

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน



นาย ดนัยเทพ ศรีธัญรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต


สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE ANALYSIS AND THE SYNTHESIS ON THE EFFECT OF THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT"
POLICY ACCORDING TO THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY ENTERPRISES



Mr.Danaithep Srithanyarat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Political Economy

Faculty of Economics
Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University


490544

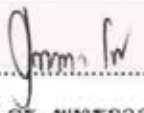
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
โดย นายคณัยเทพ ศรีชัยวัฒน์
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชช

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

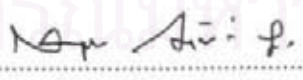

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. โสติดิธร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชช)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมบูรณ์ รัตนพานกุล)

คณัฎเทพ ศรีธัญรัตน์ : การวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบาย โครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. (THE ANALYSIS AND THE
SYNTHESIS ON THE EFFECT OF THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT" POLICY
ACCORDING TO THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY ENTERPRISES)
อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล วัชร 116 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนด
วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาและทำวิเคราะห์สังเคราะห์ผลการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประเทศตามแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
และเพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ภายใต้ต้นนโยบายเศรษฐกิจจากหญ้าและหลักประกันสังคมกับแนวทางการพัฒนา
วิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้

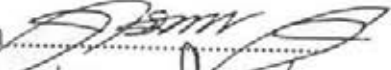
ทั้งนี้ ได้รวบรวมข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ การพัฒนา
ชุมชน วัฒนธรรมชุมชน หมู่บ้านไทย วิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
และรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ผู้นำโครงการที่ประสบความสำเร็จที่เข้าร่วมใน
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยพบว่า ผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสบ
ความสำเร็จในแง่ของการเพิ่มรายได้ และการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง แต่ก็มีผลกระทบทางด้าน
อื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากการที่รัฐบาลดำเนินโครงการอย่างข้ามขั้นตอน

ในส่วนของการดำเนินการศึกษาแนวทางการพัฒนาประเทศตามแนววิสาหกิจชุมชน
พบว่า มีการเกิดขึ้นมาแล้วเป็นเวลานาน และน่าจะเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนา
ประเทศไทย

ในส่วนของความสัมพันธ์กันระหว่างโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับแนวทาง
วิสาหกิจชุมชนนั้น พบว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จในโครงการมีพื้นฐานการพัฒนาในรูปแบบ
วิสาหกิจชุมชน

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง
ปีการศึกษา 2549

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

##4685731829 : MAJOR POLITICAL ECONOMY

KEYWORD: ONE TAMBON ONE PRODUCT /COMMUNITY ENTERPRISE.

DANAITHEP SRITHANYARAT: THE ANALYSIS AND THE SYNTHESIS ON THE EFFECT OF THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT" POLICY ACCORDING TO THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY ENTERPRISES. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. BUDDHAGARN RUTCHATORN, PH.D, 116 pp.

This research paper use documents research and interviews the success leader from the "OTOP" Project.The objectives of this research paper is studying about "One Tambon One Product" (OTOP) that is the one project of the policy foundation economy and social security by "Taksin Government".Studying about Community Enterprise. And studying about the relationship between the project "One Tambon One Product" and the Community Enterprise.

The researcher has gathering the information from the concepts and thories about the way to develop the country, Community Development, Community Culture, Thai Village. The researcher use telephone interview with the leader of the community or the leader of the group of "OTOP" producer. In addition, The researcher also gathering the information from the technical expert of the community development and the economist

The study found that , the community have the positive perception about the "One Tambon One Product" Project and they can rise income through out this project

For the study about the "Thai Community" found that the best way to develop the country is Community Enterprises

For the relationship between the "OTOP" project and Community Enterprises,found that the success of "OTOP" is come from the good Community Enterprises.

Field of Study Political Economy

Academic Year 2006

Student's Signature.....

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และช่วยตรวจแก้ไขในส่วนที่บกพร่องต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมบูรณ์ รัตนพนากุล ที่ได้ให้แนวคิด คำชี้แนะแก่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตั้งแต่สอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ กระทั่งเสร็จสมบูรณ์

และสุดท้าย ข้าพเจ้าขอขอบคุณบุคคลที่สำคัญที่สุดในความสำเร็จครั้งนี้บิดา นายเสน่ห์ ศรีธีรวัตร (ปัจจุบันถึงแก่กรรม) มารดา นางอัจฉรา ศรีธีรวัตร คุณยาย ราวดี เทิงวิเศษ และ นางวรรณไล บุญवेश นางสาวทิมมพร นัยวัฒน์ ที่เป็นแรงบันดาลใจ ให้ข้อคิดการดำเนินชีวิต คอยเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนทุกด้านมาโดยตลอด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	7
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา.....	8
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา.....	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.7 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....	10
2.1.1 ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย.....	14
2.1.2 ทฤษฎีสถิตยศาสตร์การผลิตของ เอ วี ซายานอฟ.....	17
2.1.3 แนวคิดชุมชนหมู่บ้านของมหาตมะ คานธี.....	22
2.1.4 แนวคิดเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม.....	24
2.1.5 แนวคิดทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย.....	27
2.2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 ธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน.....	38
3.1 ธุรกิจชุมชน.....	38
3.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจชุมชน.....	38
3.1.2 ความหมายของธุรกิจชุมชน.....	39
3.1.3 ประเภทของธุรกิจชุมชน.....	41
3.2 วิสาหกิจชุมชน.....	42
3.2.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน.....	42
3.2.2 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน.....	42
3.2.3 ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน.....	43
3.2.4 รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน.....	44

3.2.5	ระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน.....	45
3.2.6	พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.....	46
3.2.7	การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.....	47
4	โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	48
4.1	ความเป็นมา.....	48
4.2	วิวัฒนาการกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	49
4.3	ต้นแบบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	54
4.4	ปรัชญาของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	55
4.5	วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	56
4.6	งบประมาณในการดำเนินโครงการ.....	56
4.7	กลไก และวิธีดำเนินงาน.....	56
4.8	ผลิตภัณฑ์ในโครงการ.....	57
4.9	การประเมินผลของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	58
4.9.1	การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยสำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2544-45.....	59
4.9.2	การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรจิต สมบัติพาณิชย์ กองส่งเสริมการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2547.....	81
4.9.3	รายงานการวิจัยเรื่อง”การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยบริษัท ชูโอ เซ็นโก(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).....	85
4.9.4	การสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและหัวหน้ากลุ่มของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ.....	92
4.9.5	บทสรุปผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	94
4.9.6	บทวิเคราะห์ผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	96
4.9.7	บทสังเคราะห์ผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	97
5	บทสรุปและวิเคราะห์.....	99
5.1	เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ และ สังเคราะห์ผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจจากหญ้าและหลักประกันสังคม.....	99
5.2	เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับแนวทางการพัฒนาประเทศ โดยการใช้วิสาหกิจ ชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา.....	101
5.3	เพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจจากหญ้าและหลักประกันสังคมกับแนวทาง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้.....	103

	หน้า
รายการอ้างอิง.....	104
ภาคผนวก.....	106
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	116



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

จากการพัฒนาประเทศตลอดระยะเวลาในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ถึงแม้จะเป็นการพัฒนาที่ต่อเนื่องมากกว่า 40 ปีก็ตาม แต่ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าวเป็นรูปแบบของการพัฒนาที่ขาดความสมดุล โดยการพัฒนาที่ผ่านมาอาจจะประสบความสำเร็จในด้านของการพัฒนาเชิงปริมาณ ไม่ว่าจะเป็นตัวเลขการส่งออก ตัวเลขที่เพิ่มขึ้นของรายได้โดยเฉลี่ยของประชากร แต่โดยแท้จริงแล้ว ลึกลงไปของตัวเลขที่เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาที่ขาดความสมดุลนั้น กลับมีปัญหาต่างๆที่แฝงตามการพัฒนาดังกล่าวมาเป็นจำนวนมาก การเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในหลายต่อหลายครั้งนั้น สามารถเป็นตัวบ่งชี้ได้ว่าการพัฒนาในช่วงเวลาที่ผ่านมา เป็นการพัฒนาที่ไม่แท้จริง เป็นเพียงการพัฒนาบางส่วนเท่านั้น มิใช่การพัฒนาโดยองค์รวมทั้งหมด

ทั้งนี้ นอกจากการพัฒนาที่ขาดความสมดุล ประเทศไทยยังเผชิญกับปัญหาต่างๆที่ส่งผลให้การพัฒนาประเทศต้องหยุดชะงักกัน ดังต่อไปนี้ (สินธ์ สโรบล, 2548 : บทนำ)

- ปัญหาการรวมศูนย์อำนาจและการขาดประสิทธิภาพในการกระจายอำนาจ
- ระบบกฎหมายที่ล้าสมัย และนำไปสู่การทุจริต คอร์รัปชัน ของข้าราชการ นักการเมือง นักธุรกิจหรือผู้ที่มีอำนาจที่ต้องการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากภาครัฐ
- คุณภาพของการเรียนการสอนในภาคชนบท หรือนอกตัวเมือง ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ส่งผลต่อคุณภาพนักเรียนผู้ที่เป็นอนาคตของชาตินั้นลดน้อยลงไปด้วย
- การศึกษาและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีมีค่อนข้างน้อย ส่งผลให้การพัฒนาเทคโนโลยีมีค่อนข้างต่ำ อีกทั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างน้อย
- ความสามารถในการจัดการ และการบริหาร ไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้านธุรกิจ เอกชน และภาครัฐค่อนข้างต่ำ ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยลดน้อยลงตามไปด้วย
- ปัญหาการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ
- ปัญหายาเสพติดและปัญหาอบายมุขต่างๆซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางอาชญากรรมตามมา

- ปัญหาทางด้านศีลธรรมและจริยธรรมจากการตกอยู่ภายใต้ของกระแสวัตถุนิยม

ทั้งนี้ เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีตที่ผ่านมา นั้น เป็นเศรษฐกิจแบบพอเพียงชีพ มีการผลิตกันเองภายในครัวเรือน เพื่อกินเพื่อใช้เอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาโลกภายนอก อีกทั้งมีความผูกพันภายในค่อนข้างสูง มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการผลิต เช่นการลงแขกเกี่ยวข้าว เป็นต้น อีกทั้งมีความพอเพียงในตนเอง หัตถกรรมและเกษตรกรรมอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน มีความเชื่อและความศรัทธาในเรื่องเดียวกัน มีการยอมรับนับถือเป็นพี่เป็นน้องกัน ไม่มีการแยกสังคมนอกและไม่มีการแยกชนชั้นกัน ความสัมพันธ์กันในการผลิตมีรูปแบบของชุมชนขนาดเล็ก ทุกๆคนมีส่วนในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความเห็นอกเห็นใจกัน

แต่ทั้งนี้ จากการชุมชนมีเทคโนโลยีที่ต่ำและไม่มีความทันสมัย การหาเลี้ยงชีพโดยส่วนใหญ่จึงจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาความอุดมสมบูรณ์ในธรรมชาติ ดังนั้นการผลิตจึงสามารถทำได้แค่การผลิตเพื่อยังชีพ แทบไม่เหลือส่วนเกินให้ชุมชนเลย(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2527: 91-92)

อาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจที่มีภาคเกษตรกรรมเป็นภาคนำ ทั้งทางด้านการผลิต รายได้ และการจ้างงาน มาสู่การพัฒนาอุตสาหกรรม การค้าและการบริการ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542 : 11) เป็นการพัฒนาตามแนวเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ในรูปแบบของการพัฒนาระบบทุนนิยม มากกว่าการพัฒนาในรูปแบบของแนววัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น

การพัฒนาในรูปแบบดังกล่าว ส่งผลให้สามารถทำความเข้าใจกับปัญหาที่แท้จริงของการพัฒนาสังคมไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมาดังต่อไปนี้

- การพัฒนาสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมโดยเน้นเมืองมากกว่าชนบท
- การพัฒนาสังคมในอดีตที่ผ่านมา มีการพึ่งพาภายนอกในหลากหลายรูปแบบ
- การพัฒนาสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา สร้างสังคมให้เกิดการไร้ศีลธรรมและก่อให้เกิดการแก่งแย่งชิงดีกัน
- การพัฒนาสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา ไม่เน้นการมีส่วนร่วม จึงส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นอ่อนแอ ไม่สามารถที่จะควบคุมและดูแลทรัพยากรของตนเองได้
- การพัฒนาสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา ได้ทำลายสภาวะสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อการพัฒนาเข้าสู่ระบบการตลาดของสังคม
- การพัฒนาสังคมในช่วงเวลาที่ผ่านมา การพัฒนาได้เน้นทิศทางเดียวโดยให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ โดยที่มิได้สนใจในทางเลือกอื่นๆของท้องถิ่น

การเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2541 ขึ้นทำให้สังคมไทยได้ทบทวนพื้นฐานของการพัฒนาในตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาว่าแท้จริงแล้วนั้น เหมาะสมกับระบบเศรษฐกิจของไทยหรือไม่ ทั้งฐานคิดและจารีตประเพณี ฐานทรัพยากร การจัดการและการใช้ประโยชน์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาสังคม ทั้งนี้การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่แท้จริงได้มุ่งเป้าหมายไปสู่การสร้าง “ชุมชนเข้มแข็ง” เพราะชุมชนเป็นแหล่ง “ทุนทางสังคม” ที่ยังคงรักษาไว้และสืบทอดกันมายาวนานเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาท้องถิ่นและการพัฒนาประเทศ (สินธุ์สโรบล, 2548 : 2) ดังนั้นเมื่อกระบวนการพัฒนาในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาล้มเหลวอย่างที่เป็นอยู่ จึงเกิดคำถามว่า จะทำอย่างไรให้ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ความสามารถในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ทำอย่างไรจึงจะรักษาส่วนดีของชุมชนไว้ได้ รักษาความสัมพันธ์ทางการผลิตชนิดเดิม แต่ขณะเดียวกันก็เพิ่มพลังการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับระบบทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ในยุคปัจจุบัน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 51) ทั้งนี้เพราะชุมชนที่เข้มแข็งเป็นรากฐานที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจที่แท้จริง หากชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้แล้วนั้น ประเทศก็必将มีความเข้มแข็งอย่างแท้จริง

การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งอาจสามารถกระทำได้โดยผ่านการพัฒนาในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งได้แก่การประกอบการโดยชุมชน มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ทางด้านการผลิต การค้าและการเงิน และต้องใช้ปัจจัยการผลิตเหล่านี้ให้เกิดการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ในด้านเศรษฐกิจคือการสร้างรายได้และอาชีพให้แก่คนในชุมชน ในด้านสังคมคือการยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ได้ร่วมคิดร่วมทำ มีการตัดสินใจร่วมกัน มีกิจกรรมใดๆร่วมกัน และมีการเข้าอกเข้าใจกัน ร่วมทุกข์ร่วมสุขกัน เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการการประกอบการของชุมชน วิสาหกิจชุมชนจะเป็นเครื่องมือสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็งเพื่อให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยแข็งแรงและสามารถอยู่รอดได้ในที่สุด (เศรษฐสยาม, 2545 : 33-45)

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า แนวคิดวิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นทางเลือกหนึ่งที่สำคัญในขณะนี้ ภาพรวมของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเกิดปัญหา แต่ทั้งนี้ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมิได้หมายถึงการที่ประเทศจะมีสนใจต่อโลกภายนอกเลย แต่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่พัฒนาขึ้นมาภายใต้โครงกรอบของระบบทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ สร้างขึ้นมาเพื่อลดแรงกดดันของทุนนิยมโลกและทุนนิยมภายใน แต่ยังคงอยู่กับระบบทุนนิยม จึงต้องใช้ทั้งกลไกการผลิต การค้า และการเงิน แต่เป็นการใช้เพื่อให้พึ่งตนเองได้มากที่สุด ลดการครอบงำจากทุนใหญ่ต่าง ๆ และ

กระแสโลกาภิวัตน์ของทุนให้มากที่สุด ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องเท่าทันกระแสโลกและกระแสทุน อีกทั้งต้องมีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อการต่อสู้ ปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน

ทั้งนี้แนวทางการแก้ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจและปัญหาความยากจนของรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร โดยมุ่งแก้ปัญหารากฐานของความยากจนให้แก่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ได้มีการจัดทำโครงการ “นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคม” ขึ้น โดยกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาขึ้นใหม่และรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจไว้ เน้นความสมดุลของเศรษฐกิจในระดับฐานราก สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยแทนการสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหญ่เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนโดยเฉพาะในชนบทที่ห่างไกล เพิ่มศักยภาพในการประกอบอาชีพ ทำให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้

โครงการเร่งด่วนที่รัฐบาลหวังสร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคมและเศรษฐกิจฐานรากที่กำหนดขึ้นเมื่อ 26 ก.พ. 2544 ได้แก่ โครงการพักชำระหนี้เกษตรกรรายย่อย โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โครงการธนาคารประชาชน โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกคน และโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นประเด็นในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ

- 1) สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
- 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ
- 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546 : 1)

โดยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีหลักการพื้นฐานในการพัฒนาดังต่อไปนี้

- 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global) การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้พัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพ เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- 2 พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self reliance creativity) โดดเน้นการนำเอาวัตถุดิบหรือทรัพยากรท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการด้วยภูมิปัญญาของท้องถิ่นจริง ๆ และสามารถหารายได้จากสินค้าหรือบริการดังกล่าวได้จนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) กระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความหวังในการสร้างรายได้ของตนเอง ด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กลั่นกรองออกมาเป็นสินค้าหรือบริการจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน

ทั้งนี้รัฐพร้อมที่จะให้การสนับสนุนหลัก ๆ 3 ประการคือ

1 ด้านเทคโนโลยี เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การสร้างวัตถุดิบให้มีคุณภาพตามหลักวิชาการ เป็นต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์

2 ด้านความรู้ใหม่ เช่น สถาบันฝึกอบรม การจัดการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การจัดให้มีอุปกรณ์ช่วย

3 ด้านการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและหาตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดตั้งบริษัทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ การจัดช่องทางจำหน่ายที่มากขึ้น เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

โครงการฯ จะช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้พัฒนาสินค้า โดยที่รัฐพร้อมให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน ทั้งด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงชุมชนเข้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้โครงการฯ ยังจะช่วยพัฒนาท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ ประชาชนสามารถสร้างรายได้จากการนำเอาทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาด โดยผลิตภัณฑ์นี้รวมถึง กระบวนการทางความคิด การบริการ การดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญา การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย แพร่หลายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก (<http://www.thaitambon.com>)

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ถูกสร้างขึ้นโดยใช้ “ชุมชน” เป็นโจทย์ในการแก้ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ คือ ทำอย่างไรชุมชนจึงจะมีความอยู่ดีกินดี

อย่างยั่งยืนเพื่อแก้วิกฤติการณ์ที่ดำเนินอยู่ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นกระบวนการพัฒนาที่โครงสร้างชุมชนให้สามารถสร้างรายได้ด้วยตนเอง ไม่พึ่งพาใคร โดยประยุกต์เอาทุนสังคมแห่งภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นมาเป็นมูลค่าด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งในด้านการผลิตและการตลาดสู่มาตรฐานสากล กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ รัฐต้องการเปิดประตูชุมชนสู่ตลาดโลก โดยมีชุมชนกับรัฐ ในส่วนของชุมชนเน้นองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น แรงงานและความสามารถของคนในท้องถิ่น ความรู้ที่สืบทอดกันมาของท้องถิ่น วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในท้องถิ่น ในขณะที่ภาครัฐเน้นการบริหารจัดการการผลิต การตลาด และเทคโนโลยีสมัยใหม่

อย่างไรก็ตาม คำถามที่เกิดขึ้นขณะนี้ก็คือ นโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวที่มุ่งส่งเสริมการผลิตระดับชุมชน เพื่อเป็นยุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจภาคชนบทได้วางกรอบแนวคิด ปรัชญา กระบวนการ วิธีการและเครื่องมือในการนำพาชุมชนเข้าสู่ตลาดโลกอย่างไร (จำนง แรกพิณี, 2545 : 20) สอดคล้องกับความมุ่งหมายที่แท้จริงในการพึ่งตนเองหรือไม่ หนทางที่ชุมชนกำลังก้าวไปนั้นมีความมั่นคงปลอดภัยหรือไม่ มีการดำรงไว้ซึ่งความเป็นตัวของตัวเองได้หรือไม่ หรือจะถูกดึงเข้าสู่วงจรการผลิตการค้าแบบทุนนิยมที่เน้นกำไรสูงสุด ไม่แตกต่างจากแนวทางเดิม ๆ ที่ผ่านมาเพราะการจะสร้างฐานรากที่แข็งแกร่งให้แก่ชุมชนนั้น จำเป็นต้องใช้ปัจจัยหลายอย่างประกอบเข้าด้วยกัน ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการกลุ่ม และการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการให้เท่าทันผู้อื่นและสามารถเข้ามาผสมผสานกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่มาจากรัฐเพื่อเน้นความสำคัญของชุมชน ค่านิยมแบบดั้งเดิมจริง ๆ ตามหลักการที่มีอยู่ (นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์ หุตานุวัตร, 2546)

นักวิชาการบางส่วนเห็นว่าแนวคิดวิสาหกิจชุมชนเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาที่เป็นผลพวงของการพัฒนาตามแนวทางของเศรษฐกิจกระแสหลักซึ่งผิดพลาด (กาญจนา แก้วเทพ, 2540 : 13) ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของพิทยา ว่องกุลที่เสนอว่า รัฐสิ้นหวังในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจเอกชน จึงทำให้รัฐบาลหันมาสนใจในธุรกิจชุมชน การนำเสนอนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon one Product : OTOP) ของรัฐบาลเป็นการพัฒนาแบบแยกส่วน และแอบแฝงด้วยวัตถุประสงค์ที่ต้องการผลิตพืชเชิงเดี่ยวหรือสินค้าเดียวเพื่อขายและเอาเงินเป็นตัวตั้งพร้อมกับให้ความสำคัญมากกว่าการพัฒนาชุมชนที่ควรอยู่ร่วมกันได้แบบพึ่งพากัน อีกทั้งยังเป็นนโยบายที่มุ่งหวังผลทางการเมืองเป็นหลัก วิสาหกิจชุมชนในแนวนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แท้จริงเป็นเพียงการนำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทุนนิยมมาปรับใช้หรือลากเข้ามาใช้แล้วผลักวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหน่วยการผลิตหนึ่งของระบบทุนนิยม ซึ่งต้องดิ้นรนและแข่งขัน

ต่อสู้เพื่ออยู่รอดในกระแสโลกาภิวัตน์ เพื่อเป็นฐานให้กับทุนใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติต่อไป (2545 : 57-58)

ดังที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าแนวคิดของนักคิด นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ยังมีทัศนคติที่แตกต่างอย่างมากกับถ้อยแถลงของรัฐบาลที่ได้นำเสนอต่อสาธารณชน ต่อแนวคิดในการสร้างความมั่นคงให้กับระบบเศรษฐกิจฐานรากในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ของทุนที่ถูกครอบงำโดยทุนผูกขาดระดับโลก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่าจะสามารถตอบสนองต่อแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สร้างชุมชนให้เข้มแข็งตามเจตนารมณ์ดั้งเดิมของรัฐบาลที่วางไว้ได้หรือไม่

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1 เพื่อทำการศึกษา วิเคราะห์ และ สังเคราะห์ผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคม
- 2 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับแนวทางการพัฒนาประเทศ โดยการใช้วิสาหกิจชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา
- 3 เพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้ นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคมกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงผลของ นโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เป็นโครงการเร่งด่วนที่รัฐบาลหวังจะสร้างความเข้มแข็งให้แก่สังคมและเศรษฐกิจฐานรากที่กำหนดขึ้นเมื่อ 26 ก.พ. 2544 เพื่อที่จะ สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งเพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ และเพื่อการส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ทั้งนี้ การศึกษาจะเป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลัก วิสาหกิจชุมชน เพื่อที่จะทำความเข้าใจว่า โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น สามารถที่จะพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนได้อย่างแท้จริงหรือไม่

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับ เศรษฐกิจชุมชน ของ ศาสตราจารย์ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของชุมชนไทย และประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมไทยที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจชุมชนไทย

ทั้งนี้ โดยใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเมือง ว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชน ดังต่อไปนี้

- 1) ทฤษฎีสำนกองค์การการผลิตของ เอ วิ ชายานอฟ
- 2) แนวคิดชุมชนหมู่บ้านของมหาตมะ คานธี
- 3) แนวคิดเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม
- 4) แนวคิดทฤษฎีอนาธิปไตยนิยมไทย

และเพื่อที่จะเข้าใจถึงหลักการและความหมายของระบบเศรษฐกิจชุมชนของไทย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึง ธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ เพื่อที่จะสามารถอธิบายรูปแบบต่างของการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ รวมถึงจะสามารถเข้าใจในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น อีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ของผู้วิจัยเอง หรือเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาพิจารณาเพื่อที่จะทราบถึงผลของการดำเนินโครงการฯว่าเป็นไปในทิศทางใด โครงการฯเป็นรูปแบบการพัฒนาแบบวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชน สามารถที่จะพัฒนาชุมชนให้แข็งแรงได้จริงหรือไม่

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ นำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยข้อมูลที่ใช่แบ่งเป็นสองประเภท ดังนี้

- 1) ข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary sources) ได้แก่ ตำรา หนังสือ บันทึกเหตุการณ์ รายงานการเจรจา รายงานการประชุม การสัมภาษณ์ และบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ

2) ข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary sources) ได้แก่ บทความ บทวิเคราะห์ ข่าว หนังสือพิมพ์ เอกสารจากอินเทอร์เน็ตต่างๆ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์ หัวหน้ากลุ่มและผู้นำชุมชน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ โดยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่พบจากการศึกษาคาดว่าจะแหล่งข้อมูลที่สำคัญให้นักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน นักเศรษฐศาสตร์การเมือง รัฐบาล ประชาชนในชุมชน และผู้ที่สนใจทั่วไปมีข้อมูลและความเข้าใจต่อการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาลว่ามีส่วนส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งดังที่ได้แถลงหรือไม่อย่างไร ซึ่งข้อมูลที่ค้นพบดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ทั้งในแง่การเกิดความเข้าใจและการใช้เป็นข้อมูลในการเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงโครงการในระยะต่อไป

1.7 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการให้บริการทางการเงินหรืออื่น ๆ แก่ประชาชนเพื่อให้ได้กำไรและกิจกรรมใด ๆ ที่ประกอบการทางเศรษฐกิจซึ่งตั้งขึ้นเพื่อให้ได้กำไร

ธุรกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจที่สมาชิกชุมชนส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ ผลิต ควบคุม จัดการ และรับผลประโยชน์จากปัจจัยการผลิตนั้น ชุมชนร่วมกันลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542 : 78)

วิสาหกิจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า enterprise หมายถึง หน่วยประกอบการที่มีกรรมสิทธิ์ร่วมกันของคนในชุมชน คล้ายรูปแบบของบริษัทหรือสหกรณ์ เป็นองค์กรที่ไม่เน้นกำไรแต่ไม่ปฏิเสธกำไร

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการโดยชุมชน ที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของ ปัจจัยการผลิต ทางด้านการผลิต การค้าและการเงิน และต้องใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกออกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจคือการสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคมคือการยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ได้ร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบทุกข์สุขกันและกัน โดยผ่านกระบวนการการประกอบการของชุมชน วิสาหกิจชุมชนจะเป็นเครื่องมือสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็งเพื่อให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมอยู่รอด (เศรษฐสยาม. 2545 : 33-45)

เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมซื้อและการบริโภคของชุมชน และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน

พอเพียง (sufficiency) หมายถึง พอเพียงทั้งระดับตนเอง ครัวเรือน ชุมชนและประเทศชาติ ไม่เดือดร้อน ไม่ขัดสน มีเพียงพอที่จะสนองความต้องการได้โดยไม่ขาดแคลน ทำให้พึ่งตนเองได้ ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น มีภูมิคุ้มกันในตัวเอง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา การวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาภายใต้แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเมือง ในด้านของแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ถึงการศึกษที่ที่รอบด้าน และมีความเข้าใจอย่างเป็นระบบถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กับแนวคิดวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้าน เศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน และธุรกิจชุมชน โดยในบทนี้ จะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาทำความเข้าใจและศึกษาการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในบทต่อไป

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาและทำความเข้าใจในการ วิเคราะห์และสังเคราะห์ ผลของนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจในแนวคิดและทฤษฎีของประวัติศาสตร์และเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้ เพราะนโยบายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายที่รัฐได้ใช้แนวคิดที่จะให้ ชุมชนเป็นหน่วยการผลิต การผลิตหนึ่ง ที่สามารถจะพึ่งตนเองได้ มีความสามารถที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีศักยภาพที่จะต่อสู้ในระบบทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ได้ และส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความเข้มแข็ง และมีความสุข อยู่ดีกินดี ในแนวคิดของทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนนั้น จะทำให้มีผู้วิจัยมีความเข้าใจในระบบเศรษฐกิจ ในชุมชนได้ดียิ่งขึ้น

จากการศึกษางานของ ศาสตราจารย์ ดร. จิตรทิพย์ นาถสุภา อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดที่แตกต่างกันระหว่างสองแนวคิด คือระหว่างการพัฒนาประเทศตามแนวเศรษฐศาสตร์กระแสหลักหรือแนวทางทุนนิยมในรูปแบบที่ได้รับมาจากประเทศตะวันตกและแนวทางเศรษฐศาสตร์ชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงที่เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับพื้นฐานและคนส่วนใหญ่ภายในประเทศไทย เป็นการต่อสู้ทางความคิดและนโยบายที่สำคัญที่สุดในประเทศไทย สาเหตุที่เกิดมีการต่อสู้ระหว่างสองแนวคิดคือ การมีความเห็นที่ว่าที่ผ่านมา การพัฒนาประเทศไทยนั้นมีรูปแบบการพัฒนาที่ไม่เอื้ออำนวยและไม่เหมาะสมต่อความเป็น สังคมและวัฒนธรรมไทย ซึ่งมีหลักฐานดังต่อไปนี้

1) เนื่องจากการพัฒนาประเทศไทยตามแนวทางทุนนิยมในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำและเกิดความแตกต่างในรายได้มากระหว่างภาคเมืองกับภาคชนบท ระหว่างข้าราชการหรือชนชั้นสูงกับชนชั้นชาวนา ความร่ำรวยกระจุกตัวอยู่กับคนเพียงบางกลุ่มของประเทศ ในขณะที่คนส่วนใหญ่ของประเทศยากจน ในประเทศไทยประชากรกว่าครึ่งหนึ่งยังคงอาศัยอยู่ในชนบท ดังนั้นจึงยังต้องคำนึงถึงคนส่วนใหญ่เหล่านี้ด้วย

2) อุตสาหกรรมด้านต่างๆในสาขาเศรษฐศาสตร์ทุนนิยมถูกรอบงำโดยต่างชาติ โดยการลงทุนและเทคโนโลยีของต่างชาติ แทบจะไม่ใช้สาขาของเศรษฐกิจไทย ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าไทยได้รับเพียงค่าจ้างทางด้านแรงงานบางส่วนแต่กลับต้องสูญเสียสังคมที่มีความปรองดองกันไปกับความเห็นแก่ได้ที่เข้ามาพร้อมเศรษฐกิจทุนนิยมและสูญเสียคุณภาพชีวิตที่ดีจากการที่เศรษฐกิจทุนนิยมได้ทำลายทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมไปเป็นจำนวนมาก ส่วนรายได้หลักจากอุตสาหกรรมต่างๆกลับถูกส่งกลับไปยังประเทศตะวันตก เป็นต้น

3) เศรษฐกิจทุนนิยมก่อให้เกิดปัญหาสังคม เช่น การเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม อากาศและน้ำเป็นพิษ โรงงานไม่ถูกสุขลักษณะและไม่ปลอดภัย ปัญหาโสเภณี โรคเอดส์และยาเสพติด วัฒนธรรมทุนนิยมทำลายน้ำใจ ประเพณีศีลธรรมครอบครัวและชุมชนซึ่งเป็นสถาบันหลักของไทย ขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทยแต่เดิมมา

4) ในระยะที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อต่างประเทศถอนเงินลงทุนและเงินให้กู้คืน การพัฒนาแบบทุนนิยมก็ชะงักงัน เศรษฐกิจของชาติตกอยู่ในภาวะที่ตกต่ำ ประชาชนไทยเริ่มไม่เชื่อว่าการพัฒนาในแนวทางที่ผ่านมาจะนำพาประเทศสู่อนาคตที่สดใสได้ ความสงสัยในความถูกต้องของแนวทางทุนนิยมทำให้เกิดความสนใจการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้าน พัฒนาภาคเกษตรกรรมแทนภาคอุตสาหกรรม ผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศเป็นหลักแทนการผลิตเพื่อส่งออก คือแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจพอเพียง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 1-2)

ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าผู้ที่เริ่มแนวคิดเศรษฐกิจและวัฒนธรรมชุมชนในเมืองไทยได้แก่

- 1) บาทหลวงนิพนธ์ เทียนวิहार
- 2) คุณบำรุง บุญปัญญา
- 3) คุณอภิชาติ ทองอยู่
- 4) ศาสตราจารย์ นายแพทย์ประเวศ วะสี
- 5) ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา

(แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม, 2548 : 16)

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนในประเทศไทยเริ่มเกิดมาจากข้อเสนอขององค์กรพัฒนาเอกชนเมื่อ 20 ปีก่อน ต่อมาเมื่อนักคิดระดับชาติหลายคนเช่น ศาสตราจารย์เสนห์ จามริก ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี ศาสตราจารย์เอกวิทย์ ณ ถลาง ศาสตราจารย์ชัยอนันต์ สมุทวณิช ได้นำเสนอแนวทางนี้จนสามารถผลักดันให้ปรากฏแนวคิดในส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) ที่ว่าจะส่งเสริมให้สถาบันครอบครัวและชุมชนเป็นสถาบันหลักของการพัฒนา มาจนถึงที่สำคัญที่สุดพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงปราศรัยในวันที่ 4 ธันวาคม 2540 ทรงเสนอ ทฤษฎีที่เรียกว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” (self – sufficient economy) (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 2)

จากที่ได้กล่าวอ้างมาในเบื้องต้นนี้ เป็นการทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับการพัฒนาประเทศในช่วงเวลาที่ผ่านมาและส่งผลให้เกิดแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่นักคิดหลาย ๆ ท่านได้คิดขึ้น เพื่อที่จะวางกรอบเป็นแนวคิดในการพัฒนาประเทศที่เหมาะสมที่สุดกับประเทศไทย ตั้งที่ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ได้ให้คำบรรยาย ณ มหาวิทยาลัยโตเกียว และมหาวิทยาลัยโทโฮกุยกุอิน ว่า “เราต้องการเปลี่ยนทิศทางของการศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ในประเทศไทย จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลักซึ่งมีพื้นฐานอยู่กับแนวคิดแบบปัจเจกชนนิยมซึ่งยึดมาทั้งหมดจากประสบการณ์ประวัติศาสตร์ตะวันตก มาสู่การประกอบทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เป็นของไทยเราเอง จากประสบการณ์ประวัติศาสตร์ของเราเอง คือมีพื้นฐานอยู่กับแนวคิดแบบชุมชน โดยเฉพาะ ณ สถานภาพความรู้เศรษฐศาสตร์ในประเทศไทยขณะนี้ ทฤษฎีที่น่าจะเป็นประโยชน์มากที่สุด คือทฤษฎีที่แสดงภาพทั้งระบบ ความเกี่ยวพันของปัจจัยที่สำคัญในระบบรวมทั้งเส้นทางการพัฒนาของระบบ คือทฤษฎีประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะที่สร้างขึ้นมาจากข้อมูลเศรษฐกิจชุมชนของทุกภาค เป็นภาพรวมทั้งประเทศ ประกอบยกระดับขึ้นเป็นทฤษฎี โดยมีจุดยืนที่อยู่เป็นฝ่ายประชาชนและชุมชน สร้างเป็นทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ที่อธิบายว่าเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตัวเองได้ ดำรงอยู่ได้ นำพึ่งปรารถนาและพัฒนาต่อไปได้ ทั้งสอดคล้องกับลักษณะของเศรษฐกิจไทยที่ประชากรส่วนใหญ่อยู่ในสาขาเกษตรกรรม และสาขาที่เกี่ยวข้อง” (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545)

จากการให้คำบรรยาย ณ มหาวิทยาลัยโตเกียว และ มหาวิทยาลัยโทโฮกุยกุอินของ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา อาจกล่าวได้ว่า ในแต่ละประเทศ แต่ละภูมิภาค แต่ละทวีป มีปัจจัยต่างๆภายในประเทศที่แตกต่างกัน รูปแบบการพัฒนาที่สามารถประสบความสำเร็จในประเทศหนึ่ง ไม่อาจที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาอีกประเทศหนึ่งที่มีปัจจัยภายในประเทศที่แตกต่างกันได้ อีกทั้งการลอกเลียนแบบแนวทางการพัฒนาประเทศที่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาแล้วนั้น ย่อมไม่สามารถที่จะนำมาใช้กับอีกประเทศที่มีประวัติศาสตร์ในการพัฒนาที่แตกต่างกันได้ ดังนั้น ในการพัฒนาประเทศไทย จึงควรที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจกับการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมหมู่บ้านของชนชาติไทย เพื่อที่จะรู้

ปัจจัยพื้นฐานของชุมชนชาวไทยในอดีตและหลังจากนั้นจึงเริ่มทำการศึกษาถึงทฤษฎีต่างๆที่ใช้ในการศึกษาชุมชนของไทย

2.1.1 ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย

จากการอ่านและสรุปการวิจัยเรื่อง “ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย” อาจกล่าวได้ว่า ศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ได้พบข้อเท็จจริงหลายประการเกี่ยวกับ สังคมและเศรษฐกิจของไทยในอดีต โดยจะแบ่งเป็น 2 ช่วง ในช่วงแรกจะเน้นทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนในช่วงที่ 2 จะเน้นทางด้านวัฒนธรรม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 119)

