งใสและความสุจริต เป็นกลไกที่มีความสุจริตและโปร่งใส ซึ่งรวมถึงการมีระบบกติกาและการดำเนินการที่เปิดเผย โดยสามารถเข้าถึงและได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเสรี เป็นธรรม ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ โดยสามารถตรวจสอบการบริหารงานและติดตามผลได้
3. หลักความรับผิดชอบ หมายถึง ภาระความรับผิดชอบต่อสาธารณะในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระทำ กิจกรรมหรือการตัดสินใจใด ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณะโดยกำหนดกฎเกณฑ์เน้นการดำเนินงานเพื่อสนองความต้องการของกลุ่ม
4. หลักความคุ้มค่า ประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) คือ กลไกที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดกระบวนการทำงาน การจัดการองค์การ การจัดสรรบุคลากรและมีการควบคุมการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างคุ้มค่าและเหมาะสม
5. หลักนิติธรรมกฎเกณฑ์ที่ยุติธรรมและชัดเจน (Fair legal Framework and Predictability) คือ มีกรอบของกฎหมายที่ยุติธรรมและเป็นธรรมสำหรับกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งกฎเกณฑ์มีการบังคับใช้และสามารถใช้บังคับได้ ซึ่งคนในสังคมทุกส่วนเข้าใจสามารถคาดหวังและรู้ว่า จะเกิดผลอย่างไร สิ่งเหล่านี้เป็นการประกันความมั่นคง ศรัทธาและความเชื่อมั่นของสมาชิกในกลุ่ม
6. หลักคุณธรรม คือ กลไกทางการเมืองที่ชอบธรรม (Political Legitimacy) คือ เป็นกลไกที่มีองค์ประกอบของผู้ที่เป็นรัฐบาล หรือผู้ที่เข้าร่วมบริหารที่ความชอบธรรมเป็นที่ยอมรับ โดยรวมไม่ว่าจะโดยการแต่งตั้งหรือเลือกตั้งแต่จะต้องเป็นที่ยอมรับว่ามีความสุจริตความเที่ยงธรรมและมีความสามารถที่จะบริหารได้

กล่าวโดยสรุปการบริหารจัดการที่ดีเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันในกิจกรรมต่าง ๆ การบริหารจัดการจำเป็นต้องมีการวางแผน การจัดการองค์การ การสั่งการและการควบคุมและยังต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคน (Man) ด้านเงิน (Money) ด้านวัตถุดิบ (Materials) ด้านวิธีการ (Method) ด้านตลาด (Market) ด้านเครื่องจักร (Machine) เป็นองค์ประกอบหลักในการขับเคลื่อนขององค์กรและหลักการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพในการพัฒนาการบริหารจัดการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ความหมายของธุรกิจชุมชน

กระทรวงศึกษาธิการ (2543, หน้า 11) ได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินกิจกรรมซึ่งส่งเสริมให้ประชาชนในชนบทมีรายได้ โดยพัฒนาความรู้ ความสามารถของประชาชนในการบริหารและจัดการ มีลักษณะการพึ่งพาซึ่งกันและกันและมีผลในการป้องกันการย้ายถิ่น

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2540, หน้า 96 – 98) ได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจกรรมและ/หรือ ช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ มีการเรียนรู้และการจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2545, หน้า 10 – 11) ธุรกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจที่เป็นเจ้าของชุมชนเพื่อชุมชนและบริหารจัดการโดยชุมชน ซึ่งเป็นการบริหารเน้นการกระทำในเชิงธุรกิจ แตกต่างจากการกุศลหรือการช่วยเหลือเกื้อกูลในลักษณะของสหกรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจชุมชนจำเป็นจะต้องแข่งขันทั้งในด้านต้นทุนและคุณภาพกับกิจการที่แสวงหากำไรของธุรกิจเอกชนตามปกติ แต่ที่จำเป็นจะต้องจัดทำเป็นธุรกิจชุมชนก็เพราะสมาชิกแต่ละคนไม่มีความสามารถและความเข้มแข็งทางการเงินพอที่จะแข่งขันได้กับธุรกิจเอกชนเหล่านี้

ขวัญสรอง อติโพธิ์ และอนุชาติ พวงสำลี (2538, หน้า 44) ได้ให้ความหมายว่า ธุรกิจชุมชน คือ การรวมตัวของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบทเพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของธุรกิจ ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานความคิดมุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูปและการตลาด

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในชุมชน เพื่อการผลิต การแปรรูปผลผลิตในชุมชนในรูปแบบของการค้าขายในเชิงธุรกิจ เพื่อการหารายได้และผลกำไรจากการดำเนินกิจกรรมมาสู่กลุ่มกิจกรรมหรือชุมชน โดยอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจของชุมชนเป็นสำคัญและบุคคลในชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมการบริหารจัดการมาจากการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจของชุมชนและมีการร่วมรับผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

สำนักมาตรฐานการศึกษาอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย (2545, หน้า 13 – 15) ได้ให้คำจำกัดความของลักษณะ ประเภทและความสำคัญของธุรกิจชุมชน ไว้ดังนี้

ลักษณะของธุรกิจชุมชน มีดังนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันทีและรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อนสามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

2. รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้า บริการ หรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุนและกำไรเพื่อแบ่งให้สมาชิกตามปกติ โดยคำนึงถึงขนาดของ ตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนักแต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนิน กิจการอยู่ได้อย่างราบรื่นและมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ใน บรรดาสมาชิก

3. ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำแต่ใน สภาพการทำงานที่เป็นมิตรและมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนใน การจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้ไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ ฟุ่มเฟือย

4. การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงาน โดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเองและการเป็นเพื่อน บ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรงสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที

5. การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่ายโดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือ ญาติ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวน หนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกันมีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรค เพราะใช้เงินลงทุนไม่มากทุกคนเป็น สมาชิกไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกให้ทำหน้าที่ บริหารจัดการหรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

ประเภทของธุรกิจชุมชน

1. ธุรกิจการผลิต หมายถึง การผลิตสินค้า โดยการนำเอาวัสดุหรือสินค้าบางชนิดมาแปร สภาพให้เป็นสินค้าใหม่ มีรูปแบบใหม่ ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินการทางด้านการผลิตจะทำการผลิตใน คราวเรือน ซึ่งอาศัยวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ผลิตเครื่องจักสานทอผ้า อุตสาหกรรมจากไม้หรือธุรกิจชุมชนที่ทำการผลิตในกระบวนการที่ต้องอาศัยคนงานจำนวนหนึ่ง เช่น การผลิตวันเส้น การผลิตซีอิ้วในท้องถิ่น เป็นต้น ธุรกิจชุมชนที่ทำการผลิตเองอาจจะดำเนินการ จำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้เองหรืออาจจะขายสินค้าที่ผลิตได้ให้พ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า ต่อไป

2. ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ณ จุดที่ทำการขาย สินค้าที่นิยมจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ได้แก่ สินค้าอุปโภค สินค้าบริโภคทุกชนิด ตั้งแต่ของใช้จำเป็นใน บ้าน เช่น ยาสีฟัน สบู่ ผงซักฟอก หรือสินค้าประเภทอาหาร เช่น ขนมปัง อาหารกระป๋อง หรือ ประเภทยารักษาโรค เช่น ยาแก้ปวดศีรษะ ยาธาตุ ยาสามัญประจำบ้าน จนถึงสินค้าประเภท ของเด็กเล่น เครื่องเขียน เป็นต้น ธุรกิจประเภทนี้เน้นการรวมทุนของสมาชิก โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจะจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในบรรดาสมาชิกและผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการที่ ต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่กำหนดอัตรากำไรไว้สูง

3. ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง กิจการที่ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ และนำสินค้านั้นมาขายต่อให้กับพ่อค้าปลีกหลาย ๆ รายต่อไปธุรกิจค้าส่งนี้สามารถที่จะทำการซื้อ สินค้าจากผู้ผลิตได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็น โรงสีข้าว อาหารแปรรูป อาหารกระป๋อง เสื้อผ้า

รองเท้า เครื่องประดับ ธุรกิจประเภทนี้อาจจะนับได้ว่าเป็นธุรกิจชุมชนขนาดใหญ่และมีความมั่นคงพอสมควรแล้ว

4. ธุรกิจบริการ หมายถึง การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อประกอบธุรกิจบริการ คือ สินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ตัวอย่างของธุรกิจบริการ ได้แก่ บริการนวดแผนไทยและอบสมุนไพร บริการรักษาโรคด้วยสมุนไพร บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เป็นต้น

ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญและมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม แต่บทบาทของธุรกิจชุมชนในการพัฒนาจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจนั้น ๆ ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญหลายประการ ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองร่วมกันกับสมาชิกคนอื่น ถึงแม้จะมีฐานะเป็นลูกจ้างก็มีส่วนในการเป็นเจ้าของประกอบการด้วยเช่นกัน สมาชิกในชุมชนที่มีความสามารถมีความคิดริเริ่ม มีแนวคิดริเริ่มที่สร้างสรรค์สามารถหาประสบการณ์และพิสูจน์ความสามารถโดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญและถ้ามีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคตธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็สามารถพัฒนาไปสู่การประกอบการธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงานในท้องถิ่นมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วยแทนการที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ จึงสามารถใช้กิจการที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนตามต้องการ ยกเว้นแต่จะมีความพึงพอใจที่จะทำงานในเฉพาะส่วนที่ตนมีความชำนาญเท่านั้น

3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนประกอบจากหลาย ๆ แหล่งเพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป โดยในระยะแรกธุรกิจชุมชนได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรมและทักษะที่จำเป็นสำหรับการผลิต ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ที่มาร่วมว่าจ้างให้รับช่วงผลิตต่อก็ลดต้นทุนอย่างไรก็ตาม ลักษณะเช่นนี้อาจจะมีประโยชน์เพียงในระยะเริ่มต้นเพราะในระยะยาวธุรกิจขนาดใหญ่อาจจะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่ค่าแรงถูกกว่า

4. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเท่าไรก็จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มคนเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดน้อยลงเพราะมีการว่าจ้างงานในธุรกิจชุมชน ปัญหาคนไม่มีงานทำน้อยลง เนื่องจากประชาชนมีรายได้ซึ่งส่งผลทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงด้วย ความมั่นคงของประเทศจะมีเพิ่มขึ้นประชาชนมีความเป็นอยู่ที่สุขสบาย มีรายได้ดีและมีงานทำ

5. ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชนบรรลุเป้าหมายสมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็ง ปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้ไม่ว่า

ปัญหายาเสพติดในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันสมควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสังคมอันเกิดจากครอบครัวแตกแยกหรือล้มสลาย จะได้รับการบรรเทาพร้อมกันไปด้วยช่วยให้เกิดเป็นสังคมที่มีความร่มเย็นเป็นสุข

สรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชนเป็นธุรกิจขนาดเล็ก การเริ่มต้นในการดำเนินการสามารถกระทำได้เองโดยคนในชุมชน ทั้งนี้โดยอาศัยทุนที่มาจากชุมชนเป็นทุนในการดำเนินการ ทุนที่เป็นทรัพย์สิน ทุนที่เป็นวัตถุดิบและทุนที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน โดยในการดำเนินงานนั้นคนชุมชนร่วมกันบริหารจัดการ เพื่อให้การดำเนินงานธุรกิจชุมชนนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน ประชาชนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้และเกิดความเข้มแข็ง อีกทั้งยังสามารถกระจายรายได้ออกไปสู่ชุมชนอื่นเป็นการสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนที่รัฐบาลจัดทำขึ้น เพื่อให้ตำบลหรือชุมชนได้ใช้ศักยภาพหรือพลังที่มีอยู่แก้ปัญหาของตัวเองด้วยการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์และพัฒนาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนให้มีเอกลักษณ์ดีเด่น แสดงถึงภูมิปัญญาและของดีที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งสมควรที่จะส่งเสริม สนับสนุน เผยแพร่แสดงถึงความภูมิใจของคนในตำบลที่ได้ร่วมกันพัฒนาให้เกิดขึ้นและธำรงรักษาไว้เพื่อให้ชุมชนรุ่นหลังได้เข้าไปสัมผัสและศึกษา ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายพัฒนาไปสู่ธุรกิจชุมชน เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545, หน้า 1 - 2) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ที่ตลาดรองรับและทำธุรกิจที่ยั่งยืน

คณะอนุกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545, หน้า 3 - 6) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเองเป็นหลัก

กระทรวงอุตสาหกรรม (2544, หน้า 12) ได้ให้แนวความคิด “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นความมุ่งหวังให้กลุ่มราษฎรได้มีอาชีพ มีงานทำ มีรายได้ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ด้วยการทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผู้บริโภคยอมรับได้ด้วยตนเองในตำบล และราษฎรยังคงอยู่ในท้องถิ่น

พิธีสิทธิ์ คำนวนศิลป์ และศุภวัฒน์ วรงค์นวล (2548, หน้า 14) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ถือเป็นหลักการทางเศรษฐกิจที่ต้องการขยายโอกาสศักยภาพของสินค้าท้องถิ่น ความสำเร็จจักเกิดขึ้นได้ต้องดำเนินงานพัฒนาสังคมเศรษฐกิจเชิงรุกอาศัยความร่วมมือ

ของภาคีการพัฒนาต่าง ๆ ควบคู่กับการเสริมสร้างระบบรองรับการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องให้ความสำคัญใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ประชาชน/ชุมชนเข้มแข็งและมีบทบาทในการริเริ่ม ตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมของชุมชนด้วยตนเอง โดยใช้ทุนที่มีอยู่ในชุมชน มีกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาจากภายในมีกฎเกณฑ์กติกาที่จะทำให้สมาชิกได้รับประโยชน์เท่าเทียมกันและองค์กรปกครองท้องถิ่นมีส่วนร่วม

2. การมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาอย่างจริงจัง โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือมีระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ การแลกเปลี่ยนความรู้และการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ

3. กระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล ประกอบกับการมีระบบสนับสนุนที่ดี กลไกการประสานงานและการสื่อสารที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพการจัดการความรู้ของเครือข่ายพันธมิตร

4. รากฐานทางสังคมที่เข้มแข็งในการรองรับการพัฒนา ประกอบด้วย (1) ระบบโครงสร้างพื้นฐานและการจัดบริการทางสังคมต่าง ๆ ที่มีคุณภาพ (2) คุณภาพและทักษะของบุคลากรในระบบเหล่านี้ (3) สภาพแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เช่น ระบบข้อมูล กฎระเบียบ เป็นต้น

กรมพัฒนาชุมชน (2545, หน้า 6) ได้ให้แนวความคิดของ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนเกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้นและรวมเป็นเครือข่ายภายในตำบล

ซึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ดังนั้น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบทและสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น

หลักการพื้นฐานของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ชุมชนจะไปสู่ตลาดต่างประเทศได้ ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance – Creativity) คนในชุมชนต้องช่วยกันคิดค้นและพัฒนาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไม่ซ้ำแบบกับคนอื่น

3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) มุ่งผลิตบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในชุมชน เน้นการวางแผนด้านการตลาด การผลิตและการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ซึ่งหลักการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่นเพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนในด้านเทคนิคเพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือทางด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาด ชุมชนท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายหรืออาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการดังนี้

1. มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงอย่างเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. พัฒนาการทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางตลาดมุ่งเน้นการผลิตและการบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2545, หน้า 3 -5)

กล่าวโดยสรุปนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แถลงต่อรัฐสภาและระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 (OTOP Product Champion : OPC)

สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตาก (2553, หน้า 27-43) กล่าวถึง แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2553 ว่าการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion : OPC) เป็นโครงการตามนโยบายการดำเนินงาน เพื่อจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1 – 5 ดาว) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

2. เพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

3. เพื่อเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไปจนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน

4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity)
 2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
 3. ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีความภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)

4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

คุณสมบัติของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่สามารถส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรฯ

1. เป็นผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2555 ของจังหวัด

2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2555

3. ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรฯ ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดและหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่งก่อนวันสมัครเข้าคัดสรรฯ เช่น อย. มพข. มอก. ฮาลาล คิว (Qmark) GAP GMP HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ทั้งนี้ กรณีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีหากไม่มีมาตรฐานได้รับรองให้สามารถส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ได้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระหว่างขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ถือปฏิบัติ ดังนี้

3.1 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่สามารถใช้หนังสือรับรองจากหน่วยงานที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นหลักฐานแทนใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะถือว่าขาดคุณสมบัติและไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์

3.2 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP รายเก่าซึ่งใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมดอายุสามารถใช้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้ ทั้งนี้ ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่จะนำผลคะแนนที่ได้คูณด้วย 1 แต่หากยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ในห้วงเวลาดังกล่าวผลคะแนนที่ได้จะคูณด้วย 0.75

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสามารถส่งเข้าคัดสรรฯ

ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าสามารถส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่

กำหนดไว้ตามข้อ 3 ส่งสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้รายละเอียด 1 ผลิตภัณฑ์ (กรณีผลิตภัณฑ์เดี่ยว) หรือ 1 ชุด (กรณีชุดผลิตภัณฑ์)

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ

ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์ตามนิยามความหมายที่ระบุต่อไป

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน ออ. มผช. มอก. ฮาสาท คิว (Qmark) GAP GMP HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เช่น มะม่วง สับปะรด ส้มเขียวหวาน มังคุด ส้มโอ กล้วย เป็นต้น กรณีพันธุ์ไม้ เช่น กิ่งพันธุ์มะม่วง กิ่งพันธุ์มะปราง ไม้ประดับ ฯลฯ ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้

1.2 ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น น้ำผึ้ง ข้าวสาร ข้าวกล้องข้างฮาง เป็นต้น เนื้อสัตว์แปรรูป เช่น เนื้อโคขุน เนื้อนกอกรอกเทศแช่แข็ง หมูแดดเดียว หมูยอ แหนม ไส้อั่ว ไส้กรอก ปลาอบรมควัน หอยจ้อ เป็นต้น อาหารประมงแปรรูป เช่น ไส้กรอกปลา ปลาช่อนแดดเดียว ปลาสลิดแดดเดียว ส้มปลาตัวน้ำบูดู กะปิ กุ้งแห้ง น้ำปลา ปลา ร้า เป็นต้น กรณีสัตว์ที่มีชีวิต เช่น ไก่ชน ปลากัด ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้ เพราะไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น

1.3 อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/กึ่งสำเร็จรูป เช่น ขนมเค้ก แฉก้วย ขนมโมจิ เต้าส้อ กระจยาสารท กล้วยฉาบ กล้วยอบ มะขามปรงรส ทูเรียนทอด กาละแม กะหรี่ปั๊ป ขนมทองม้วน ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น น้ำพริกเผาและน้ำพริกต่าง ๆ แจ่วบอง น้ำจิ้มสุกี้ น้ำปลาหวาน ผักกาดดอง พริกไทย แคบหมู ไข่เค็ม กุนเชียง หมูทุบ หมูแผ่น เป็นต้น

2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แอลกอฮอล์ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลายและผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มรังก กาแฟคั่ว กาแฟปรุงสำเร็จ ขิงผลสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน ชาสมุนไพร ชาชัค น้ำแฉก้วย น้ำเต้าหู้ นมสด นมข้าวกล้อง เป็นต้น

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกาย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม

3.1 ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืนที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอถักเป็นฝืนมีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนฝืนผ้า ทำด้วยมือหรือเครื่องจักร รวมถึงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบผสม เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผ้าบาติก ผ้าถุง ผ้าปักชาวเขา ผ้าคลุมผม หมวกกะปิเยาะ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าสำเร็จรูปบุรุษ - สตรี เป็นต้น

3.2 เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจากวัสดุทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ เป็นต้น และเพื่อความสวยงาม เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กำไล นาฬิกาข้อมือ เนคไท หมวกแฟชั่น เป็นต้น

4. ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้านสถานที่ต่าง ๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอยหรือประดับตกแต่งหรือให้เป็นของขวัญ เพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอยในบ้าน ตกแต่งบ้าน รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นและสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และใช้แรงคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน

4.1 ไม้ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กล้องไม้ นาฬิกาไม้ตั้งโต๊ะ โคมไฟกะลามะพร้าว ของเล่นเด็ก เครื่องดนตรี ตู้พระธรรม เรือจำลอง แจกันไม้ กรมนก ไม้แขวนเสื้อ เป็นต้น

4.2 จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติก นำมาจักสานหรือถักสาน ถักทอ เป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระจูดสาน เสื่อกก ที่รองจานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน กระจาด กระจุง กระด้ง กระติ๊บข้าว เชือกมัด เปลยวน โคมไฟผักตบชวา ไม้กวาด กระเช้าถ้าวลัย พรหมเช็ดเท้า ผาซี หมวกสานไม้ไผ่ เป็นต้น

4.3 ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กล้วยไม้ ผลไม้ ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือ/และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษเป็นหลัก เช่น ฤกษ์กระดาษ กล่องกระดาษ ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4.4 โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่าง ๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสหุบ ทองเหลืองหุบ บรอนซ์ แกะสลัก ที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

4.5 เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดินสอพอไปขึ้นรูปและนำไปเผาด้วยความร้อนสูงเพื่อเป็นภาชนะ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะ กระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระจกต่าง ๆ เป็นต้น

4.6 เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรหมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ ถูมือถือสำหรับทำการเกษตร เป็นต้น

4.7 ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจากข้อ 4.1 – 4.6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน วัสดุเปเปอร์มาเช่ กระจก ซีเมนต์ ต้นไม้มงคล ตุ๊กตาจากดินไทย ผลไม้เผาตุ๋น กลิ้น พระพุทธรูป เป็นต้น

5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอาจใช้ประโยชน์และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอาง สมุนไพร วัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ยุงหรือกำจัดแมลง และรวมถึง

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการแพทย์ เช่น น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้มควันไม้ เป็นต้น ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 5.1 ยาจากสมุนไพร
- 5.2 เครื่องสำอางสมุนไพร
- 5.3 วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 ผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์มีระดับเดียว คือ ระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภท ผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับตามค่าคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 - 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากล
3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 - 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 - 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาว ได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและพัฒนายาก

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตาก

ประวัติความเป็นมา

เมืองตาก ในอดีตเป็นเมืองที่มีชาวมอญอยู่มาก่อน ดังมีหลักฐานศิลปมอญปรากฏอยู่ที่ อำเภอ บ้านตากมีประวัติความเป็นมาเก่าแก่และเป็นหนึ่งในหัวเมืองที่มีอายุชั้เกินกว่าสองพันปีขึ้นไป เมื่อมีการอพยพของชนชาติไทยจากลุ่มน้ำแยงซีเกียงตอนใต้ลงมาตามแนวลำน้ำคง (ลำน้ำสาละวิน) มีพวกหนึ่งได้ข้ามลำน้ำสาละวินผ่านลุ่มน้ำเมยหรือแม่น้ำตองยีนเข้ามาทางช่องเขาด่าน อำเภอแม่สอดและมาถึงบริเวณที่ปัจจุบันเรียกว่า “เมืองตาก” ผู้นำกลุ่มคนไทยที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่เมืองตากในยุคนั้น ได้ตั้งตนเป็นกษัตริย์ปกครองสืบทอดต่อเนื่องกันมาจนถึงปี พ.ศ. 560 รัชสมัยพระเจ้าสักคำ ซึ่งเป็นกษัตริย์เมืองตากที่ยิ่งใหญ่มาก มีอาณาเขตที่อยู่ในอำนาจแผ่ไปจนจรดทะเลอันดามัน ดังมีบันทึกในพงศาวดารเหนือกล่าวว่า ในรัชสมัยพระเจ้าสักคำนั้นเมืองตากมีการค้าขายกับเมืองอินเดียด้วย เมืองตากคงจะเสื่อมลงในช่วงพุทธศตวรรษที่ 10 พระยาภาสกรธาดา ผู้เป็นกษัตริย์เมืองตากที่อพยพมาจากตอนใต้ของลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียงได้โยกย้ายไปสร้างราชธานีขึ้นใหม่ที่เมืองละโว้ทางตอนใต้ของเมือง

ตะวันออก สูงกว่าระดับน้ำทะเล 116.2 เมตร มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทาง 426 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทางเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูน และลำปาง
ทางตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ทางใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดกาญจนบุรี
ทางตะวันตก	ติดต่อกับ	รัฐกะเหรี่ยง สหภาพพม่า โดยมีแม่น้ำสายสำคัญแบ่งเขต