ด้านเศรษฐกิจของชุมชนไทยในอดีต

- 1) สังคมไทยในอดีตก่อนที่ระบบทุนนิยมจะแพร่หลายนั้น ประกอบไปด้วย 2 สถาบัน คือ ชุมชนหมู่บ้านและภาครัฐ ทั้งนี้ยังสามารถแบ่งชนชั้นชาวไทยได้อย่างชัดเจนเป็น 2 ชั้น คือ ชนชั้นชาวนาและชนชั้นข้าราชการ ส่วนชนชั้นกระฎุมพีซึ่งประกอบด้วย ชาวจีนอพยพและลูกหลาน ในขณะที่นั้นมีขนาดเล็กและค่อนข้างที่จะอ่อนแอ ระบบกรรมสิทธิ์ของภาคเอกชนยังไม่มีการพัฒนา
- 2) ชุมชนหมู่บ้านของไทยในขณะนั้นมีเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองได้ และมีแนวทางในการพัฒนาเป็นแบบของตนเอง มีลักษณะเป็นการพึ่งตนเองเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ มีการทอผ้าไว้ใช้เองหรือมีการปลูกข้าวไว้เพื่อกินกันเองภายในครัวเรือน ทั้งนี้ ชุมชนหมู่บ้านไทยยังคงรักษาไว้ซึ่งลักษณะสำคัญของแบบแผนลักษณะของสังคมไทย วัฒนธรรมไทย และจิตวิญญาณของไทย กล่าวคือ มีความผูกพันกันภายในครอบครัว และชุมชน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีน้ำใจที่ดั่งามต่อกัน มีความรักและนับถือบรรพบุรุษ และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและสังคมที่ดั่งามของไทย
- 3) ชุมชนหมู่บ้านของไทย มีความแข็งแรง คงทนและไม่สามารถทำให้แตกสลายได้โดยง่าย จากปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการดังต่อไปนี้
 - 1) ประเทศไทยมีที่ดินเมื่อเปรียบเทียบกับต่อจำนวนประชากร

ค่อนข้างสูง 2) ประเทศไทยมีชุมชนที่มีความแน่นแฟ้น เอื้อ
 อาหารต่อกันและมีการช่วยเหลือกันภายในชุมชนและระหว่าง
 ชุมชน 3) รัฐและระบบทุนนิยมมีการดูส่วนเกินในการผลิตจาก
 ชุมชน โดยผ่านการเกณฑ์แรงงานคนในชุมชนเข้าไปทำงานใน
 ตัวเมือง ผ่านการจัดเก็บภาษีจากชุมชน(ส่วยภาษี)และการ
 แลกเปลี่ยนต่างๆ แต่ทั้งนี้ รัฐก็ได้เข้าไปจัดการบริหารการผลิต
 ในชุมชนด้วยตนเอง ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการที่ประเทศไทย
 ไม่เคยตกเป็นอาณานิคมของประเทศใด

จากข้อค้นพบของศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา อาจสรุปได้ว่า ลักษณะของ
 เศรษฐกิจของชุมชนไทยในอดีต นั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญเพียง 2 หน่วย คือ ภาครัฐ และ
 ชุมชน ทั้งนี้ ภาครัฐมิได้มีส่วนในการเข้ามาบริหารจัดการการผลิตภายในชุมชน ทั้งนี้ อาจ
 เนื่องมาจากการที่ชุมชนของไทยมีความแข็งแรง สามารถที่จะพึ่งตนเองได้ อีกทั้งมีทรัพยากรที่
 อุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้มีความสามารถที่จะทำการผลิตเพื่อส่งส่วยให้แก่ภาครัฐโดยไม่ขาดแคลน
 ดังนั้นภาครัฐจึงไม่มีความจำเป็นที่จะเข้ามาจัดการและบริหารการผลิตของชุมชน เศรษฐกิจของ
 ไทยในช่วงเวลานั้นเป็นเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองเป็นหลัก มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมิได้คิด
 ค่าจ้างเป็นรูปแบบของเงินทองแต่อย่างใด แต่อาจมีการเลี้ยงเหล้า ข้าวปลา ผลไม้ต่างๆแก่ผู้ที่มา
 ช่วยในการผลิต ยกตัวอย่างเช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว

ด้านวัฒนธรรมของชุมชนไทยในอดีต

- 1) จากการศึกษาค้นพบว่า ชุมชนไทยในอดีตที่ผ่านมา มีการ
 แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันเป็นอย่างมาก ชุมชนใดมีการผลิต
 ที่มากในด้านผลผลิตใด ก็จะมีการแลกเปลี่ยนกับชุมชนที่ขาด
 แคลนในสิ่งนั้น ยกตัวอย่างเช่น ในชุมชนภาคใต้หรือชุมชนที่ติด
 ทะเลหรือแม่น้ำ ก็จะมีผลผลิตทางด้านสัตว์น้ำจำพวก กุ้ง หอย
 ปู ปลา เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ผู้คนในชุมชนดังกล่าวอาจจะนำ
 ผลิตผลที่ตนเองหาได้นั้น ไปแลกเปลี่ยนกับผลิตผลอื่นๆที่ชุมชนอื่นหา
 ได้เช่น แลกเปลี่ยนกับ ผลผลิตข้าวในเขตชุมชนพื้นที่ราบลุ่ม
 หรืออาจนำไปแลกเปลี่ยนกับผลไม้ของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณ
 ภูเขา หรือทำการแลกเปลี่ยนกับผัก ในชุมชนที่มีการทำ
 เกษตรกรรมปลูกผัก เป็นต้น ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนมิได้มี
 ข้อกำหนดตายตัวว่าจะต้องแลกเปลี่ยนกันเป็นจำนวนเท่าใด
 การแลกเปลี่ยนโดยส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่

ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของผู้ที่แลคนั้นเอง ในบางครั้ง ชุมชนที่หาปลาอาจหาปลาได้เพียงน้อย เนื่องจากมีพายุเข้า การนำปลาไปแลกกับข้าวก็มีได้หมายความว่า จะได้รับข้าวน้อยตามชุมชนที่ผลิตข้าวอาจมีผลผลิตข้าวค่อนข้างเยอะและสามารถแบ่งปันให้แก่ชุมชนอื่นโดยที่ตนเองไม่เดือดร้อน ชุมชนที่ผลิตข้าว ก็พร้อมที่จะให้ข้าวแก่ชุมชนที่หาปลาเป็นจำนวนมากก็ได้ ทั้งนี้ เนื่องมาจากวัตถุประสงค์ของการแลกเปลี่ยนมิได้มาจากการหวังผลกำไร แต่มาจากเพื่อความพอเพียงและช่วยเหลือเกื้อกูลกันในฐานะคนไทยด้วยกัน

- 2) ชุมชนหมู่บ้านไทย มีลักษณะโบราณและมีความเป็นชุมชนที่เข้มข้น กล่าวคือ มีความผูกพันกันอย่างแน่นแฟ้น ทั้งนี้ จากการที่ชุมชนหมู่บ้านไทนอกประเทศไทยมีการแบ่งระบบที่ดินทำกินใหม่เป็นระยะตามขนาดครอบครัวที่เปลี่ยนไป เช่น ลูกชายได้แต่งงานและเริ่มก่อตั้งครอบครัวใหม่อีกครอบครัว ผู้เป็นพ่อก็จะทำการจัดสรรที่ดินทำกินให้ ซึ่งหมายถึง การที่ชุมชนไทยมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีน้ำใจให้แก่กัน มีพิธีกรรมต่างๆ ที่แสดงความสำคัญแก่บรรพบุรุษ ผู้เฒ่าผู้แก่ ครอบครัวและชุมชน
- 3) วัฒนธรรมหมู่บ้านไท เป็นวัฒนธรรมของชาติไทโดยธรรมชาติ ทั้งนี้ งานวิจัยของ ศาสตราจารย์ ดร. จักรทิพย์ นาถสุภา ได้พบว่า ชนชาติต่างๆ ที่อาศัยอยู่บริเวณเอเชียอาคเนย์ตอนบน รวมถึงยูนนานและอัสสัม ได้รับวัฒนธรรมและภาษาไทยเป็นสมบัติร่วมกับชนชาติไทที่อาศัยอยู่บนที่ราบลุ่ม ขณะที่ชนชาติอื่นๆ เช่น ลัวะ ละว้า ปะหล่อง ขมุ ถิ่น กะฉิ่น กะเหรี่ยง แม้ว และชาวเขาอื่นๆ อาศัยอยู่บนภูเขาใกล้ๆ ชนชาติอื่นเหล่านี้ มีสองวัฒนธรรม มีทั้งวัฒนธรรมของตนเองและวัฒนธรรมไท อีกทั้งยังสามารถที่จะพูดได้ทั้งสองภาษา กล่าวคือ พวกเขาสามารถที่จะพูดภาษาไทยได้เมื่อลงมายังที่ราบเพื่อค้าขายกับชาวไทย เป็นต้น ทั้งนี้ ในทฤษฎีของ ศาสตราจารย์ ดร. จักรทิพย์ นาถสุภา ได้กล่าวไว้ว่า ชาติไม่จำเป็นที่จะต้องประกอบด้วยชนเผ่าเดียวกัน ที่สำคัญคือชุมชนต่างๆ ได้อยู่ร่วมกันมาเป็นเวลานาน มีประสบการณ์และประวัติศาสตร์ร่วมกัน และใช้ภาษาร่วมกัน มีวัฒนธรรมร่วมกัน คุณลักษณะดังกล่าวนี้มีนัยสำคัญทางอุดมการณ์วัฒนธรรมชุมชนหรือวัฒนธรรมชวาณาสามารถที่จะ

เป็นแกนกลางของวัฒนธรรมแห่งชาติ วัฒนธรรมไทยสามารถ
จะอยู่ในฐานะที่พิเศษอย่างนั้น คือเป็นทั้งวัฒนธรรมแห่งชาติ
และวัฒนธรรมชาวนา(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 120-121)

จากข้อค้นพบทางด้านวัฒนธรรมชุมชนของ ศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา
สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมไทยในอดีต มีลักษณะเป็นเครือข่าย และมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกัน
และกันระหว่างชุมชนภายในเครือข่าย ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น มิได้หวังหรือมุ่งเน้นไปที่
ผลกำไร แต่เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้ทุกชุมชนมีความพอเพียงในด้านต่างๆที่ขาด
ไป ทั้งนี้ การแลกเปลี่ยนดังกล่าว ก่อให้เกิดการติดต่อ สนิทชิดเชื้อกัน และก่อให้เกิด
ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในที่สุด มีการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม และมีการใช้
ภาษาและวัฒนธรรมดังกล่าวร่วมกัน สุดท้ายจึงมีประสบการณ์ประวัติศาสตร์ร่วมกัน หรืออาจ
กล่าวได้ว่าการรวมกันเป็นชาติเดียวกันในที่สุด ทั้งนี้ รูปแบบการอยู่ร่วมกันของหลายชนเผ่า
แต่อาศัยอยู่ในชาติเดียวกัน ในปัจจุบันก็มีอยู่ให้เห็นอย่างเด่นชัด เช่น ประเทศ สิงคโปร์ เป็นต้น

หลังจากที่ได้ทำความเข้าใจกับลักษณะต่างๆที่สำคัญของชุมชนไทยในอดีตที่ผ่านมา
ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของ เศรษฐกิจและวัฒนธรรมชุมชนแล้วนั้น ผู้วิจัยจะทำการศึกษาทฤษฎี
ต่างๆที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเศรษฐกิจและสังคมของไทย

2.1.2 ทฤษฎีสำนึกองค์กรการผลิตของ เอ วิ ชายานอฟ

จากการศึกษา ทฤษฎีสำนึกองค์กรการผลิตของ เอ วิ ชายานอฟ ในหนังสือเรื่อง
“ประวัติศาสตร์ และเศรษฐกิจของไทย” ของ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ค้นพบว่า
ชายนอฟ ได้พยายามที่จะอธิบายว่า เศรษฐกิจชาวนานั้นเป็นเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพเป็นอย่าง
ยิ่ง ทั้งนี้ เศรษฐกิจครอบครัวของชาวนา ซึ่งใช้แรงงานของคนในครอบครัวในการผลิตไม่ได้มีการ
จ้างแรงงานจากภายนอกแต่อย่างใด เป็นเศรษฐกิจที่มีความมั่นคง และสามารถดำรงอยู่และ
พึ่งตนเองได้ ทั้งยังสามารถทำการผลิตซ้ำเมื่อใดก็ได้ที่ต้องการ

อาจกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจครอบครัวของชาวนาขนาดย่อมที่ใช้แต่แรงงานของคน
ภายในครอบครัวเป็นแรงงานในการผลิต ในการผลิตแต่ละครั้งนั้น ครอบครัวจะผลิตจนถึงระดับ
ที่พอเพียงแก่ความต้องการของการบริโภคภายในครัวเรือนของตน ไม่ใช่การผลิตเพื่อหวังผล
กำไรเป็นที่ตั้ง ดังนั้นจุดสิ้นสุดของการผลิตอยู่ที่ความเพียงพอในการบริโภคเท่านั้น ยกตัวอย่าง
เช่น โดยปกติแล้ว ครอบครัวของชาวนามีการบริโภค 3 หน่วยต่อ 1 ครอบครัว ครอบครัวของ
ชาวนามีสมาชิกทั้งสิ้น 3 คน ดังนั้น การผลิตภายในครอบครัวสามารถแบ่งหน้าที่กันผลิตได้โดย

1 คนต่อการผลิต 1 หน่วยการบริโภค จึงจะพอเพียงต่อการบริโภคภายในครอบครัว แต่หากวันใดคนภายในครอบครัวของชาวนาลัมป่วยลง สมาชิกที่มีความสามารถที่จะทำการผลิตได้ก็จะลดลงเหลือเพียง 2 คนเท่านั้น ดังนั้น สมาชิกทั้ง 2 คนจะต้องทำงานหนักขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เพียงพอต่อการบริโภคของสมาชิกทั้ง 3 คนเช่นเดิม

อาจกล่าวได้ว่าเศรษฐกิจในรูปแบบของ การผลิตเพื่อเพียงพอแก่การบริโภคนั้นมีใช้การผลิตในรูปแบบของระบบทุนนิยม ทั้งนี้ เนื่องมาจากในระบบทุนนิยมนั้น หากอัตรากำไรต่ำลงไปองค์กรทุนนิยมอาจจำเป็นต้องทำการหยุดผลิต เนื่องจากไม่สามารถที่จะรองรับต่อภาระขาดทุนได้ แต่ทั้งนี้ครอบครัวของชาวนาจะต้องทำการผลิตอยู่เพื่อไม่ให้สมาชิกภายในชุมชนต้องอดตาย ดังนั้นสมาชิกภายในครอบครัวชาวนาจึงต้องทำการขูดรีดตัวเองในการผลิตมากขึ้น ทั้งนี้แรงขับเคลื่อนในการทำงานมาจากตัวของชาวนาเอง อาทิเช่น ต้องการให้สมาชิกภายในครอบครัวได้มีความสุข มีการบริโภคที่เพียงพอ ไม่ขาดแคลนต่อสิ่งใด แต่ในขณะเดียวกัน ความปรารถนาของผู้ประกอบการคือ ต้องการได้กำไร ไม่ว่าจะกำไรนั้นจะมาจากการทำงานของตนเองและแรงงานของผู้อื่นก็ตามที หรืออาจกล่าวได้ว่า ในฐานะของผู้ประกอบการนั้นแรงจูงใจในการทำงานคือ การได้ส่วนต่างหรือผลกำไรระหว่างรายได้ทั้งหมด กับค่าใช้จ่าย แต่ในส่วนของชาวนาหรือกรรมกรแล้วนั้น แรงจูงใจในการทำงานคือรายได้ที่ได้เป็นชิ้นงาน เช่น ช่างไม้ ช่างทำเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

ในส่วนของที่ดินในการทำมาหากิน ผลการศึกษาของชายานอฟได้กล่าวไว้ว่า แม้ว่าเวลาจะผ่านไปและเกิดการเปลี่ยนแปลงของครอบครัวชาวนาจก็ตาม อาทิเช่น การแบ่งแยกครอบครัวออกมาจากการแต่งงาน หรือการรวมครอบครัวเข้าด้วยกันจากการที่มีการเสียชีวิตของคนในครอบครัวหนึ่ง เป็นต้น อัตราพื้นที่ทำมาหากินของครอบครัวต่อจำนวนสมาชิกภายในครอบครัวยังคงเท่าเดิมและมีความสอดคล้องกัน ยกตัวอย่างเช่น การที่มีการแต่งงานและมีการกำเนิดบุตร เกิดขึ้น สมาชิกภายในครอบครัวได้เพิ่มมากขึ้น และต้องการที่จะบริโภคเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของการเพิ่มขึ้นของสมาชิก ดังนั้นครอบครัวชาวนาจจะมีการครอบครองและใช้ประโยชน์จากที่ดินขนาดใหญ่ขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ครอบครัวเก่าขนาดใหญ่ เมื่อวันเวลาผ่านไปย่อมที่จะเกิดการแตกแยกออกเป็นครอบครัวเล็กๆหลายครอบครัว และการครอบครองที่ดินจะมีขนาดเล็กลง ชายานอฟจึงให้คำอธิบายความแตกต่างในการถือครองที่ดินในระบบฟาร์มครอบครัวว่าเป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยด้านประชากร (demographic differentiation)

ทั้งนี้ ตามทฤษฎีของชายานอฟ กล่าวไว้ว่า การที่ชาวนาในกลุ่มต่างๆมีที่ดินน้อย มีที่ดินปานกลาง มีที่ดินมาก เป็นเรื่องธรรมดา และเป็นเช่นนี้ในทุกๆเขต ในทุกช่วงของสมัยประวัติศาสตร์ ในทุกช่วงของเวลา ทั้งนี้ การมีและครอบครองที่ดินของชาวนาจขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของกลุ่มชาวนา จัดตามขนาดของครอบครัว เป็นครอบครัวขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ซึ่ง

อัตราส่วนนี้จะคงที่ตามธรรมชาติของวงจรชีวิตอายุครอบครัว แม้ในช่วงที่ศึกษาอาจพบว่าแต่ละครอบครัวอาจอยู่ในช่วงชีวิตที่ต่างกัน แต่ในภาพรวมแล้ว อัตราส่วนของกลุ่มครอบครัว ซึ่งก็หมายถึงอัตราส่วนของกลุ่มขนาดตามขนาดของฟาร์ม ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง นั่นหมายความว่า ฟาร์มครอบครัวชาวนามีความคงทน วิธีของชาวนามีเสถียรภาพ ไม่ใช่ว่าเมื่อวันเวลาผ่านไปก็เกิดแยกกลุ่มชาวนาเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งได้กลายเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ และเตรียมที่จะเป็นนายทุนเกษตรกรรม หรือชาวนากลายเป็นชนชั้นนายทุน ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งแตกสลายและสมาชิกกลายเป็นชนชั้นกรรมมาชีพ เป็นต้น

ในความคิดของชยานอฟ ได้กล่าวไว้ว่า ชาวนาไม่ได้เป็นนายทุน ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ชุมชนชาวนาไม่ได้มีการผลิตที่มุ่งเน้นที่จะได้รับผลกำไร ชุมชนชาวนาไม่ได้มีการขูดรีดแรงงานผู้อื่น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ชาวนาเป็นกลุ่มหนึ่งที่มีการผลิตเพื่อให้เพียงพอต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและครอบครัว ทั้งนี้จึงไม่ได้เป็นนายทุนที่มีการผลิตโดยการขูดรีดแรงงานผู้อื่นเพื่อหวังผลกำไร

จากคำกล่าวอ้างดังกล่าวนี้ ชยานอฟได้มีความคิดเห็นว่า ถึงแม้จะมีการเกิดขึ้นของระบบตลาดทุนนิยม แต่ไม่ใช่ว่าระบบตลาดทุนนิยมจะสามารถทำลายฟาร์มของชาวนาได้ ทั้งนี้ หากฟาร์มของชาวนายยังคงยึดมั่นอยู่กับหลักการผลิตที่เพียงพอต่อการบริโภคของครอบครัว แต่ทั้งนี้ หากฟาร์มชาวนาเปลี่ยนหลักการผลิตใหม่จากเดิมที่ยึดมั่นต่อการบริโภคภายในครอบครัว เป็นหลักการตลาดและความต้องการกำไรเป็นตัวกำหนดการผลิต นั้นย่อมหมายความว่า ชาวนาจะไม่สามารถควบคุมระบบการผลิตของตนเองได้เลย ทั้งนี้ต้องอิงต่อกระแสตลาดทุนนิยมซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกของครอบครัวฟาร์มชาวนา หากตลาดไม่ต้องการชาวนา ก็ไม่สามารถที่จะทำการผลิตซ้ำได้ ต่างจากการที่ยึดมั่นอยู่กับหลักการผลิตที่พอเพียงต่อการบริโภคที่สามารถผลิตใหม่เมื่อมีความต้องการของการบริโภคภายในครัวเรือน เป็นต้น

ดังนั้น ในความคิดของชยานอฟ อาจกล่าวอ้างได้ว่า ชาวนาควรถือวาระบบการผลิตของตนเองเป็นแบบเศรษฐกิจเพื่อความพอเพียงในตัวของตัวเอง ใช้แรงงานครอบครัวเพื่อวัตถุประสงค์ของการบริโภคภายในครอบครัว แบ่งผลผลิตที่สามารถผลิตได้ภายในครอบครัวก่อนให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในครอบครัว แล้วจึงขายผลผลิตที่เหลือ ทั้งนี้ หากชาวนายึดมั่นในการผลิตตามความต้องการที่จะบริโภคของสมาชิกภายในครอบครัวเป็นหลัก แล้ว ถึงแม้ว่าชาวนาจะเผชิญหน้ากับระบบตลาดทุนนิยมแล้วนั้น ชาวนาก็ยังคงที่จะสามารถรักษาเป้าหมายหลักในการที่จะผลิตไว้ได้ นั่นคือเพื่อการบริโภคภายในครอบครัว และส่วนที่เกินจากการบริโภคภายในครอบครัวก็ส่งเข้าสู่ระบบตลาดเพื่อเป็นแหล่งหารายได้เสริม เป็นต้น

ในความคิดของชายานอฟ การที่จะสามารถพัฒนาวิถีชีวิตของชาวนาได้ จะต้องใช้การพัฒนาใน 2 ด้านคือ

- 1) การยกระดับการผลิต อาจกล่าวได้ว่าตลอดเวลาในการผลิต ชาวนาจะต้องขูดรีดและใช้แรงงานของตนเองอย่างมาก และการบริโภคของชาวนาก็ยังถูกคุกคามอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นชาวนาจึงควรที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆและนวัตกรรมทางการผลิตเพื่อเอามาประยุกต์ใช้กับกระบวนการผลิตของตน ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าการเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจของชาวนาอยู่ที่การพัฒนาหลังการผลิตโดยการใช้เทคโนโลยีต่างๆเข้ามามีส่วนช่วยให้ชาวนาไม่จำเป็นต้องขูดรีดแรงงานตนเองอย่างหนักจนเกินไปอีกต่อไป
- 2) การรวมตัวกันเป็นสหกรณ์แนวตั้ง ชายานอฟได้เสนอให้ชาวนารวมตัวกันเป็นสหกรณ์แนวตั้ง เพราะเขาเห็นว่าระบบทุนเข้ามาควบคุมการเกษตรโดยการรวมกระจุกตัวในแนวตั้ง (vertical concentration) มากกว่าทางด้านแนวนอน (horizontal concentration) กล่าวคือระบบทุนระบบทุนเข้ามาผูกมัดผู้ผลิตเข้ากับตลาด กดชาวนาให้อยู่ใต้อิทธิพลโดยการให้กู้ยืม สร้างกิจการค้าขนาดใหญ่เพื่อรับซื้อพืชผล ควบคุมการขนส่ง ควบคุมเทคนิคการผลิตของฟาร์มชาวนาและแหล่งที่มาของปัจจัยในการผลิต หากเป็นเช่นนั้น ฟาร์มของชาวนาจะกลับถูกกลุ่มระบบทุนเข้ามายึดและบริหารเพื่อกำไรของระบบทุนในที่สุด ดังนั้นชายานอฟจึงเสนอให้ฟาร์มรวมกันเป็นสหกรณ์แนวตั้ง โดยการเริ่มจากการรวมผู้ผลิตเล็กๆเข้ามาไว้ด้วยกัน และสหกรณ์ก็จะจัดการรวมการขายผลผลิตทางการเกษตร และทำหน้าที่เป็นคนกลางเสียเอง จะมีการสะสมทุนในระบบสหกรณ์เหมือนกัน คู่ขนานไปกับกิจกรรมการขายผลผลิต และจะมีการจัดสร้างกิจการแปรรูปวัตถุดิบการเกษตร แยกออกมาจากกิจการภายในฟาร์มครอบครัว ก่อให้เกิดกิจการอุตสาหกรรมขึ้นในชนบท และสหกรณ์เป็นหน่วยงานสำคัญในการควบคุมเศรษฐกิจชนบท และด้วยการช่วยเหลือจากภาครัฐและการที่ภาครัฐให้เงินกู้ยืมแก่สหกรณ์ กรบวนการพัฒนานี้จะมีรูปแบบที่เร็วขึ้น สหกรณ์จะทำการพัฒนาผู้ผลิต โดยอาจเริ่มจากการขอให้ผู้ผลิตขนาดเล็กเปลี่ยนแปลงแผนในการผลิตของตน ให้เป็นไปตามแนวทางที่มี

คุณภาพที่สหกรณ์จัดตั้งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขายและการแปรรูป ทั้งนี้สหกรณ์ยังจะจัดการปรับปรุงเทคนิคการผลิตและการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ให้ดีขึ้น เป็นการประกันผลผลิตที่ได้มาตรฐาน มีการคัด แปรรูป จัดหีบห่อและทำเป็นเครื่องกระป๋อง ทั้งนี้ แล้วแต่ตลาดโลกจะต้องการ หลังจากนั้นสหกรณ์จะเข้าไปดูแลทางด้านการผลิตเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเข้าหุ้นส่วนในการจัดหาเครื่องจักร เมล็ดพันธุ์ พ่อพันธุ์แม่พันธุ์ สัตว์เป็นต้น มีการจัดตั้งกองทุนสหกรณ์ มีการพัฒนากระแสไฟฟ้าและมีการพัฒนาการก่อสร้าง ถนน การชลประทานขึ้น ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า การกระทำกิจกรรมทุกอย่างนั้นโดยความร่วมมือกันของกลุ่มชาวนา เพื่อกลุ่มชาวนา โดยที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มิได้ตกไปอยู่กับกลุ่มของนายทุนในตลาดทุนแต่อย่างใด(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 67-72)