แดนระหว่างไทยกับพม่า ซึ่งก็คือ แม่น้ำเมย

ลักษณะภูมิประเทศ สภาพภูมิประเทศของจังหวัดตากเป็นพื้นที่ตามแนวเทือกเขา พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นป่าไม้และภูเขาสูง โดยเฉพาะพื้นที่ทางด้านตะวันตกของจังหวัด โดยสภาพพื้นที่จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ โดยมีเทือกเขาถนนธงชัยกั้นกลาง ทำให้ลักษณะภูมิอากาศแตกต่างกันไป เนื่องจากเทือกเขาถนนธงชัยเป็นตัวปะทะมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดมาจากมหาสมุทรอินเดีย และทะเลอันดามัน ทำให้ซีกตะวันออกได้รับความชุ่มชื้นจากลมมรสุมไม่เต็มที่ สภาพแห้งแล้งส่วนฝั่งตะวันตกจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมมากกว่าทำให้ปริมาณฝนตกมีความชุ่มชื้นโดยเฉพาะในที่อยู่เขตภูเขา

ส่วนที่ 1 ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออก ประกอบด้วย 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงาและอำเภอวังเจ้า สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงและที่ราบสูงลาดเอียงลงไปทางทิศตะวันออกสู่แม่น้ำปิงและแม่น้ำวัง ทำให้เกิดพื้นที่ราบแคบริมสองฝั่งของแม่น้ำ

ส่วนที่ 2 ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันตก ประกอบด้วย 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด อำเภออุ้มผางและอำเภอท่าสองยาง ภูมิอากาศได้รับอิทธิพลมาจากมหาสมุทรอินเดียและทะเลอันดามัน มีความชุ่มชื้น ฝนตกมากกว่าซีกด้านตะวันออก

การปกครอง แบ่งเขตการปกครองแบ่งออกเป็น 9 อำเภอ คือ

1. อำเภอเมืองตาก
2. อำเภอบ้านตาก
3. อำเภอสามเงา
4. อำเภอแม่ระมาด
5. อำเภอท่าสองยาง
6. อำเภอแม่สอด
7. อำเภอพบพระ
8. อำเภออุ้มผาง
9. อำเภอวังเจ้า

ส่วนการปกครองท้องถิ่นจำแนกได้ คือ 1 เทศบาลนคร 1 เทศบาลเมือง 15 เทศบาลตำบล 53 อบต. ตำบล 63 ตำบล 559 หมู่บ้าน และ 171,090 หลังคาเรือน

ประชากร

มีประชากรทั้งสิ้น 517,785 คน แยกเป็นชาย 262,578 คน เป็นหญิง 255,207 คน

อาชีพหลัก

ได้แก่ เกษตรกรรม การทำนา เพาะปลูกพืช เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเขียว ถั่วเหลือง

มะม่วง หนูน กกล้วยไข่ การประมงน้ำจืด การเลี้ยงวัวพันธุ์เนื้อ ซึ่งเป็นอาชีพที่ได้รับการส่งเสริม ส่วนอาชีพรองได้แก่ การค้าและการบริการ

การศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมานับถือศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม

การสาธารณสุข

จำนวนสถานพยาบาล 13 แห่ง สถานีอนามัย 115 แห่ง ศูนย์บริการสาธารณสุข 2 แห่ง

สถานที่ท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติลานสาง	น้ำตกทีลอซู
ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน	ศาลสมเด็จพระนเรศวร
วนอุทยานแห่งชาติเขาพระบาท	น้ำพุร้อนแม่กาษา
ศาลเจ้าพ่อพระวอ	ศาลเจ้าพ่อขุนสามชน
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร	เขื่อนภูมิพล
อุทยานแห่งชาติขุนพะวอ	อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ
อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช	อุทยานแห่งชาติแม่เมย

กลุ่มผู้ผลิต

จังหวัดตากนั้นมีผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสมัครเข้าคัดสรรการค้าตัดสรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553 ที่ลงทะเบียนมีจำนวนทั้งสิ้น 318 กลุ่ม โดยแยกแต่ละอำเภอ ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2553 จังหวัดตาก (แยกประเภทผู้ผลิต)

อำเภอ	กลุ่มชุมชน	ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว	ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	รวมทั้งสิ้น
เมือง	38	25	-	63
บ้านตาก	19	7	-	26
สามเงา	9	6	1	16
แม่ระมาด	20	4	-	24
ท่าสองยาง	16	3	-	19
แม่สอด	16	73	2	91
พบพระ	20	9	1	30
อุ้มผาง	14	10	-	24
วังเจ้า	19	5	1	25
รวม	171	142	5	318

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตาก, 2553.

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฬารัตน์ บุษบงษ์ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาวอำเภอเมือง จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพารา 2) ศึกษาถึงข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานของสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาวอำเภอเมือง จังหวัดตราด ในด้านการบริหารจัดการทางการเงิน การบริหารจัดการทางด้านบุคคล การบริหารจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการด้านการจัดการ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะผู้บริหารและสมาชิกสหกรณ์ยางพารา จำนวน 224 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทดสอบค่า T-test การทดสอบค่า F-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) เพศหญิงและเพศชาย มีจำนวนเท่ากัน อายุมากกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับ 10,000 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่ปลูกยางพารา 10 – 20 ไร่ ระยะเวลาที่ปลูกยางพารา 15 – 20 ปี ส่วนใหญ่ไม่มีลูกจ้างปลูกยางพารา ใช้ทุนในการปลูกยางพาราจากกองทุนสหกรณ์การทําสวนยาง 2) สภาพการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอเมือง จังหวัดตราด ทั้ง 4 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบปัญหาและความต้องการของคณะผู้บริหารและสมาชิกสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอเมือง จังหวัดตราด จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการบริหารด้านการจัดการไม่แตกต่างกันมีเพียงสมมติฐาน 3 ข้อ เมื่อทดสอบพบว่าระดับการศึกษา ขนาดของพื้นที่ปลูกยางและระยะเวลาที่ปลูกยางพารามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานของสหกรณ์ยางพาราต้องให้ความสนใจในด้านต่าง ๆ ต่อสมาชิกให้ดีตามความต้องการของสมาชิกและการบริการที่มีความประทับใจให้ความเป็นธรรมต่อสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ยางพาราจะทำให้สมาชิกเกิดความศรัทธาและเข้ามามีส่วนร่วมกับสหกรณ์การเกษตร ซึ่งถือเป็นปัจจัยจะส่งผลให้สหกรณ์มีความเจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จต่อไป

จันทิรา มุณละศรี (2547) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการและแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างและสังเกตอย่างมีส่วนร่วม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) หน้าที่ทางธุรกิจ ด้านการตลาด ไม่มีการกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่มีการวางแผนการตลาด ใช้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นตัวกำหนด เนื่องจากกลุ่มขาดความรู้เรื่องการตลาด ด้านการผลิต ได้มีการจัดหน้าที่ในการผลิตของสมาชิกได้เป็นอย่างดี มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีการให้สมาชิกได้รับการฝึกทักษะอย่างต่อเนื่องแต่ไม่ตรงกับความต้องการของสมาชิก มีการประเมินผลการทำงานของสมาชิกปีละ 1 ครั้ง ไม่มีการกำหนดเวลาการทำงาน ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการปฏิบัติงานของ

สมาชิก กลุ่มจะขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้าในฤดูเก็บเกี่ยว ด้านการเงิน ขาดเงินทุนหมุนเวียน ในการดำเนินงาน บางครั้งไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจ่ายค่าแรงงานให้กับสมาชิก กลุ่มไม่มีการจัดทำ ระบบบัญชีตามหลักสากล ทำให้ไม่ทราบอัตราหมุนเวียนของเงินทุนและระบบรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ด้านองค์กรและการจัดการ มีการบริหารงานในลักษณะระบบงานถ้อยที่ถ้อยอาศัย คณะกรรมการมักจะปฏิบัติหน้าที่ที่ไม่ตรงตามที่ได้รับแต่งตั้ง การทำงานของกลุ่มทำงานแบบ ครอบครัว โดยเน้นให้ทุกคนทำงานตามความสามารถและความเหมาะสม มีส่วนร่วมในการผลิต สินค้าเท่า ๆ กัน 2) แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มควรมีการส่งเสริมการขายโดยเน้นการ จำหน่ายขายตรง เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้มากขึ้น จัดหาแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ เพื่อ สนับสนุนการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์และรับสมาชิกเพิ่ม เพื่อจะได้มีแรงงานในผลิตสินค้าเป็นการ ขยายกลุ่มให้เติบโตขึ้น สร้างรายได้ให้กับชุมชน ปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการบริหาร จะทำให้เกิด ประสิทธิภาพขึ้นในการปฏิบัติงานเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชน

ทัศนาวลัย พรหมเสน (2547) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการ ผลิตระยะยาวที่ชัดเจน การผลิตขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่สั่งซื้อและปริมาณเงินทุนของกลุ่ม และมีปัญหาทางด้านการผลิตที่สำคัญได้แก่ ปัญหาวัตถุดิบราคาแพงและความไม่เพียงพอของเงินทุน ส่วนปัญหาทางด้านการตลาดได้แก่ ปัญหาการขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ได้ในราคาต่ำและการขาดตลาดรองรับที่แน่นอน แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นหน่วยงานภาครัฐจะต้องเป็นแกนนำในการ สนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาขึ้น และที่สำคัญอย่างยิ่งกลุ่มผู้ผลิตจะต้องให้ความร่วมมือในการ พัฒนานี้ด้วย

เพ็ญศรี ชื่นชม (2544) ได้ทำการศึกษาสภาพการดำเนินงานปัญหาและความต้องการกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานปัญหาและความต้องการกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคือ เพื่อสร้างรายได้ เสริมให้แก่ครัวเรือน การดำเนินการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายเองกับขายผ่านคนกลาง จำนวนแรงงานที่ร่วมทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่าง 6-10 คน ผู้มีหน้าที่ดูแลด้านการเงิน คือ เหม่ญญิก ทางด้านบัญชี คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านและ ปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้กู้เงินจากสถาบันการเงิน ปัญหาในการดำเนินงานและ ความต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีปัญหาด้านการจัดการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีระดับ ความสำคัญของปัญหา คือ ความรู้เกี่ยวกับแผนการดำเนินงานล่วงหน้าวิธีการจัดทำรายงานผลการ ปฏิบัติงานเพื่อแจ้งให้สมาชิกกลุ่มทราบ การจัดการกลุ่ม และวิธีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับสมาชิก กลุ่มปัญหาทางการเงินโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือการวางแผนด้านงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการบริหาร จำนวนเงินที่ที่จะใช้ในการขยายงานจำนวนเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม ระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ส่วนของปัญหาและความต้องการอื่น ๆ

ในการจัดการส่วนใหญ่ พบว่าสมาชิกกลุ่มไม่ทราบบทบาทหน้าที่ของตนเองและในด้านการเงินส่วนใหญ่ พบว่า ต้องการฝึกอบรมการจัดทำบัญชี

รัตติยา คงสมปี (2548) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ศึกษากรณี อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ศึกษากรณี อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการบางแห่งไม่มีความรู้ทางการตลาดรวมทั้งสถานที่ในการจัดจำหน่าย ขาดการสนับสนุนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกได้ ภาครัฐได้จัดการอบรมทางด้านบรรจุภัณฑ์โดยการอบรมให้มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมให้ทำธุรกิจทำบรรจุภัณฑ์ แต่การทำงานจริงไม่สอดคล้องกัน เพราะการอบรมภาครัฐจะกล่าวแบบโดยรวม การออกแบบจึงมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์บางอย่างเท่านั้น ทำให้การเข้ารับการอบรมของผู้ประกอบการนั้นบางกิจการไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