ทั้งนี้ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวความคิดในทฤษฎีสถิตสำนักองค์กรการผลิตของ เอ วี ชายานอฟ แต่ในความคิดเห็นของศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา มีการเพิ่มเติมในส่วนที่ว่า ในระบบเศรษฐกิจชนบทของไทย ชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง การที่จะละทิ้งชุมชนและทำการผลิตเพื่อให้เพียงพอกับการบริโภคเฉพาะสมาชิกในครอบครัวนั้นเป็นเรื่องที่ยากและไม่ดีต่อสังคมและวัฒนธรรมไทยที่มีความรักและผูกพันกันภายในชุมชนค่อนข้างสูง ดังนั้น จากการที่ชายนอฟอธิบายความพอเพียงในระดับครอบครัว ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา จึงได้เพิ่มเติมว่า แท้จริงแล้วสังคมไทยควรที่จะผลิตเพื่อพอเพียงกับชุมชน มากกว่า การผลิตที่พอเพียงกับครอบครัว ทั้งนี้ในการผลิตสิ่งทอบางชนิดอาจจะมุ่งความพอเพียงไปที่ระดับครอบครัว แต่ในการผลิตอีกหลายๆชนิดควรมุ่งไปที่ความพอเพียงในระดับชุมชน ทั้งนี้ หากเป็นไปได้จริงจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพและแข็งแรง อีกทั้งยังสามารถประหยัดในกำลังการผลิตภายในชุมชนอีกด้วย เช่นเดียวกับความสามารถในการผลิตซ้ำ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ได้กล่าวไว้ว่า หากสามารถที่จะผลิตซ้ำได้ในระดับชุมชน ก็นับว่าชุมชนดังกล่าวสามารถที่จะพึ่งตนเองได้(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 72-73)

ในส่วน of ข้อเสนอของชายนอฟเกี่ยวกับสหกรณ์แนวตั้ง ศาสตราจารย์ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ได้กล่าวไว้ว่า สหกรณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นในรูปแบบของการจัดองค์กรสมัยใหม่ เป็นระบบทางการ (bureaucracy) ขณะที่ชุมชนเป็นสิ่งที่ธรรมชาติมีมาอยู่แล้ว และมีการผูกพันกันด้วยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ดังนั้น การที่จะนำเอาสหกรณ์ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดองค์กรในช่วงสมัยทุนนิยม(แม้ว่าจะไม่เน้นที่ทุน) มาใช้ให้ได้ผลในสังคมแบบชุมชน จึงต้องการการจัดองค์กรสหกรณ์เท่านั้น กล่าวคือ สหกรณ์น่าจะให้มีพื้นฐานมาจากชุมชนและเครือข่ายของชุมชน

สหกรณ์ในแต่ละแห่งจึงจะมีจิตวิญญาณ มีความเข้มแข็ง และมีการบริหารจัดการเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา,2545:73-74)

จากงานนำเสนอทฤษฎีทางด้านสำนักองค์กรการผลิตของ เอ วิ ชายานอฟ และจากการศึกษาแนวคิดของ ศาสตราจารย์ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา อาจสามารถสรุปได้ว่า การผลิตที่เหมาะสมกับชุมชนไทยคือ การผลิตที่มีการนำเอาความต้องการในการบริโภคให้พอเพียงมาใช้เป็นตัววัดว่าจะทำการผลิตเท่าใด การผลิตที่ใช้ระบบตลาดทุนเป็นตัววัดและตัดสินใจในการผลิตนั้น ก่อให้เกิดอันตรายต่อชุมชนไทย เป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าจะก่อให้เกิดการผลิตของชุมชนไทยไม่สามารที่จะทำการผลิตซ้ำได้อีกต่อไป ทั้งนี้หากนำระบบตลาดทุนมาเป็นตัวชี้วัดว่าจะต้องผลิตเท่าใด สิ่งที่ตามมาคือ ชุมชนไทยไม่สามารถที่จะทำการควบคุมการผลิตของตนเองได้ในที่สุด ในการรวมกลุ่มของสหกรณ์ ควรที่จะมีการรวมกลุ่มกันในแนวคิด และสหกรณ์ควรที่จะมีพื้นฐานมาจากชุมชนและเครือข่ายของชุมชน สหกรณ์แต่ละแห่งจึงจะมีจิตวิญญาณ และมีความเข้มแข็ง โดยจุดมุ่งหมายของการที่สหกรณ์ควรมาจากชุมชน ก็เพราะว่า สหกรณ์จะได้มีความเข้าใจในชุมชน และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับชุมชน และทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

2.1.3 แนวคิดชุมชนหมู่บ้านของมหาตมะ คานธี

ศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดของ มหาตมะ คานธี (Mohandas Karamchand Gandhi 1869 – 1948) หรือบิดาแห่งประเทศอินเดีย เป็นแนวคิดที่เชิดชูชุมชนหมู่บ้าน เห็นว่าหมู่บ้านเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ความเป็นพิเศษของแนวคิดคานธีคือการอ้างอิงกับความเชื่อและปรัชญาศาสนาของชาวอินเดีย เป็นแนวคิดที่ไม่แยกแหว่ง อภิปรัชญา – จริยธรรมกับเศรษฐกิจและการเมือง ไม่แยกแหว่งเรื่องธรรมกับเรื่องทางโลก ไม่แยกแหว่งวัฒนธรรมความเชื่อเดิมกับอุดมการณ์เศรษฐกิจการเมืองสมัยใหม่(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา,2548 : 95)

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนที่มหาตมะคานธีได้ทำการเสนอนั้น มีหลักการที่สำคัญ 2 ประการในการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้าน กล่าวคือ

1) แนวคิดแบบสวเทศี (Swadeshi)

สวเทศีเป็นภาษาสันสกฤต แปลว่าเกิดขึ้นภายในประเทศ หรือเป็นพื้นเมือง หลักการนี้คือการให้ประโยชน์แก่ท้องถิ่นและสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเรามากที่สุดก่อน ทั้งนี้ เมื่อนำหลักการ “สวเทศี” มาประยุกต์ใช้กับ ชุมชน ก็หมายความว่า ชุมชนควรที่จะเห็นประโยชน์จากสิ่งที่ตนเองมีอยู่ก่อน และนำประโยชน์นั้นมาใช้อย่างสูงสุด หรืออาจกล่าวได้ว่าชุมชนควรที่จะพึ่งตนเองก่อน

เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนมีการผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มในแบบฉบับของชุมชนเอง อาทิเช่น เสื้อผ้าอ้อม แต่คนในชุมชนกลับไม่มีความสนใจที่จะสวมใส่ แต่กลับไปซื้อเสื้อสุทราคาแพงของต่างประเทศมาใส่ การกระทำเช่นนี้ ไม่เข้าหลักการ “สวเทศี” แต่หากคนในชุมชนมีการสวมใส่เสื้อผ้าที่ชุมชนตนเองมีการผลิตแล้วนั้น ย่อมเข้าถึงหลักการ “สวเทศี” ทั้งนี้การใช้เสื้อผ้าที่เกิดจากการผลิตของชุมชนตนเอง ยังหมายถึงการบริโภคอย่างพอเพียงอีกด้วย และแสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในชุมชนตนเอง(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา,2548:39)

2) แนวคิดแบบสวาราช (Sawaraj)

หลักการนี้มีความคิดว่าชุมชนหมู่บ้านเป็นสาธารณรัฐ (republic) ในตัวเอง ควรจะมีการปกครองตัวเอง (autonomy) ทั้งนี้ เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้กับ เศรษฐกิจชุมชน อาจสามารถที่จะกล่าวได้ว่า ชุมชนควรที่จะมีการปกครองตนเอง เพราะชุมชนแต่ละชุมชนนั้น ย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน (ถึงแม้จะอยู่ภายในประเทศเดียวกันก็ตาม) ทั้งทางด้าน ภาษา วัฒนธรรม การแต่งกาย เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า คงไม่มีใครที่ปกครองชุมชนได้ดีไปกว่าชุมชนเอง เพราะชุมชนและคนในชุมชนย่อมที่จะเข้าใจในชุมชนได้ดีกว่าใคร(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ,2548:39)

ทั้งนี้ ในคำนำของคณพิทยา ว่องกุล(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา,2548 : 6-8) ได้อ้างถึงคำพูดของมหาตมะคานธีไว้ว่า

“ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ จะต้องคำนึงถึงการปฏิบัติตามหลักสัจธรรมและหลักอหิงสา การทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจต้องมุ่งถึงจุดหมายของชีวิต คือ ยกระดับจิตใจให้เข้าใจกับพระเจ้า บรรลุความจริง เศรษฐกิจต้องถูกกำกับด้วยจริยธรรม เศรษฐศาสตร์ต้องเป็นเรื่องเดียวกับศาสนาหรือเรื่องจิตวิญญาณ (Spirituality) และเมื่อเป็นเช่นนั้นแล้วก็จะไม่มีที่ให้ผู้รีดอีกต่อไป”

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แนวคิดของมหาตมะคานธี นั้นได้นำหลักการของศาสนา มาประยุกต์ใช้กับหลักการของระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือ มหาตมะคานธี ได้กล่าวถึงการยกระดับจิตใจให้เข้าใจกับพระเจ้า ซึ่งอาจหมายถึงการปล่อยวาง หรือไม่ยึดติดกับสิ่งใดๆ เศรษฐกิจต้องยึดติดกับวัฒนธรรม นั้นหมายความว่า เศรษฐกิจจะต้องไม่มีการเอาเปรียบกัน หากกล่าวโดยสรุปก็คือ คนจะต้องไม่ยึดติดกับสิ่งใดๆมีการบริโภคเพียงแต่สิ่งที่จำเป็นต่อตัวเองเท่านั้น และ เศรษฐกิจจะต้องไม่มีการเอาเปรียบกัน หากเป็นเช่นนั้นแล้ว การขูดรีดต่างๆย่อมที่จะหมดไป

ส่วนในแง่ของปรัชญาด้านการปกครองอินเดีย มหาตมะคานธีได้กล่าวไว้ว่า

“เอกราชจะต้องเริ่มจากข้างล่าง ดังนั้น ทุกๆหมู่บ้านจะต้องเป็นสาธารณรัฐหรือ ปัญชญาตี (Panchayat) ที่มีอำนาจเต็ม ทุกๆหมู่บ้านต้องดำรงตัวเองได้ และสามารถจัดกิจกรรมตัวเองได้ถึงขั้นที่ป้องกันตัวเองจากโลกได้ หมู่บ้านจะถูกฝึกและเตรียมตัวที่จะสูญสลายใน กระบวนการพยายามป้องกันตัวเองจากการทำลายจากโลกภายนอก สุดท้ายแล้ว บุคคลแต่ละคนเป็นหน่วยหนึ่ง แต่นั่นก็ไม่ได้กีดกันการพึ่งพาและความช่วยเหลือจากเพื่อนบ้านและจากโลก ซึ่งเป็นเรื่องของพลังความช่วยเหลือซึ่งกันและกันที่เสรีและสมัครใจ ในโครงสร้างนี้ที่ ประกอบด้วยหมู่บ้านมากมาย จะปรากฏเป็นวงกลมที่ขยายตัวออกทางกว้างและไม่ขึ้นมาจากชั้น เหนือกัน ชีวิตจะไม่เป็นรูปปิรามิดที่ยอดถูกพยุ่งไว้ด้วยเบื้องล่าง ชีวิตจะเป็นวงกลมมหาสมุทร ซึ่งศูนย์กลางคือปัจเจกบุคคลผู้พร้อมเสมอที่จะตายเพื่อหมู่บ้าน ส่วนหมู่บ้านก็พร้อมที่จะสละตาย เพื่อวงกลมสหพันธ์หมู่บ้าน ในที่สุดทั้งหมดก็จะกลายเป็นชีวิตหนึ่งเดียวที่ประกอบด้วยปัจเจก บุคคล ซึ่งไม่เยอหยิ่งรุกราน แต่ถ่อมตัว ต่างมีส่วนในอำนาจของวงกลมมหาสมุทร ที่เขาต่างเป็น สมาชิกภายในสมบูรณหน่วยหนึ่ง ไม่มีผู้ใดจะเป็นที่หนึ่งและก็ไม่ผู้ใดเป็นที่โหลด้วยเช่นกัน”

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเข้าใจในความหมายของมหาตมะคานธีว่า การที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศชาติ ควรจะเริ่มจากความเข้าใจว่าแต่ละบุคคลย่อมแยกออกจากกัน มีการปกครองเป็นของตนเอง แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่มีการพึ่งพากันและกัน ทั้งนี้ บุคคลจะได้ค่อยๆ รวมกันเป็นแนวอนหรือเป็นวงกลมที่เชื่อมต่อกันเป็นหมู่บ้าน ชุมชน ที่มีความสามารถที่จะปกครองและพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้ชุมชนก็จะค่อยๆ เชื่อมกับชุมชนต่างๆที่มีความสามารถในการปกครองตัวเองเช่นเดียวกัน จนค่อยๆ รวมตัวกันเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับทุกภาคส่วน อย่างเท่ากันหมด ไม่ได้มีการรวมตัวกันโดยเป็นรูปปิรามิด ที่ฐานรากหรือจุดที่สำคัญที่สุดเป็นคนจน แต่จุดที่สูงที่สุดเป็นคนรวยที่ไม่สนใจจะช่วยเหลือฐานราก เพราะจะทำให้ปิรามิดที่ตนเองอยู่ด้านบนสุดมีความสูงลดลงนั่นเอง(มีฐานะลดลงมา)

2.1.4 แนวคิดเศรษฐกิจศาสตร์วัฒนธรรม

เศรษฐกิจศาสตร์วัฒนธรรม หมายถึง หลักเศรษฐกิจที่คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ ผู้คน ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น(ฉัตร ทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 51 - 52)

ทั้งนี้ จากอ่านและทำความเข้าใจจากงานของ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา อาจพอสรุปแนวคิดเศรษฐกิจศาสตร์วัฒนธรรมได้ดังต่อไปนี้

ประเวศ วะสี เป็นคนแรกที่ใช้คำว่า “เศรษฐกิจวัฒนธรรม” อธิบายว่า เศรษฐกิจวัฒนธรรมเป็นเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานความเข้มแข็งของเราเอง เรียกอีกชื่อว่า “เศรษฐกิจพื้นฐาน” หรือ “เศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเอง” ได้เสนอว่าหลักเศรษฐกิจที่ถูกต้องควรเป็นเศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเองเพราะ การพึ่งตนเองเป็นหลักสำคัญตามหลักพระพุทธศาสนา หมายถึง ความเข้มแข็ง ความยั่งยืน ความเป็นอิสระ การมีภูมิคุ้มกัน เศรษฐกิจกระแสหลักควรเป็นเศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเอง การพึ่งตนเองต้องคำนึงถึงพื้นฐานของตนเอง พื้นฐานของสังคมคือวัฒนธรรม วัฒนธรรมของประเทศใดก็เป็นจุดแข็งของประเทศนั้น วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เศรษฐกิจวัฒนธรรมจึงอยู่บนพื้นฐานของความมั่นคงของตนเอง เศรษฐกิจวัฒนธรรมไม่ใช่เศรษฐกิจที่คำนึงถึงเงินโตด ๆ สัมพันธ์อยู่กับครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมพร้อม ๆ กันไป เป็นเศรษฐกิจที่ไม่ทอดทิ้งฉีกขาดจากกันไป แต่เป็นเศรษฐกิจบูรณาการที่เชื่อมโยงชีวิต จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรืออีกนัยหนึ่งเป็นเศรษฐกิจที่แท้ เชื่อมโยงชีวิต จิตใจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างได้ดุลยภาพ เป็นเศรษฐกิจดุลยภาพหรือเศรษฐกิจศีลธรรม หรือเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระเจ้าอยู่หัวตรัสถึงเมื่อ 4 ธันวาคม 2540 (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 51 - 52)

ประเวศ วะสีได้เสนอให้พัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากฐานล่าง จากครอบครัว ชุมชน ตำบล และท้องถิ่น โดยย้ำว่าสังคมที่จะเข้มแข็งและมั่นคงนั้นฐานล่างต้องแข็งแรง ถ้าพัฒนาแต่ข้างบนโดยชอบชะเอให้ข้างล่างอ่อนแอ สังคมทั้งสังคมจะถล่มลงมาอะไรที่ข้างบนหนักแต่ฐานล่างไม่แข็งแรงก็จะถล่ม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 51 - 52)

จากความเข้าใจของผู้ทำการวิจัย ผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจไทยควรเริ่มที่จะพัฒนาโดยการเข้าใจในรากฐานของวัฒนธรรมของตนเองเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่วัฒนธรรมกับเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงเข้าหากัน ดังนั้น หากว่ามีการทำความเข้าใจวัฒนธรรมของตนแล้ว ก็จะได้รับรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง และสามารถที่จะส่งเสริมจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อน นำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่มีความเข้าใจในตนเองเป็นหลัก และสามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้ หากนำระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชาติอื่น ๆ มาเป็นตัวกำหนดระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้วนั้น ท้ายสุดเราก็จะไม่มี ความเข้าใจในเศรษฐกิจของเราเอง และถูกโจมตีในจุดอ่อนที่เรามี ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศประสบกับวิกฤตในที่สุด

ทั้งนี้ การสร้างระบบเศรษฐกิจของเรานั้น ควรที่จะเริ่มจากรากฐานก่อน ฐานรากก็คือคนส่วนใหญ่ของประเทศ ทั้งนี้ควรเริ่มจากความเข้มแข็งของครอบครัว การมีความรัก เอาใจใส่แก่กันและห่วงใยซึ่งกันและกัน จนมาถึงระดับชุมชน เช่นมีการแบ่งบันกันในระดับชุมชน จนถึงการร่วมมือกันในระดับตำบล การมีน้ำหนึ่งใจเดียวกันในระดับประเทศในที่สุด ดังเช่น

ในช่วงที่ทางภาคใต้ของประเทศไทยประสบกับคลื่นยักษ์ “สึนามิ” นั้น ได้แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีความรักและความห่วงใยกันเป็นอย่างมาก ความช่วยเหลือจากทุกส่วนของประเทศ หลั่งไหลมาช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติในครั้งนั้น

ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น จึงขอหยิบยกแนวคิดของ บาทหลวงนิพนธ์ เทียนวิหาร ที่ได้ศึกษาจากงานของ ศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา เรื่อง “ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา”

สาระสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนอาจสรุปได้จากแนวคิดของบาทหลวงนิพนธ์ เทียนวิหาร คือชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเองอยู่แล้ว มีระบบคุณค่าที่รวบรวมมาได้จากประวัติศาสตร์ เป็นบทสรุปของความคิดและการปฏิบัติของชุมชนนั้น ๆ เป็นวิถีชีวิตและทิศทางของการพัฒนาของชุมชนที่ชาวบ้านสรุปขึ้นมา แกนกลางของวัฒนธรรมชุมชนคือการให้ความสำคัญแก่ความเป็นคน และแก่ความผสมกลมกลืน (harmony) กันในชุมชน การที่ชุมชนหรือหมู่บ้านอยู่มาได้เป็นเวลาช้านาน เพราะว่ามีผสมกลมกลืนกันในชุมชนทั้งในขณะปัจจุบันระหว่างสมาชิกด้วยกันและหากนับย้อนขึ้นไปสมาชิกก็มีบรรพบุรุษร่วมกันด้วย การพัฒนาชุมชนจึงต้องเริ่มจากฐานวัฒนธรรมชุมชน ซึ่งเป็นปรากฏที่แข็งแกร่งที่สุดของชาวบ้าน ถ้ามีวัฒนธรรมชุมชนเข้มแข็งการรวมกลุ่มของชาวบ้านเพื่อทำกิจกรรมจะสำเร็จได้ไม่ยาก การต่อต้านการเอารัดเอาเปรียบจากภายนอกจะทำได้ แนวคิดของบาทหลวงนิพนธ์ได้รับการสืบสานประยุกต์เป็นแนวทางการทำงานของสภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา นักคิดที่สำคัญอีกคนหนึ่งได้แก่ บำรุง บุญปัญญา ได้เพิ่มเติมว่า วัฒนธรรมชาวบ้านมีความเป็นอิสระจากวัฒนธรรมของชนชั้นกลางและของชนชั้นสูง สัมพันธ์กับวิถีชีวิตที่ผูกพันอยู่กับธรรมชาติ อยู่กับการใช้แรงงานและชุมชนเครือญาติ ชุมชนหมู่บ้าน “เป็นรูปแบบของสังคมที่มีอายุยืนนานมากกว่าไม่ว่าธรรมชาติภายนอกจะเป็นอย่างไร จะเปลี่ยนแปลงไปเช่นไร ความเป็นหมู่บ้านหรือชุมชนคงทนมาเป็นเวลาหลาย ๆ ร้อยปี มีความเป็นอยู่ที่สืบช่วงกันมาเป็นเวลาอันยาวนาน ลักษณะเช่นนี้คือ ลักษณะที่เรียกว่าเป็นสังคมในตัวของตัวเอง ฉะนั้นเมื่อเราคิดถึงจุดนี้ที่สังคมเป็นตัวของตัวเองมานานเช่นนี้ก็แสดงว่าต้องเป็นสังคมที่มีเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมที่เป็นอิสระ” ชุมชนหมู่บ้านจึงมีระบบความเชื่อและวิถีการพัฒนาที่เป็นอิสระของตัวเองอยู่แล้ว แต่แนวพัฒนาการเศรษฐกิจที่ประเทศไทยยึดถืออยู่นั้นเป็นแนวความคิดที่มาจากภายนอกประเทศ ซึ่งประสานเข้ากับอำนาจรัฐในประเทศเป็นแนวพัฒนาแบบทุนนิยม บำรุงเสนอให้เปลี่ยนแนวทางการพัฒนาใหม่ให้ชาวบ้านกลับไปพึ่งตัวเอง เลียนแบบที่เคยทำมาในอดีต เริ่มจากเป็นตัวของตัวเองในทางความคิด มองเห็นเอกลักษณ์แห่งตัวเอง “การได้สำนึกที่จะเป็นตัวของตัวเองเป็นสำนึกที่จะบอกได้ว่า การที่คนอื่นมาให้เราปลูกโน่นนี่ จุดมุ่งหมายของเขาอยู่ที่เขาเพียงมายืมแรงงานของเรา กิจกรรมที่เราทำอยู่นี้หลักใหญ่ก็เพื่อผลประโยชน์ของคนอื่นเท่านั้น อันเป็นการยอมรับเป้าหมายเศรษฐกิจแห่งชาติมาทำลายเศรษฐกิจชุมชน” ชาวบ้านควรทำแต่

พอกินเป็นหลัก ทำการผลิตไขมันที่เหมาะสมใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลัก ไม่พึ่งพาตลาด กลับไปสู่การพึ่งตนเองให้ได้ ระดับประเทศก็ควรมีนโยบายพึ่งตนเองภายในประเทศเช่นกัน คือเปลี่ยนวัตถุประสงค์เพื่อการส่งออกเป็นผลิตให้ทุกคนได้มีกินมีใช้ แล้วค่อยเอาส่วนที่เหลือส่งออก (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2541: 246 – 246)

จากการทำความเข้าใจแนวคิดของ บาทหลวงนิพจน์ เทียนนิหาร และ บำรุง บุญปัญญา แล้วนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า ในแต่ละประเทศที่มี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์แตกต่างกัน ย่อมมีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ระบบการพัฒนาเศรษฐกิจมาจากการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของประเทศนั้นๆ จากการที่ประเทศไทยเองมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของตนเอง แต่กลับ นำเอาระบบเศรษฐกิจที่พัฒนามาจากประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจากประเทศอื่นมาประยุกต์ใช้ ย่อมที่จะเกิดปัญหาตามมาในภายหลัง ทั้งนี้ เนื่องมาจากการที่ระบบเศรษฐกิจนั้นไม่มีความ เข้าใจในวัฒนธรรมและสังคมของไทย ประวัติศาสตร์ของไทยเลยแม้แต่ชนิดเดียว

2.1.5 แนวคิดทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย

จากการกล่าวถึงคำนำของคุณ พิทยา ว่องกุล (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ,2548 : 9-10) ได้กล่าวไว้ว่า อาจารย์ฉัตรทิพย์ได้พยายามหาทฤษฎีที่น่าจะเหมาะสม กับการพัฒนาชาติไทยที่สุด ซึ่งตลอดระยะเวลาดังกล่าวที่ผ่านมา อาจารย์ฉัตรทิพย์ก็ พยายามที่จะศึกษาและทำความเข้าใจดังกล่าวให้ปรากฏอยู่ตลอดเวลา จนกระทั่งช่วงปี ที่ 60 แห่งชีวิต ท่านได้นำเสนอ “ทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย”

ทั้งนี้ ผู้วิจัยใครขอที่จะอธิบาย “ทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย”ตามคำบอก เล่าของ คุณ พิทยา ว่องกุล ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) เป็นระบอบอนาธิปัตย์ที่มีทฤษฎีประวัติศาสตร์ของระบบ มีคำอธิบายและมีความชอบธรรม มีที่มา คือมีรากฐาน และต่อเนื่องมาจากลักษณะดั้งเดิมของชุมชนหมู่บ้าน ไทย คงทนข้ามกาลเวลา ดำรงอยู่ภายในระบบสังคม เศรษฐกิจข้างบนที่เปลี่ยนแปลง