วลีรักษ์ สิทธิสม (2553) ได้ศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัด นนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP 2) ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 113 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ขั้นตอนที่ 2 คือ ใช้การประชุมกลุ่มย่อย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการสังเคราะห์จากการประชุมกลุ่มย่อย ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมากที่สุด และความเป็นไปได้ทางการตลาดมีเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมน้อยที่สุด 2) ด้านการบริหารจัดการ พบว่ามีการสั่งการเกี่ยวกับภาวะการณ์เป็นผู้นำมากที่สุด และการวางแผนการใช้วัตถุดิบน้อยที่สุด 3) ด้านสภาพความพร้อมการดำเนินงาน พบว่ามีความพร้อมในด้านโทรศัพท์ อยู่ในระดับมาก และการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมน้อยที่สุด 4) การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่า มีการรับรองสินค้ามากที่สุดและมีการหาวัตถุดิบน้อยที่สุด แนวทางในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี มี 4 แนวทางได้แก่ 1. สร้างผู้ประกอบการให้เป็นผู้นำในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา 2. ควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น โดยการตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละจังหวัด 3. มีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนและอนุมัติผลเร็ว 4. ภาครัฐใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้และส่งเสริมให้เกิดความนิยม และรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ผลิตในประเทศ เพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคให้สูงขึ้น

ศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทัง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการ 2) แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทัง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี วิธีดำเนินการวิจัย มี 2 ชั้น คือ ชั้นที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการ ชั้นที่ 2 นำมาหาแนวทางการบริหารจัดการ โดยการจัดประชุมสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จำนวน 92 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาการบริหารจัดการกลุ่ม

ทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทั้ง โดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากปัญหาสูงสุด ได้แก่ ปัญหาด้านการควบคุมติดตาม ปัญหาด้านการบริหารงานบุคคล ปัญหาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการวางแผนปฏิบัติงาน 2) แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทั้ง ประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ 1. ด้านการบริหารงานบุคคล คือ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารแต่ละคนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น 2. ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน คือ จัดอบรมสัมมนาเพิ่มพูนประสิทธิภาพคณะกรรมการบริหารในเรื่องการวางแผนการควบคุมและติดตามการจัดทำแผนปฏิบัติงาน จัดให้มีการศึกษาดูงานกลุ่ม 3. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ในเรื่องเทคนิคการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมแรงจูงใจให้กับคณะกรรมการบริหารประสานกับกลุ่มอื่น ๆ 4. ด้านการควบคุมติดตาม คือ การแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุม ตรวจสอบภายใน และการกำหนดรูปแบบการควบคุมการขาย

ศิรินทร ชัยเวทย์ (2550) ได้ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชน จังหวัดหนองคาย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 2) ศึกษาปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 3) เปรียบเทียบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีความแตกต่างกัน ในเรื่องประเภทธุรกิจระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก 4) เปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีความแตกต่างกัน ในเรื่องประเภทธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 150 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน F-test ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทอาหาร ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1- 3 ปี มีจำนวนสมาชิกในกลุ่มธุรกิจ 11 - 20 คน มีจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก 50,001 - 100,000 และการระดมเงินทุนจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 2) กลุ่มธุรกิจชุมชน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการเงินทุน ด้านการบริหารการผลิต และด้านบริหารจัดการ 3) กลุ่มธุรกิจชุมชน มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการเงินและทุน ด้านการบริหารการผลิต สำหรับระดับปานกลาง คือ ด้านการบริหารการตลาด

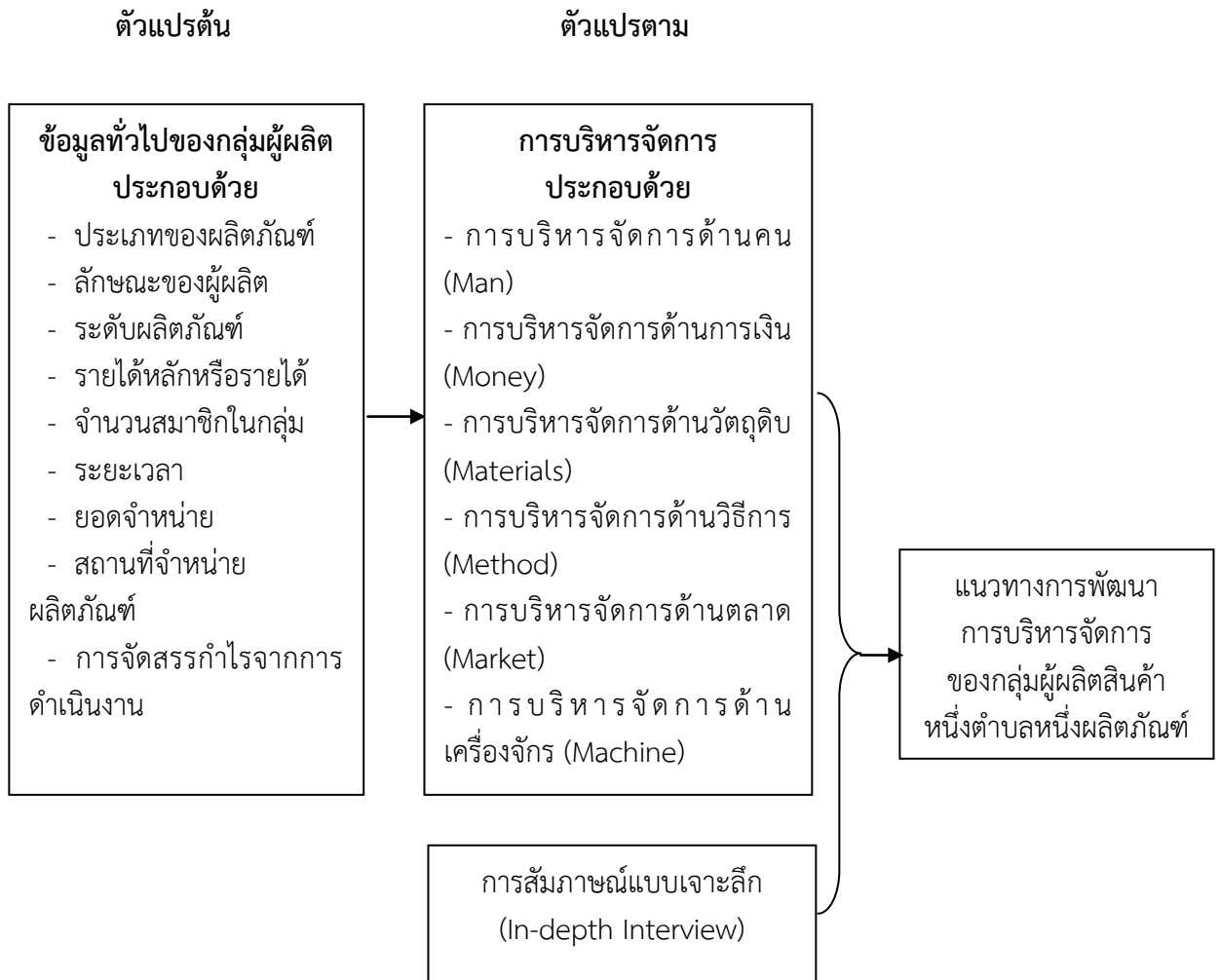
ศรารุช สุรศิลป์ (2547) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิต ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิต ส่วนใหญ่เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีงานทำและรายได้เพิ่ม การปฏิบัติงานของสมาชิกทำเต็มเวลา มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้วยตนเองบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ส่วนใหญ่บรรจุในถุงหรือกล่องที่ทำด้วยกระดาษ ตลาดในและต่างประเทศเป็นตลาดเป้าหมายหลักในการจำหน่ายสินค้า เครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่ได้รับคืออาหารและยาและส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาแนวทางการบริหารงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มผู้ผลิตที่มีสถานภาพส่วนบุคคลส่วนใหญ่คัดเลือกสมาชิกเป็นบุคคลที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียง กำหนดภาระหน้าที่จากความถนัดหรือความสามารถของสมาชิก มีการกำหนดรายละเอียดวัตถุประสงค์ที่

ต้องการอย่างชัดเจนและครบถ้วน พัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับร้านค้าชุมชนและมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและผลิตสินค้าให้เป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น กำหนดภาระหน้าที่จากความถนัดหรือความสามารถของสมาชิกมีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยบันทึกการขายการค้า มีการวิเคราะห์และเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบปัจจุบันในท้องตลาด พัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้นพัฒนาสมาชิกภายในกลุ่มด้วยการฝึกอบรมและนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน และดำเนินการผลิตสินค้าให้มีความแตกต่างจากผู้ค้ารายอื่นและพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นพัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น และทำการผลิตสินค้าให้ตรงความต้องการตลาดหรือผู้บริโภคมากที่สุด กลุ่มผู้ผลิตที่มีสภาพภาพกลุ่มชุมชนส่วนใหญ่คัดเลือกสมาชิกเป็นบุคคลที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียง กำหนดภาระหน้าที่จากความถนัดหรือความสามารถของสมาชิก มีการกำหนดรายละเอียดวัตถุดิบที่ต้องการอย่างชัดเจนและครบถ้วนพัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้นสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับร้านค้าชุมชนและมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและทำการผลิตสินค้าให้ตรงความต้องการตลาดหรือผู้บริโภคมากที่สุดสรุปได้ว่า ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่า เงินทุนหมุนเวียนมีไม่เพียงพอ สำหรับการดำเนินงานของกลุ่ม และมีความต้องการในการพัฒนาการดำเนินงาน คือ ต้องการแหล่งเงินทุนสนับสนุนที่ปลอดดอกเบี้ยหรือมีดอกเบี้ยต่ำ

อาทิตตยา นิลสุข (2552) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี : กรณีศึกษาชนมหม้อแกง ในจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตชนมหม้อแกงในจังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ผู้ผลิตชนมหม้อแกงและได้นำชนมหม้อแกงไปลงทะเบียนเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 12 ราย แบ่งประเด็นการบริหารจัดการเป็น 6 เรื่อง (6Ms) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานราชการให้การสนับสนุนมีลักษณะเป็นธุรกิจชุมชน มีการนำผลิตภัณฑ์ชนมหม้อแกงไปลงทะเบียนเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามโดยนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนของรัฐบาล แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้ส่งชนมหม้อแกงเข้ารับการคัดสรร เนื่องจากยังไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐาน ไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รายได้จากการจำหน่ายไม่มากและยังไม่พร้อมที่จะเข้าร่วมการคัดสรรฯ ในด้านการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการในประเด็น 6 Ms สรุปได้ว่า การบริหารจัดการด้านคน สมาชิกหรือแรงงานจะอยู่ในหมู่บ้าน/ชุมชนนั้น การบริหารจัดการด้านเงินมีการจัดสรรรายได้อย่างเป็นธรรมและโปร่งใส การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบจะใช้แหล่งวัตถุดิบภายในหมู่บ้านและจากแหล่งใกล้เคียง การบริหารจัดการด้านวิธีการ มีการใช้กระบวนการบริหารแต่ไม่เป็นทางการจะทำงานร่วมกันแบบเป็นกันเอง การบริหารจัดการด้านตลาดมีการผลิตชนมหม้อแกงตามที่ต้องการ สำหรับการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกลมีเครื่องมือเครื่องใช้ตามสภาพและไม่มีปัญหาด้านการทำลายสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีของ (สมคิด บางโม , 2541) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก” มีวิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีเชิงผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พัฒนาการอำเภอ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ จำนวนทั้งสิ้น 10 คนและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก จำนวน 318 กลุ่ม (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตาก, 2553, หน้า 66)

กลุ่มตัวอย่าง มี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มาลงทะเบียนเข้ารับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) (1967, p. 886 - 887) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 180 กลุ่ม ตามตารางที่ 3

2. ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พัฒนาการอำเภอเมืองตาก จำนวน 1 คน พัฒนาการอำเภอแม่สอด จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอเมืองตาก จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอแม่สอด จำนวน 2 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอพบพระ จำนวน 2 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอแม่ระมาดจำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภออุ้มผาง จำนวน 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอวังเจ้า จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงและใช้เกณฑ์การเลือกจากอำเภอที่มีการลงทะเบียนของกลุ่มผู้ผลิตมากที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอ	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
เมือง	63	35
บ้านตาก	26	15
สามเงา	16	10
แม่ระมาด	24	13
ท่าสองยาง	19	10
แม่สอด	91	52
พบพระ	30	17
อุ้มผาง	24	14
วังเจ้า	25	14
รวม	318	180

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของกลุ่มผู้ผลิต ระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การบริหารจัดการทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย การบริหารจัดการด้านคน (Man) การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials) การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ผลที่ได้นำเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถาม ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาประเด็นคำถามจากวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาคำถามสามารถปรับได้ตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยอาศัยวิธีการตั้งคำถามที่มีความเข้าใจง่าย

3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มาลงทะเบียนในแต่ละอำเภอของจังหวัดตาก แล้วผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามชุดที่สมบูรณ์ จำนวน 180 ชุด

4. ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ทั้งหมดนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาประเด็นคำถามจากวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาคำถามสามารถปรับได้ตามลักษณะของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยอาศัยวิธีการตั้งคำถามที่มีความเข้าใจง่าย

3. ทำหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญแล้วดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลทั้ง 10 คน ได้แก่ พัฒนาการอำเภอและนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการในแต่ละอำเภอ

4. แล้วเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปผล โดยการสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการจัดลำดับการบริหารจัดการแบ่งออกเป็น 6 ประเด็น เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตต่อไป

เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดตาก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของกลุ่มผู้ผลิต ระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม

ส่วนที่ 2 การบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านคน (Man) การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) และการบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ระดับคะแนน		ระดับการปฏิบัติ
5	หมายถึง	ปฏิบัติการมากที่สุด
4	หมายถึง	ปฏิบัติการมาก
3	หมายถึง	ปฏิบัติการปานกลาง
2	หมายถึง	ปฏิบัติการน้อย
1	หมายถึง	ปฏิบัติการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ (In-depth Interview) กับพัฒนาการอำเภอและนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 การเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการทั้ง 6 ด้าน ดังนี้ การบริหารจัดการด้านคน (Man) การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) และการบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรง (Validity) การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องและได้นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ทำการตรวจสอบภาษา โครงสร้างและผู้ทรงคุณวุฒิที่แนะนำทางด้านการประเมินผลเพื่อสามารถที่จะวัดแบบสอบถามได้ตรงกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัด แล้วนำเนื้อหาภาษาที่ใช้มาปรับปรุงให้เหมาะสมและมีความถูกต้องก่อนนำไปใช้

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง แล้วนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1960) ได้รับค่าความเชื่อมั่น 0.98

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1 ร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของกลุ่มผู้ผลิตระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม

2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายระดับการบริหารจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 6 ด้าน คือ การบริหารจัดการด้านคน (Man) การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) และการบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) โดยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	ระดับการนำมาใช้	ปฏิบัติมากที่สุด
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	ระดับการนำมาใช้	ปฏิบัติมาก
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	ระดับการนำมาใช้	ปฏิบัติปานกลาง
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	ระดับการนำมาใช้	ปฏิบัติน้อย
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	ระดับการนำมาใช้	ปฏิบัติน้อยที่สุด

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แล้วนำมาสรุปประเด็น โดยการสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการจัดลำดับการบริหารจัดการออกเป็น 6 ประเด็น เพื่อมานำเสนอด้วยข้อมูลเชิงพรรณนา

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาหัวข้อเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก” ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนทั้งสิ้น 180 กลุ่มและผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 10 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต
- ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ
- ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต

กลุ่มผู้ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของผลิตภัณฑ์		
อาหาร	51	28.3
เครื่องดื่ม	12	6.70
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	73	40.6
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	6	3.30
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	38	21.10
ลักษณะของผู้ผลิต		
กลุ่มชุมชน	86	47.80
ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว	91	50.60
SMEs	3	1.70
ระดับผลิตภัณฑ์		
5 ดาว	5	2.80
4 ดาว	43	23.90
3 ดาว	23	12.80
2 ดาว	16	8.90
1 ดาว	4	2.20
ไม่มีดาว	89	49.40

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กลุ่มผู้ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม		
รายได้หลัก	87	48.30
รายได้เสริม	93	51.70
จำนวนสมาชิกในกลุ่ม		
1 - 10 คน	135	75.0
11 - 20 คน	28	15.60
21 - 30 คน	8	4.40
มากกว่า 30 คน	9	5.00
ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม		
ยังไม่ถึง 1 ปี	22	12.20
1 - 3 ปี	42	23.30
4 - 6 ปี	39	21.70
7 - 9 ปี	23	12.80
10 - 12 ปี	27	15.00
มากกว่า 12 ปี	27	15.00
ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ย/เดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	58	32.20
10,001 - 30,000 บาท	52	28.90
30,001 - 50,000 บาท	31	17.20
50,001 - 70,000 บาท	10	5.60
70,001 - 100,000 บาท	13	7.20
มากกว่า 100,000 บาท	16	8.90
สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์		
ร้านค้าตนเอง	117	40.07
หาบเร่แผงลอย	11	3.77
ร้านค้าชุมชน	55	18.84
ร้านอาหารทั่วไป	12	4.11
ห้างสรรพสินค้า	10	3.42
จุดขายของฝากประจำจังหวัด	40	13.70
ร้านค้าปลีก	47	16.09

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กลุ่มผู้ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
การจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม		
เก็บไว้เป็นทุนในการดำเนินงาน	177	57.84
มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล	11	3.60
ให้ทุนการศึกษาเด็กในชุมชน	18	5.88
จ่ายเป็นเงินปันผลให้สมาชิกผู้ถือหุ้น	62	20.26
จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ให้สมาชิกกลุ่ม	27	8.82
จัดทัศนศึกษา	11	3.60
รวม	180	100

จากตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประเภทของผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 73 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.6 ประเภทอาหาร จำนวน 51 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 28.30 ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก จำนวน 38 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 21.10 ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 6.70 และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.30 ลักษณะของผู้ผลิตเป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 91 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.60 เป็นกลุ่มชุมชน จำนวน 86 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.80 และ SMEs จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.70 ระดับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นระดับไม่มีดาว จำนวน 89 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 49.40 ระดับ 4 ดาว จำนวน 43 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.90 ระดับ 3 ดาว จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.80 ระดับ 2 ดาว จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8.90 ระดับ 5 ดาว จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.80 และระดับ 1 ดาว จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.20 เป้าหมายการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นรายได้เสริม จำนวน 93 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 51.70 และรายได้หลัก จำนวน 87 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 48.30 ส่วนจำนวนของสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีสมาชิกภายในกลุ่ม 1 - 10 คน จำนวน 135 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 75.00 สมาชิกภายในกลุ่ม 11 - 20 คน จำนวน 28 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.60 สมาชิกภายในกลุ่ม 21 - 30 คน จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 4.40 และสมาชิกภายในกลุ่มมากกว่า 30 คน จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ 1 - 3 ปี จำนวน 42 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.30 ระยะเวลา 4 - 6 ปี จำนวน 39 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 21.70 ระยะเวลา 10 - 12 ปี จำนวน 27 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระยะเวลามากกว่า 12 ปี จำนวน 27 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระยะเวลา 7 - 9 ปี จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.80 และระยะเวลาไม่ถึง 1 ปี จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.20 ส่วนยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 58 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.20 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 52 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 28.90 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 31 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.20 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8.90 ยอดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ 70,001 - 100,000 บาท จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.20 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 50,001 - 70,000 บาท จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.60 ส่วนสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จำหน่ายที่ร้านค้าตนเอง จำนวน 117 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.07 รองลงมาจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชน จำนวน 55 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.84 จำหน่ายที่ร้านค้าปลีก จำนวน 47 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.09 จำหน่ายที่จุดขายของฝากประจำจังหวัด จำนวน 40 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 13.70 จำหน่ายที่ร้านอาหารทั่วไป จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 4.11 จำหน่ายที่หาบเร่แผงลอย จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.77 และจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าจำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.42 ส่วนการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่มส่วนใหญ่เก็บไว้เป็นทุนในการดำเนินงาน จำนวน 177 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.84 รองลงมาจ่ายเงินปันผลให้สมาชิกผู้ถือหุ้น จำนวน 62 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.26 จัดสรรกำไรไปจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ให้สมาชิกกลุ่ม จำนวน 27 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8.82 จัดสรรกำไรไปให้ทุนการศึกษาเด็กในชุมชน จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.88 จัดสรรกำไรไปเป็นสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.60 และจัดสรรกำไรไปทัศนศึกษา จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.60

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

ตารางที่ 5 ภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

การบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 การบริหารจัดการด้านคน (Man)	3.70	0.64	มาก	6
2 การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)	3.88	0.70	มาก	3
3 การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)	4.14	0.54	มาก	1
4 การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)	3.77	0.69	มาก	5
5 การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)	3.80	0.60	มาก	4
6 การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)	3.94	0.61	มาก	2
ภาพรวม	3.87	0.63	มาก	

จากตารางที่ 5 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.54) ลำดับที่ 2 การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.61) ลำดับที่ 3 การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.70) ลำดับที่ 4 การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.60) ลำดับที่ 5 การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69) และลำดับที่ 6 การบริหารจัดการด้านคน (Man) ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.64)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านคน (Man)

การบริหารจัดการด้านคน (Man)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกไว้อย่างชัดเจน	3.78	0.79	มาก	2
2 มีการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวางแผนทำธุรกิจของกลุ่ม	3.68	0.77	มาก	3
3 มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม	3.81	0.71	มาก	1
4 มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิกอยู่เสมอ	3.57	0.89	มาก	5
5 มีการตรวจสอบการทำงานของสมาชิกในกลุ่มเสมอ	3.65	0.89	มาก	4
ภาพรวม	3.70	0.64	มาก	

จากตารางที่ 6 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านคน (Man) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.71) ลำดับที่ 2 มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.79) ลำดับที่ 3 มีการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวางแผนทำธุรกิจของกลุ่ม ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.77) ลำดับที่ 4 มีการตรวจสอบการทำงานของสมาชิกในกลุ่มเสมอ ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.89) และลำดับที่ 5 มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิกอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.89)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)

การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 มีการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม	3.87	0.82	มาก	3
2 มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างรอบคอบ	3.97	0.76	มาก	1
3 มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกตรงต่อเวลา	3.82	0.94	มาก	5
4 สมาชิกสามารถตรวจสอบเอกสารทางการเงินได้ทุกเวลา	3.86	0.87	มาก	4
5 มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ	3.89	0.82	มาก	2
ภาพรวม	3.88	0.70	มาก	

จากตารางที่ 7 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน (Money) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างรอบคอบ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.76) ลำดับที่ 2 มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.82) ลำดับที่ 3 มีการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.82) ลำดับที่ 4 สมาชิกสามารถตรวจสอบเอกสารทางการเงินได้ทุกเวลา ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.87) และลำดับที่ 5 มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกตรงต่อเวลา ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.94)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)

การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 มีการตรวจสอบและคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต	4.14	0.73	มาก	3
2 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเน้นวัสดุที่มีคุณภาพ	4.29	0.59	มากที่สุด	1
3 มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการอยู่เสมอ	3.96	0.73	มาก	5
4 มีการดูแลจัดเก็บรักษาวัตถุดิบไว้อย่างเหมาะสม	4.11	0.69	มาก	4
5 มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทุกชิ้น	4.22	0.63	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.14	0.54	มาก	

จากตารางที่ 8 การบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านวัตถุดิบ (Material) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเน้นวัสดุที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.59) ลำดับที่ 2 มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทุกชิ้น ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.63) ส่วนการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 3 มีการตรวจสอบและคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.73) ลำดับที่ 4 มีการดูแลจัดเก็บรักษาวัตถุดิบไว้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.69) และลำดับที่ 5 มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.73)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)

การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 กลุ่มมีการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า	3.75	0.85	มาก	3
2 มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของกลุ่มไว้อย่างชัดเจน	3.76	0.87	มาก	2
3 กลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาและร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชน	3.69	0.88	มาก	4
4 กลุ่มมีการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิต	3.76	0.83	มาก	2
5 กลุ่มร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง	3.89	0.77	มาก	1
ภาพรวม	3.77	0.69	มาก	

จากตารางที่ 9 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านวิธีการ (Method) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 กลุ่มร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.77) ลำดับที่ 2 มี 2 ข้อ ได้แก่ มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของกลุ่มไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.87) และกลุ่มมีการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.83) ลำดับที่ 3 กลุ่มมีการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.85) และลำดับที่ 4 กลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาและร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชน ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.88)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)

การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ	4.15	0.71	มาก	2
2. มีการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.19	0.64	มาก	1
3. มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือหาตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.94	0.79	มาก	3
4. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ไลน์ วิทยุ เป็นต้น	3.14	1.11	ปานกลาง	5
5. มีการออกงานแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่สินค้า	3.60	0.98	มาก	4
ภาพรวม	3.80	0.60	มาก	

จากตารางที่ 10 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านตลาด (Market) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.64) ลำดับที่ 2 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.71) ลำดับที่ 3 มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือหาตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.79) ลำดับที่ 4 มีการออกงานแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่สินค้า ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.98) ส่วนการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับที่ 5 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ไลน์ วิทยุ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 1.11)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)

การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1 มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือให้เหมาะสมกับการทำงาน	4.02	0.70	มาก	3
2 จำนวนอุปกรณ์เครื่องมือมีจำนวนเพียงพอต่อการผลิตสินค้า	3.79	0.80	มาก	4
3 ในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.76	0.93	มาก	5
4 อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความปลอดภัย	4.05	0.79	มาก	2
5 มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตสม่ำเสมอ	4.08	0.72	มาก	1
ภาพรวม	3.94	0.61	มาก	

จากตารางที่ 11 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องจักร (Machine) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.72) ลำดับที่ 2 อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.79) ลำดับที่ 3 มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือให้เหมาะสมกับการทำงาน ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.70) ลำดับที่ 4 จำนวนอุปกรณ์เครื่องมือมีจำนวนเพียงพอต่อการผลิตสินค้า ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.80) และลำดับที่ 5 ในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.93)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 12 ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ลำดับที่
1. ควรให้หน่วยงานจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน	72	1
2. ควรให้หน่วยงานสนับสนุนในการจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP จัดแสดงผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ	69	2
3. ควรให้หน่วยงานมีการจัดหาแหล่งกองทุนเงินกู้ยืมให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน	65	3
4. ควรให้หน่วยงานเข้ามาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานและกำหนดราคาให้ตรงกับความต้องการของตลาด	58	4
5. ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานและสมาชิกของกลุ่ม	52	5
6. ควรให้หน่วยงานเข้ามาให้คำแนะนำในการใช้เครื่องจักรเพราะยังขาดเครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต	46	6
7. สถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบและวัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิต	33	7
8. เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ	27	8
9. สภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง เช่น แสงสว่างไม่เพียงพออากาศไม่ถ่ายเท มีเสียงดังรบกวน เป็นต้น	24	9
10. สมาชิกกลุ่มพอเวลาเป็นงานแล้วจะแยกออกไปทำธุรกิจเอง	18	10
11. สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต	9	11
12. มีการกั๊กนี้ยืมสินมากเพราะวัตถุดิบมีราคาแพงทำให้ค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากกว่ากำไรเข้ามาได้ในเดือน	5	12

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โดยเรียงความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ควรให้หน่วยงานจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน ควรให้หน่วยงานสนับสนุนในการจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP จัดแสดงผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ควรให้หน่วยงานมีการจัดหาแหล่งกองทุนเงินกู้ยืมให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ควรให้หน่วยงานเข้ามาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานและกำหนดราคาให้ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานและสมาชิกของกลุ่ม ควรให้หน่วยงานเข้ามาให้คำแนะนำในการใช้เครื่องจักรเพราะยังขาดเครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิตสินค้า สถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบและวัตถุดิบไม่

เพียงพอในการผลิต เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ สภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง เช่น แสงสว่างไม่เพียงพออากาศ ไม่ถ่ายเท มีเสียงดังรบกวน เป็นต้น สมาชิกกลุ่มเวลาเป็นงานแล้วจะแยกออกไปทำธุรกิจเอง สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต มีการกู้หนี้ยืมสินมากเพราะวัตถุดิบมีราคาแพงทำให้ค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากกว่ากำไรที่หามาได้ในแต่ละเดือน

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพัฒนาการอำเภอและนักวิชาการชำนาญการในแต่ละอำเภอซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าไปคัดสรรฯ ทั้ง 5 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ด้วยการจัดลำดับการบริหารจัดการทั้ง 6 ด้าน ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านคน (Man)

เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตยังไม่มีกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือแต่พอเวลาเป็นงานแล้วก็จะแยกออกไปทำธุรกิจเองทำให้ขาดแรงงานในการผลิต ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านคนนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การแบ่งงานกันทำ โดยคัดเลือกคนงานจากคนในพื้นที่เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกับชุมชนให้คนในชุมชนได้มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นแล้วพิจารณาจากความถนัด ความสามารถของคนงานแต่ละคนเป็นหลักให้ชัดเจนไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนแล้วฝึกอบรมทักษะการผลิตให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ตลอดจนการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจของสมาชิกในกลุ่มให้อยู่กับกลุ่มต่อไป

2. การบริหารจัดการด้านเงิน (Money)

กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ทางด้านธุรกิจเพราะความรู้มีน้อย มีเงินทุนน้อยจึงต้องทำให้ไปกู้เงินนอกระบบทำให้มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากกว่ากำไรที่หามาได้ในแต่ละเดือน ขาดแหล่งเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำทำให้การดำเนินงานในการขยายตลาดทำได้ยากและมีปัญหาในด้านการจัดทำบัญชีจึงทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านเงินนั้น ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุน เงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะได้ขยายตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนในเรื่องของการจัดทำบัญชีนั้น ควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้องโดยแสดงถึงความจำเป็นในการจัดทำและใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการบริหารจัดการระบบประมาณที่มีอยู่กับการดำเนินงานทางธุรกิจอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials)

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ไม่มีหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรง เข้ามาสนับสนุน สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต ไม่มีการศึกษาวางแผนกำลังการผลิตที่แท้จริง ตลอดจนการใช้วัตถุดิบภายในประเทศกันมาก ๆ ก็ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร เช่น วัตถุดิบหายากขึ้นก็จะส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้นทำให้วัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิตแถมยังสถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบอีก ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบนั้น ควรส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาให้ความรู้ คำแนะนำ ฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตต่าง ๆ เช่น การผลิตอาหารปลอดภัยจากสารพิษ ผลิตอาหารแปรรูปให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยเหลือด้านการหาวัตถุดิบอื่น ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นเข้ามาทดแทนวัตถุดิบที่กำลังจะขาดแคลนในปัจจุบัน เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตและสามารถแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด หรือโดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทเดียวกันหรือประเภทอื่น ๆ เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพการผลิตสูง

4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)

กลุ่มผู้ผลิตยังขาดการเรียนรู้ ขาดการศึกษาข้อมูลในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานอย่างถ่องแท้ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านวิธีการนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานภายในกลุ่มแบบเป็นลายลักษณ์อักษรและผู้ผลิตควรมีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ แล้วไปหาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้องและมีคุณภาพ ตลอดจนมีการวางระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน พัฒนาบุคลากรและสร้างความพร้อมทางด้านระบบเทคโนโลยี

5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)

กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์เนื่องจากขาดความรู้ ขาดทักษะขาดแนวคิดของตนเองในเรื่องรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกับกลุ่มอื่น ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้ยาก ไม่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษ การกำหนดราคาก็ไม่เหมาะสมและช่องทางการตลาดยังจำกัดอยู่ในพื้นที่ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านตลาดนั้น ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตในการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้นทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เช่น จำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว (Tourist) โดยประสานกับโรงแรมและสถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละอำเภอ จัดงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดและภายในประเทศ หาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก (Export) ส่วนการตั้งราคาสินค้าต้องอยู่บนพื้นฐานต้นทุนควรที่จะต้องกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด ซึ่งผู้ผลิต OTOP ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะทำการตลาดนั้นเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับใด เพราะหากกลุ่มเป้าหมายเป็นคนระดับล่างก็จำเป็นต้องคำนึงถึงคู่แข่งที่สามารถผลิตสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่า ส่วนด้านการ

ประชาสัมพันธ์ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เว็บไซต์ เป็นต้น

6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)

ส่วนใหญ่กลุ่มผู้ผลิตไม่มีการวางแผนการผลิต ไม่มีการอบรมในการใช้และซ่อมบำรุงรักษา เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ส่วนมากมักจะเป็นเครื่องมือแบบง่าย ๆ หาได้ในท้องถิ่นไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรแบบเดิม ๆ อยู่ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรนั้น หน่วยงานควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิต ทุกขั้นตอน ฝึกให้สมาชิกเรียนรู้การใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การคัดเลือก อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัยให้เหมาะสมกับการทำงาน การตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ก่อนการใช้งานทุกครั้ง การบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอย่างเป็นระบบ เพื่อยืดอายุการใช้งานยาวนานและเกิดประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด ตลอดจนเพื่อความปลอดภัย

ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่จะให้อยู่รอดนั้นจะต้องมีกลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมกับชุมชน และสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ เพื่อจะนำรายได้กลับมาสู่ตนเองและชุมชนอันจะนำไปสู่การพึ่งตนเอง ความอยู่ดีกินดีและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน พร้อมกับมีการจ้างงานและการมีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้นช่วยลดปัญหาการว่างงานและแรงงานที่ออกไปทำนอกพื้นที่ ทำให้ชุมชนและครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ดีมีสุข นอกจากนี้ผลจากการวิจัยที่เกิดจากการร่วมคิด ร่วมทำของกลุ่มผู้ผลิตอย่างแท้จริง ทำให้หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเข้ามาให้การสนับสนุนกลุ่มด้วย เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ซึ่งได้ให้การสนับสนุนในด้านการจดทะเบียน รับรองกลุ่ม เครื่องหมายการค้า เอกลักษณ์ของสินค้าการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการจัดลำดับการบริหารจัดการ สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ผลิต

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 73 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.6 ลักษณะของผู้ผลิตเป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 91 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.60 ระดับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นระดับไม่มีดาว จำนวน 89 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 49.40 เป้าหมายการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นรายได้เสริม จำนวน 93 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 51.70 จำนวนของสมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่มีสมาชิกภายในกลุ่ม 1 - 10 คน จำนวน 135 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 75.00 ระยะเวลาดำเนินการก่อตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ 1 - 3 ปี จำนวน 42 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.30 ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 58 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.20 สถานที่จำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายที่ร้านค้าตนเอง จำนวน 117 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.07 การจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่มส่วนใหญ่เก็บไว้เป็นทุนในการดำเนินงาน จำนวน 177 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.84

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย การบริหารจัดการด้านคน (Man) การบริหารจัดการด้านเงิน (Money) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials) การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) การบริหารจัดการด้านการตลาด (Market) และการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล (Machine) ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) ลำดับที่ 2 การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ลำดับที่ 3 การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) ลำดับที่ 4 การบริหารจัดการด้านการตลาด (Market) ลำดับที่ 5 การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) และลำดับที่ 6 การบริหารจัดการคน (Man)

การบริหารจัดการด้านคน (Man) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ลำดับที่ 2 มีการ

กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกไว้อย่างชัดเจน ลำดับที่ 3 มีการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและวางแผนทำธุรกิจของกลุ่ม ลำดับที่ 4 มีการตรวจสอบการทำงานของสมาชิกในกลุ่มเสมอและลำดับที่ 5 มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิกอยู่เสมอ

การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการวางแผนการใช้เงินอย่างรอบคอบ ลำดับที่ 2 มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ ลำดับที่ 3 มีการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ลำดับที่ 4 สมาชิกสามารถตรวจสอบเอกสารทางการเงินได้ทุกเวลา และลำดับที่ 5 มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกตรงต่อเวลา

การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเน้นวัสดุที่มีคุณภาพ ลำดับที่ 2 มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทุกชิ้น ส่วนการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีการตรวจสอบและคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต ลำดับที่ 4 มีการดูแลจัดเก็บรักษาวัตถุดิบไว้อย่างเหมาะสม และลำดับที่ 5 มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการอยู่เสมอ

การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 กลุ่มร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง ลำดับที่ 2 มี 2 ข้อ ได้แก่ มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของกลุ่มไว้อย่างชัดเจน และกลุ่มมีการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ลำดับที่ 3 กลุ่มมีการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานไว้ล่วงหน้าและลำดับที่ 4 กลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาและร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชน

การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ลำดับที่ 2 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ ลำดับที่ 3 มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือหาตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ลำดับที่ 4 มีการออกงานแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่สินค้า ส่วนการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ลำดับที่ 5 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว วิทยุ เป็นต้น

การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตสม่ำเสมอ ลำดับที่ 2 อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความปลอดภัย ลำดับที่ 3 มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือให้เหมาะสมกับการทำงาน ลำดับที่ 4 จำนวนอุปกรณ์เครื่องมือมีจำนวนเพียงพอต่อการผลิตสินค้าและลำดับที่ 5 ในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

1. การบริหารจัดการด้านคน (Man)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านคนนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่การแบ่งงานกันทำ โดยคัดเลือกคนงานจากคนในพื้นที่เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกับชุมชนให้คนในชุมชนได้มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นแล้วพิจารณาจากความถนัดความสามารถของคนงานแต่ละคนเป็นหลักให้ชัดเจนไม่ให้เกิดความซับซ้อน แล้วฝึกอบรมทักษะการผลิตให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ตลอดจนการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจของสมาชิกในกลุ่มให้อยู่กับกลุ่มต่อไป

2. การบริหารจัดการด้านเงิน (Money)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านเงินนั้น ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุน เงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะได้ขยายตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนในเรื่องของการจัดทำบัญชีนั้น ควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้องโดยแสดงถึงความจำเป็นในการจัดทำและใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่กับการดำเนินงานทางธุรกิจอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบนั้น ควรส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาให้ความรู้ คำแนะนำ ฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตต่าง ๆ เช่น การผลิตอาหารปลอดภัยจากสารพิษ ผลิตอาหารแปรรูปให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยเหลือด้านการหาวัตถุดิบอื่น ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นเข้ามาทดแทนวัตถุดิบที่กำลังจะขาดแคลนในปัจจุบัน เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตและสามารถแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด หรือโดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทเดียวกันหรือประเภทอื่น ๆ เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพการผลิตสูง

4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านวิธีการนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานภายในกลุ่มแบบเป็นลายลักษณ์อักษรและผู้ผลิตควรมีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ แล้วใฝ่หาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้องและมีคุณภาพ ตลอดจนมีการวางระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน พัฒนาบุคลากร และสร้างความพร้อมทางด้านระบบเทคโนโลยี

5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านตลาดนั้น ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยการขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้นทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึง

ผู้บริโภคกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เช่นจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยว (Tourist) โดยประสานกับโรงแรมและสถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละอำเภอ จัดงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดและภายในประเทศ หาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก (Export) ส่วนการตั้งราคาสินค้าต้องอยู่บนพื้นฐานต้นทุนควรที่จะต้องกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด ซึ่งผู้ผลิต OTOP ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะทำการตลาดนั้นเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับใด เพราะหากกลุ่มเป้าหมายเป็นคนระดับล่างก็จำเป็นต้องคำนึงถึงคู่แข่งที่สามารถผลิตสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่า ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เว็บไซต์ เป็นต้น

6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรนั้น หน่วยงานควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน ฝึกให้สมาชิกเรียนรู้การใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การคัดเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัยให้เหมาะสมกับการทำงาน การตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ก่อนการใช้งานทุกครั้ง การบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอย่างเป็นระบบ เพื่อยืดอายุการใช้งานยาวนานและเกิดประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด ตลอดจนเพื่อความปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายผลการวิจัยมีดังนี้

1. การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบริหารจัดการด้านคน การบริหารจัดการด้านเงิน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการด้านวิธีการ การบริหารจัดการด้านการตลาดและการบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล ผลจากการวิจัย พบว่า การบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ระดับมาก สอดคล้องกับจุฬารัตน์ บุษบงษ์ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาวอำเภอเมือง จังหวัดตราด พบว่า สภาพการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพาราทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การบริหารด้านการเงิน การบริหารด้านการจัดการ การบริหารด้านบุคคล การบริหารจัดการด้านวัสดุ อุปกรณ์ เช่นเดียวกับ อาทิตตยา นิลสุข (2552) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาชนมหม้อแกง ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และตรงกับสมคิด บางโม (2546) มีความเห็นว่า การจัดการ คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นว่า การจัดการมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ

2. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการด้านคน การบริหารจัดการด้านเงิน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการด้านวิธีการ การบริหารจัดการด้านการตลาดและ

การบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับศิรินทร ชัยเวทย์ (2550) ได้ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน พิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการเงินทุน ด้านการบริหารการผลิต และด้านบริหารจัดการ เช่นเดียวกับ ศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาหัง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาหัง พิจารณาเป็นรายข้อมีปัญหาลงอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากปัญหาสูงสุด ได้แก่ ปัญหาด้านการควบคุมติดตาม ปัญหาด้านการบริหารงานบุคคล ปัญหาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการวางแผนปฏิบัติงาน

การบริหารจัดการด้านคน (Man) กลุ่มผู้ผลิตยังไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือแต่พอเวลาเป็นงานก็จะแยกออกไปทำธุรกิจเอง ทำให้ขาดแรงงานในการผลิต สอดคล้องกับจันทิรา มุณละศรี (2547) ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย พบว่า มีการให้สมาชิกได้รับการฝึกทักษะอย่างต่อเนื่องแต่ไม่ตรงกับความต้องการของสมาชิก ไม่มีการกำหนดเวลาการทำงาน ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการปฏิบัติงานของสมาชิก กลุ่มจะขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้าในฤดูเก็บเกี่ยว

การบริหารจัดการด้านเงิน (Money) กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ทางด้านธุรกิจเพราะความรู้น้อย มีเงินทุนน้อยจึงต้องทำให้ไปกู้เงินนอกระบบทำให้มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากกว่ากำไรที่หามาได้ในแต่ละเดือน ขาดแหล่งเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำทำให้การดำเนินงานในการขยายตลาดทำได้ยากและมีปัญหาในด้านการจัดทำบัญชีจึงทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สอดคล้องกับจันทิรา มุณละศรี (2547) ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย พบว่า ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน บางครั้งไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจ่ายค่าแรงงานให้กับสมาชิก กลุ่มไม่มีการจัดทำระบบบัญชีตามหลักสากล ทำให้ไม่ทราบอัตราหมุนเวียนของเงินทุนและระบบรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง เช่นเดียวกับเพ็ญศรี ชื่นชม (2544) ศึกษาสภาพการดำเนินงานปัญหาและความต้องการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร พบว่า ต้องการฝึกอบรมการจัดทำบัญชี

การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials) สาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ไม่มีหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรงเข้ามาสนับสนุน สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต ไม่มีการศึกษาวางแผนกำลังการผลิตที่แท้จริง ตลอดจนการใช้วัตถุดิบภายในประเทศกันมาก ๆ ก็ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร เช่น วัตถุดิบหายากขึ้นก็จะส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้วัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิตแถมยังสถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบอีก สอดคล้องกับ วสิริภัสร์ สิทธิสม (2553) ศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การวางแผนการใช้วัตถุดิบน้อยที่สุด

การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) กลุ่มผู้ผลิตยังขาดการเรียนรู้ ขาดการศึกษาข้อมูลในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานอย่างถ่องแท้ สอดคล้องกับจันทิรา มุณละศรี (2547) ศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย พบว่า คณะกรรมการมักจะมีปฏิบัติหน้าที่ไม่ตรงตามที่ได้รับแต่งตั้ง

การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) กลุ่มผู้ผลิตไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เนื่องจากขาดความรู้ ขาดทักษะ ขาดแนวคิดของตนเองในเรื่องรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกับกลุ่มอื่น ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้ยาก ไม่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษ การกำหนดราคาก็ไม่เหมาะสมและช่องทางการตลาดยังจำกัดอยู่ในพื้นที่ สอดคล้องกับทัศนาวลัย พรหมเสน (2547) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัญหาการขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาต่ำและการขาดตลาดรองรับที่แน่นอน

การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) กลุ่มผู้ผลิตไม่มีการวางแผนการผลิต ไม่มีการอบรมในการใช้และซ่อมบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ส่วนมากมักจะเป็นเครื่องมือแบบง่าย ๆ หาได้ในท้องถิ่นไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรแบบเดิม ๆ อยู่ สอดคล้องกับอาทิตตยา นิลสุข (2552) ศึกษาการบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาขนมหม้อแกง ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกลมีเครื่องมือเครื่องใช้ตามสภาพ

3. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ ผู้วิจัยขอสรุป ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านคน (Man) ควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบการปฏิบัติงานในกลุ่มและบทบาทหน้าที่การแบ่งงานกันทำ โดยคัดเลือกคนงานจากคนในพื้นที่เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกับชุมชนให้คนในชุมชนได้มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น พิจารณาจากความถนัด ความสามารถของคนงานแต่ละคนเป็นหลักให้ชัดเจนไม่ให้เกิดความซับซ้อนแล้วฝึกอบรมทักษะการผลิตให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ตลอดจนการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจของสมาชิกในกลุ่มให้อยู่กับกลุ่มต่อไป สอดคล้องกับศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทัง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ด้านการบริหารงานบุคคล จัดอบรมให้ความรู้เรื่องบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารแต่ละคนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การบริหารจัดการด้านเงิน (Money) ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุน เงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะได้ขยายตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนในเรื่องของการจัดทำบัญชีนั้น ควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้องโดยแสดงถึงความจำเป็นในการจัดทำและใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่กับการดำเนินงานทางธุรกิจอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับศรารัฐ สุรศิลป์ (2547) ศึกษาแนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย พบว่า ต้องการแหล่งเงินทุนสนับสนุนที่ปลอดดอกเบี้ยหรือมีดอกเบี้ยต่ำ

3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials) ควรส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาให้ความรู้ คำแนะนำ ฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตต่าง ๆ เช่น การผลิตอาหารปลอดภัยจากสารพิษ ผลิตอาหารแปรรูปให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยเหลือด้านการหาวัตถุดิบอื่น ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นเข้ามาทดแทนวัตถุดิบที่กำลังจะขาดแคลนในปัจจุบัน เพื่อเป็นการ

ลดต้นทุนการผลิตและสามารถแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์ คุ่มค่ามากที่สุด หรือโดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทเดียวกันหรือ ประเภทอื่น ๆ เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพการผลิตสูง สอดคล้องกับอาทิตตยา นิลสุข (2552) ศึกษาการบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาขนมหม้อแกง ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบจะใช้แหล่งวัตถุดิบภายในหมู่บ้านและจากแหล่งใกล้เคียง

4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) ควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานภายในกลุ่มและบทบาทหน้าที่การแบ่งงานกันทำในการดำเนินกิจกรรมแบบเป็นสายลักษณะอักษร และผู้ผลิตควรมีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ แล้วไปหาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้องและมีคุณภาพ ตลอดจนมีการวางระบบการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน พัฒนาบุคลากร และสร้างความพร้อมทางด้านระบบเทคโนโลยี สอดคล้องกับศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาตั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน คือ ควรจัดอบรมสัมมนาเพิ่มพูนประสิทธิภาพคณะกรรมการบริหารในเรื่องการวางแผนการควบคุมและติดตาม การจัดทำแผนปฏิบัติงาน จัดให้มีการศึกษาดูงานกลุ่ม ส่วนด้านการควบคุมติดตาม คือ การแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมตรวจสอบภายใน และการกำหนดรูปแบบการควบคุมต่าง ๆ

5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market) ควรจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้นทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เช่นจำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว (Tourist) โดยประสานกับโรงแรมและสถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละอำเภอ จัดงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดและภายในประเทศ หาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก(Export) ส่วนการตั้งราคาสินค้าต้องอยู่บนพื้นฐานต้นทุนควรที่จะต้องกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด ซึ่งผู้ผลิต OTOP ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะทำการตลาดนั้นเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับใด เพราะหากกลุ่มเป้าหมายเป็นคนระดับล่าง ก็จำเป็นต้องคำนึงถึงคู่แข่งที่สามารถผลิตสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่า ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว วิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่น เว็บไซต์ เป็นต้น สอดคล้องกับวลีรักษ์ สิทธิสม และคณะ (2553) ศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น โดยการตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละจังหวัดและภาครัฐควรใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้และส่งเสริมให้เกิดความนิยมและรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ผลิตในประเทศ เพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคให้สูงขึ้น

6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน ฝึกให้สมาชิกเรียนรู้การใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การคัดเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัยให้เหมาะสมกับการ

ทำงาน การตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ก่อนการใช้งานทุกครั้ง การบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอย่างเป็นระบบ เพื่อยืดอายุการใช้งานยาวนานและเกิด ประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด ตลอดจนเพื่อความปลอดภัย ตรงกับสมคิด บางโม (2541) หัวใจสำคัญในการ บริหารจัดการเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดของเครื่องจักรสำหรับการผลิต คือ ระบบการตรวจสอบดูแล รักษาเครื่องจักรเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ การตรวจสอบและการบำรุงรักษาเครื่องจักร ควรมีการวางแผนโดยกำหนดจากระยะเวลาการใช้งานควบคู่กับสภาพที่แท้จริงประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็น เป็นเครื่องจักรใหม่หรือเครื่องจักรที่มีอยู่แล้วก็ตาม โดยหลักของการจัดการให้เกิดความปลอดภัยใน การทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การบริหารจัดการด้านการตลาด กลุ่มผู้ผลิตมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าให้กับ ผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี วิทยุ ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง การศึกษา ครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเน้นการส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิต และหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การออกงานแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อหาตลาดใหม่ ๆ ใน การเผยแพร่สินค้า
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้ ได้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนเชื่อมโยงเครือข่ายพัฒนาไปสู่ธุรกิจชุมชน เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมตามแนวเศรษฐกิจ ชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ควรมีการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันและการพึ่งพา ตนเองของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2543). *สำนักงานมาตรฐานการศึกษา*. ทบวงมหาวิทยาลัย.
- กรมพัฒนาชุมชน. (2544). *การพัฒนาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. วารสารพัฒนาชุมชน.
สำนักงานกรมพัฒนาชุมชน.
- กระทรวงศึกษาธิการและทบวงมหาวิทยาลัย. (2545). *ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองใช้ประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการและการประเมินโครงการชุดวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2544). *แนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.
กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- กิตติ ลิ้มสกุล. (2544). *แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product)*. ในการประชุมเชิงปฏิบัติการการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- ขวัญสรอง อติโพธิ์ และอนุชาติ พวงสำลี. (2538). *บาจา : ธุรกิจเพื่อสังคมทางเลือกหนึ่งของชุมชนนางรอง ร่วมใจทำกันวันนี้*. เอกสารประกอบการสัมมนาสิ่งแวดล้อม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คณะอนุกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2545). *โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอน.ตผ.)
- คันธรส รอดรัตนพันธ์. (2549). *การดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว ประเภทอาหาร ของจังหวัดชลบุรี*. ปรินญาณิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
จังหวัดชลบุรี.
- จุฬารัตน์ บุษบงษ์ . (2555). *การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสหกรณ์ยางพาราตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอเมือง จังหวัดตราด*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. จังหวัดจันทบุรี.
- จันทิรา มุณละศรี. (2547). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวายบ้านนากระเซิง จังหวัดเลย*. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. จังหวัดมหาสารคาม.
- ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ. (2547). *โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546*. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร.
- ชนินทร์ ชุณหพันธรักษ์, ผศ. (2544). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ไชยวัฒน์ คำชูและคณะ. (2545). *ธรรมมาภิบาล*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์น้ำฝน.

- ทิวา แก้วเสริม. (2551). ปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. จังหวัดเพชรบูรณ์.
- ทัศนาวลัย พรหมเสน. (2547). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา ในจังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, จังหวัดมหาสารคาม.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2538). องค์การและการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารออมสิน. (2544). คำสั่งที่ 39/2544 เรื่อง โครงการธนาคารประชาชน. ลงวันที่ 23 มิถุนายน 2544.
- นิริยุชรา มากมา. (2547). การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. กรุงเทพฯ.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2542). การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : วิญญูชน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้นฉบับปรับปรุง. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ.
- ปณิตา สารวิจิตร และจรัสพร นพัทธกุล. (2548). ความรู้เรื่องบัญชี. กรุงเทพฯ : นามิบุ๊คส์.
- ปาริชาติ วัลย์เสถียร. (2540). กระบวนการทำงานและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ : สำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2546). หลักการบริการการเงิน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์และคณะ. (2546). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น : โรงพิมพ์พระธรรมขันธ์.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2538). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : การพิมพ์สุภา.
- _____, รศ.ดร. (2548). องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : การพิมพ์สุภา.
- เพ็ญศรี ชื่นชม. (2544). การศึกษาสภาพการดำเนินงาน ปัญหาและความต้องการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูป. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพฯ.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2545). ธุรกิจชุมชนกับการพัฒนาท้องถิ่น. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2547). การบริหารภาครัฐ Public Administration. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัตติยา คงสมปี. (2548). การประเมินผลการดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ศึกษากรณีอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา, จังหวัดชลบุรี.
- วัฒนา มหาแก้ว. (2551). พัฒนาการบริหารจัดการเครือข่ายผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. จังหวัดสุราษฎร์ธานี.

- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วลีรักษ์ สิทธิสม และคณะ. (2553). *ศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพฯ.
- ศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552). *แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาตั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. จังหวัดนครสวรรค์.
- ศิรินทร ชัยเวทย์. (2550). *การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, จังหวัดมหาสารคาม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____ . (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศราวุธ สุรศิลป์. (2547). *แนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือก เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพฯ.
- สมคิด บางโม. (2541). *องค์การและการจัดการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2541). *การพัฒนาชุมชนแบบจัดการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก. (2553). *OTOP จังหวัดตาก ปี พ.ศ. 2553*. จังหวัดตาก.
- สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. (2545). *การจัดการธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : ศรีสยามพริ้นท์แอนด์แพคค์.
- สุรัสวดี ราชกุลชัย. (2547). *การวางแผนและการควบคุมทางการบริหาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *การจัดซื้อ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาทิตตยา นิลสุข. (2552). *การบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี: กรณีศึกษาขนมหม้อแกง ในจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. จังหวัดชลบุรี.
- อินสอน บัวเขียว. (2537). *สาระสำคัญการบริหารงานชุมชน*. กรุงเทพฯ : ยูโรปาเพรส.

ภาษาอังกฤษ

- Carrol, Deniel T. (1983). *A Disappointing Search For Excellent*. Harvard BusinessReview 9, p. 78 – 81.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essential of Psychological*. New York : Harper and Row.

Griffin, A. (1997). *PDMA Research on New Product Development Practices: Updating Trends and Benchmarking Best Practices*. *Journal of Product Innovation Management*, vol. 14, pp. 4, 429 – 458.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของกลุ่มผู้ผลิต ระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต แบ่งคำถามออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ การบริหารจัดการด้านคน การบริหารจัดการด้านการเงิน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการด้านวิธีการ การบริหารการด้านตลาดและการบริหารจัดการด้านเครื่องจักร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

2. แบบสอบถามแต่ละตอนจะมีคำชี้แจงของตอนนั้น ๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามจะได้ทราบว่าต้องทำอะไร อย่างไร เพื่อให้การตอบเป็นไปอย่างถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านช่วยอ่านชี้แจงก่อนแล้วจึงตอบแบบสอบถาม

3. การตอบแบบสอบถาม ขอให้โปรดตอบตามความจริงและตอบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์

<input type="checkbox"/> ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร	<input type="checkbox"/> ประเภทเครื่องดื่ม
<input type="checkbox"/> ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย	<input type="checkbox"/> ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
<input type="checkbox"/> ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	
2. ลักษณะของผู้ผลิต

<input type="checkbox"/> กลุ่มชุมชน	<input type="checkbox"/> ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว
<input type="checkbox"/> SMEs	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มท่านอยู่ในระดับใด

<input type="checkbox"/> 5 ดาว	<input type="checkbox"/> 4 ดาว
<input type="checkbox"/> 3 ดาว	<input type="checkbox"/> 2 ดาว
<input type="checkbox"/> 1 ดาว	<input type="checkbox"/> ไม่มีดาว
4. เป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม

<input type="checkbox"/> รายได้หลัก
<input type="checkbox"/> รายได้เสริม
5. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

<input type="checkbox"/> 1 – 10 คน	<input type="checkbox"/> 11 – 20 คน
<input type="checkbox"/> 21 - 30 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 30 คน
6. ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม

<input type="checkbox"/> ยังไม่ถึง 1 ปี	<input type="checkbox"/> 1 – 3 ปี
<input type="checkbox"/> 4 – 6 ปี	<input type="checkbox"/> 7 – 9 ปี
<input type="checkbox"/> 10 – 12 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 12 ปี
7. ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเฉลี่ย/เดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 30,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,001 – 70,000 บาท
<input type="checkbox"/> 70,001 – 100,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 100,000 บาท
8. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ร้านค้าตนเอง	<input type="checkbox"/> หาบเร่แผงลอย
<input type="checkbox"/> ร้านค้าชุมชน	<input type="checkbox"/> ร้านอาหารทั่วไป
<input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า	<input type="checkbox"/> จุดขายของฝากประจำจังหวัด
<input type="checkbox"/> ร้านค้าปลีก	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. การจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เก็บไว้เป็นทุนในการดำเนินงาน
- มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล
- ให้ทุนการศึกษาเด็กในชุมชน
- จ่ายเป็นเงินปันผลให้กับสมาชิกผู้ถือหุ้น
- จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ให้สมาชิกกลุ่ม
- จัดทัศนศึกษา
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หลังข้อความตามระดับการปฏิบัติการของท่าน โดยแบบสอบถามนี้มีจำนวน 30 ข้อ และมีเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับปฏิบัติการมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5
ระดับปฏิบัติการมาก	มีค่าเท่ากับ	4
ระดับปฏิบัติการปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
ระดับปฏิบัติการน้อย	มีค่าเท่ากับ	2
ระดับปฏิบัติการน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ระดับปฏิบัติการ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
การบริหารจัดการด้านคน (Man)					
1. มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของ คณะกรรมการและสมาชิกไว้อย่างชัดเจน					
2. มีการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และวางแผนทำธุรกิจของกลุ่ม					
3. มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม					
4. มีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถของ สมาชิกอยู่เสมอ					
5. มีการตรวจสอบการทำงานของสมาชิกในกลุ่มเสมอ					
ภาพรวม					
การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)					
6. มีการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ อย่างเหมาะสม					
7. มีการวางแผนการใช้เงินอย่างรอบคอบ					
8. มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกตรงต่อเวลา					
9. สมาชิกสามารถตรวจสอบเอกสารทางการเงินได้ทุก เวลา					
10. มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ					
ภาพรวม					

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ระดับปฏิบัติการ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)					
11. มีการตรวจสอบและคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต					
12. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเน้นวัสดุที่มีคุณภาพ					
13. มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการอยู่เสมอ					
14. มีการดูแลจัดเก็บรักษาวัตถุดิบไว้อย่างเหมาะสม					
15. มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่ผลิตทุกชิ้น					
ภาพรวม					
การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)					
16. กลุ่มมีการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า					
17. มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของกลุ่มไว้อย่างชัดเจน					
18. กลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาและร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชน					
19. กลุ่มมีการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิต					
20. กลุ่มร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง					
ภาพรวม					

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ระดับปฏิบัติการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)					
21. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าอยู่เสมอ					
22. มีการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
23. มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือหาตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
24. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบโดยผ่านจากสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว วิทยุ เป็นต้น					
25. มีการออกงานแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่สินค้า					
ภาพรวม					
การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)					
26. มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือให้เหมาะสมกับการทำงาน					
27. จำนวนอุปกรณ์เครื่องมือมีจำนวนเพียงพอต่อการผลิตสินค้า					
28. ในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
29. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความปลอดภัย					
30. มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตสม่ำเสมอ					
ภาพรวม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต**1. การบริหารจัดการด้านคน (Man)**

2. การบริหารจัดการด้านเงิน (Money)

3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Materials)

4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)

5. การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)

6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักรกล (Machine)

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 - ตอนที่ 2 การเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้
 1. การบริหารจัดการด้านคน
 2. การบริหารจัดการด้านการเงิน
 3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ
 4. การบริหารจัดการด้านวิธีการ
 5. การบริหารการด้านตลาด
 6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร
 2. การตอบแบบสัมภาษณ์ ขอให้โปรดตอบตามความเป็นจริงและตอบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและข้อมูลของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น
- ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