- 2) เป็นระบอบอนาธิปไตยที่มีเครือข่ายโดยธรรมชาติ บนอาณาบริเวณที่กว้างขวาง เป็นทั้งระบบชุมชน ระบบท้องถิ่น และระบบแห่งชาติ ชุมชนหมู่บ้านมีเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือระหว่างกันอยู่แล้วทางเศรษฐกิจ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ชนชาติทั้งหลายบนดินแดนอันกว้างขวางประเทศไทยปัจจุบันและเอเชียอาคเนย์ ตอนบน ต่างรับวัฒนธรรมและภาษาไทยเป็นวัฒนธรรมและภาษาร่วมแกนกลางอยู่แล้วโดยสมัครใจ
- 3) เป็นระบอบอนาธิปไตยที่วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญมาก ในการร้อยโยงหน่วยต่างๆเข้าด้วยกันอย่างแน่นแฟ้นโดยสมัครใจ การที่ชาวไทยเป็นชนชาติที่มีวัฒนธรรมน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างเข้มข้น เป็นคุณสมบัติที่ส่งเสริมให้ระบอบอนาธิปไตยไทยเข้มแข็งโดยสภาพการแลกเปลี่ยนในชนบทในอดีตและในปัจจุบันบางเขต ยังคงทำภายใต้แนวคิดเพื่อให้พอเพียงและเพื่อช่วยเหลือไม่ใช่เพื่อกำไร

ระบอบอนาธิปไตยไทยจึงเป็นระบบที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมา มีรากลึกลงในสังคม ครอบคลุมอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์อย่างกว้างขวาง และสอดคล้องกับลักษณะความมีน้ำใจต่อผู้อื่น อันเป็นวัฒนธรรมประจำชาติ เป็นระบบที่เป็นพื้นฐานและเป็นแกนกลางของสังคมและวัฒนธรรมไทย(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 9-10)

จากคำกล่าวอ้างถึง “ทฤษฎีอนาธิปไตยนิยมไทย” ของศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา แล้วนั้น ผู้วิจัยมีความเข้าใจในทฤษฎีดังกล่าว ดังต่อไปนี้

- 1) ทฤษฎีอนาธิปไตยนิยม เสนอว่า สังคมในอุดมคติคือสังคมที่ปราศจากรัฐ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2545 : 59) และ ทฤษฎีแนวคิดอนาธิปไตยนิยม คือเชื่อว่าลักษณะการจัดองค์กรของสังคมในอุดมคติคือหน่วยส่วนรวมขนาดเล็ก(ฉัตรทิพย์ นาถสุภา

,2548 : 59) จากคำกล่าวอ้างข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยพอจะเข้าใจแนวคิดใน “ทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย” ว่า เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วย การพัฒนาประเทศไทยโดยยึดหน่วยเล็กๆ ของชุมชนไทยเป็นพื้นฐาน และไม่ได้อาศัยรัฐแต่เป็นการอาศัยชุมชนเป็นหลัก หรือการพัฒนาโดยการพึ่งตนเองของชุมชนนั่นเอง

2) “ทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย” ได้อธิบายว่า ชุมชนไทยมีลักษณะเฉพาะที่เป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งมีความคงอยู่ ข้ามกาลเวลาได้ โดยขณะที่ระบบเศรษฐกิจสังคมที่อยู่ด้านบนได้เปลี่ยนไป หรืออาจกล่าวได้ว่า ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจ ของโลกได้เปลี่ยนไป แต่การดำรงอยู่ซึ่งวัฒนธรรมชุมชนยังคงเหมือนเดิม มีการถ่ายทอดและส่งต่อกันจากรุ่น สู่รุ่น

3) “ทฤษฎีอนาธิปัตย์นิยมไทย” เป็นระบบอนาธิปัตย์ที่มีเครือข่าย โดยธรรมชาติ กล่าวคือ ชุมชนของไทยมีเครือข่ายที่มีการช่วยเหลือกัน ตั้งแต่อดีตจนถึงยุคปัจจุบัน เครือข่ายมีการขยายตัวและมีความแข็งแกร่งมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเป็นการเข้าร่วมเครือข่ายโดยสมัครใจ

4) การเชื่อมโยงชุมชนแต่ละชุมชนเข้าด้วยกันนั้น วัฒนธรรมของชาติไทย มีส่วนที่สำคัญอย่างมาก จากการที่คนไทยเป็นคนที่มีความมีน้ำใจสูง และเป็นวัฒนธรรมที่มีขอบช่วยเหลือกันและกันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของระบบอนาธิปัตย์ไทยให้เข้มแข็ง

2.2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

จากการทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้วิจัยขอหยิบยกงานวิจัยของ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา มาใช้ในการอธิบายการพัฒนาที่เหมาะสมกับระบบสังคมและเศรษฐกิจของไทย

เอกสารในงานวิจัยของ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ในเรื่อง “แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอในทางทฤษฎีในบริบทต่างของสังคม” มีบทความช่วงหนึ่งที่กล่าวถึงเศรษฐกิจของไทย โดยสามารถอธิบายได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขออนุญาตยกข้อความดังกล่าว มาเพื่อแสดงเป็นหลักฐานในการทำความเข้าใจถึงระบบเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาของการพัฒนาประเทศไทยตามแนวทางเศรษฐกิจกระแสหลัก
- 2) ความเหมาะสมของการพัฒนาในแนวทางเศรษฐศาสตร์บริบทรากฐานทางวัฒนธรรม
- 3) ข้อเสนอวิธีการและกลไกเพื่อให้ประเทศไทยพัฒนาไปในแนวทางอันพึงปรารถนา

ส่วนที่ 1 ปัญหาการพัฒนาประเทศไทยตามแนวทางเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก

การพัฒนาประเทศไทยในศตวรรษที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาแบบทุนนิยมที่ถ่ายโอนทรัพยากรออกจากชุมชนหมู่บ้าน เพื่อเลี้ยงดูเมืองและเพื่อส่งออกต่างประเทศ ผลประโยชน์ได้ส่วนใหญ่ของการพัฒนาตกเป็นของคนเพียงกลุ่มเดียว เมืองกับชนบทแตกต่างกันอย่างมาก ชนชั้นนายทุนและข้าราชการแตกต่างมากจากชนชั้นชาวนา ความเจริญกระจุกตัวขณะที่ทรัพยากรถูกทำลาย ภาคธุรกิจคือภาคการค้าและอุตสาหกรรมหรือเศรษฐกิจนายทุนเป็นภาคที่เจริญร่ำรวยส่วนใหญ่เกิดจากการเอาเปรียบภาคเกษตรกรรม ภาคเศรษฐกิจชุมชนหรือจากการใช้แรงงานชาวบ้านราคาถูก แต่ภาคธุรกิจนี้เจ้าของส่วนใหญ่เป็นนายทุนต่างประเทศ เทคโนโลยีสำคัญเป็นของต่างชาติ ถูกควบคุมโดยต่างชาติ แทบจะถือไม่ได้ว่าเป็นส่วนแท้จริงของเศรษฐกิจไทย อีกภาคหนึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจเกษตรกรรมชนบท ภาคเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านเป็นภาคที่ยากจนแต่ภาคนี้เป็นส่วนแท้ของประเทศ เป็นของประชาชนไทย เป็นภาคที่ส่งวัตถุดิบ สินค้าเกษตรและแรงงานให้ภาคการค้าและอุตสาหกรรม การพัฒนาในแนวทางทุนนิยมที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาเฉพาะส่วนหัว เอาเปรียบส่วนอื่นของประเทศซึ่งได้แก่ชนบทอันประกอบด้วยประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 47 - 48)

ทั้งนี้อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัญหาเศรษฐกิจไทยที่เกิดจากการการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจกระแสหลัก ได้ส่งผลให้เกิดปัญหาปัญหาความไม่สมดุลของประเทศ ปัญหาคนส่วนใหญ่ภายในประเทศมีความยากจน ปัญหาการถูกเอาเปรียบโดยคนต่างชาติ(ผลกำไรที่ได้จากการผลิต การลงทุนภายในประเทศถูกถ่ายโอนกลับสู่ประเทศผู้ลงทุน ในความคิดเห็นของผู้วิจัย ทั้งนี้ ต่างประเทศอาจมองเราเป็นเพียงแคแรงงาน โดยที่ต่างประเทศเข้ามาแสวงหาผลกำไร ทั้งจากทรัพยากรของเรา และแรงงานของเรา แต่ผลตอบแทนที่ได้รับจากการสูญเสียดังกล่าว เป็นเพียงในรูปของค่าจ้างเท่านั้น ในส่วนของกำไร กลับถูกถ่ายเทกลับสู่ต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ความเหมาะสมของการพัฒนาในแนวทางเศรษฐศาสตร์โบราณทางวัฒนธรรม

เศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม หมายถึง หลักเศรษฐกิจที่คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ ผู้คน ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

ประเวศ วะสี เป็นคนแรกที่ใช้คำว่า “เศรษฐกิจวัฒนธรรม” อธิบายว่า เศรษฐกิจวัฒนธรรมเป็นเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานความเข้มแข็งของเราเอง เรียกอีกชื่อว่า “เศรษฐกิจพื้นฐาน” หรือ “เศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเอง” ได้เสนอว่าหลักเศรษฐกิจที่ถูกต้องควรเป็นเศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเองเพราะ “การพึ่งตนเองเป็นหลักสำคัญตามหลักพระพุทธศาสนา หมายถึง ความเข้มแข็ง ความยั่งยืน ความเป็นอิสระ การมีภูมิคุ้มกัน เศรษฐกิจกระแสหลักควรเป็นเศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเอง การพึ่งตนเองต้องคำนึงถึงพื้นฐานของตนเอง พื้นฐานของสังคมคือวัฒนธรรม วัฒนธรรมของประเทศใดก็เป็นจุดแข็งของประเทศนั้น วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เศรษฐกิจวัฒนธรรมจึงอยู่บนพื้นฐานของความมั่นคงของตนเอง เศรษฐกิจวัฒนธรรมไม่ใช่เศรษฐกิจที่คำนึงถึงเงินโดด ๆ สัมพันธ์อยู่กับครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมพร้อม ๆ กันไป เป็นเศรษฐกิจที่ไม่ทอดทิ้งกันขาดจากกันไป แต่เป็นเศรษฐกิจบูรณาการที่เชื่อมโยงชีวิต จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรืออีกนัยหนึ่งเป็นเศรษฐกิจที่แท้ เชื่อมโยงชีวิต จิตใจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างได้ดุลยภาพ เป็นเศรษฐกิจดุลยภาพหรือเศรษฐกิจศีลธรรม หรือเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระเจ้าอยู่หัวตรัสถึงเมื่อ 4 ธันวาคม 2540 (ประเวศ วะสี, 2542; อ้างถึงในฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 51 - 52)

ประเวศ วะสีได้เสนอให้พัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากฐานล่างจากครอบครัว ชุมชน ตำบล และท้องถิ่น โดยย้ำว่าสังคมที่จะเข้มแข็งและมั่นคงนั้นฐานล่างต้องแข็งแรง ถ้าพัฒนาแต่ข้างบนโดยซ่อนเงาให้ข้างล่างอ่อนแอ สังคมทั้งสังคมจะถล่มลงมาอะไรที่ข้างบนหนักแต่ฐานล่างไม่แข็งแรงก็จะถล่ม (ประเวศ วะสี, 2542 ; อ้างถึงในฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 52) การวิจัยเรื่อง “ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมหมู่บ้านของชนชาติไทยในและนอกประเทศไทย” ได้พบข้อเท็จจริงที่สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจวัฒนธรรมอย่างน้อยที่สำคัญ 2 ประการคือ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 53)

1 ชุมชนหมู่บ้านไทยมีลักษณะโบราณและความเป็นชุมชนเข้มข้น ชุมชนหมู่บ้านไทนอกประเทศมีระบบแบ่งที่ดินทำกินใหม่เป็นระยะ (repartition) ตามขนาดของครอบครัว มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และน้ำใจเป็นพื้นฐานของชีวิต มีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่แสดงความสำคัญของบรรพบุรุษ ผู้เฒ่าผู้แก่ ครอบครัวและชุมชน เช่น พิธีเรียกขวัญและพิธีเลี้ยงผีบรรพบุรุษและผีแห่งธรรมชาติแวดล้อม พิธีสืบชะตาบ้าน ฯลฯ เมื่อศึกษาประวัติศาสตร์ของชุมชนไทนอก

ประเทศไทย สามารถสืบสาวย้อนกลับเห็นถึงการดำรงอยู่สืบเนื่องตลอดมาของสถาบันชุมชนข้ามกาลเวลา ไม่ว่าจะระบบเศรษฐกิจสังคมที่ครอบงำข้างบนจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร คุณลักษณะสำคัญของสังคมและวัฒนธรรมไทยเดิมคือ ความรักอิสระ และความมีน้ำใจ คนไทยชอบทำอะไรตามใจไม่ชอบการบังคับกดขี่ ไม่ชอบการใช้อำนาจ ไม่ชอบรัฐ ขณะเดียวกันคนไทยมีน้ำใจช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ถือเป็นพี่เป็นน้องแบ่งกันอยู่แบ่งกันกิน อยู่รวมเป็นชุมชนขนาดเล็กเรียกว่าบ้าน สังคมและวัฒนธรรมชาวบ้านไทยมีลักษณะเป็นอนาธิปไตยนิยม (anarchism) เมื่อค้นคว้าโยงไปถึงชาวไทนอกประเทศในรัฐอัสสัม รัฐฉาน ในสิบสองปันนา ลาว และสิบสองจุไทก็ได้พบลักษณะอนาธิปไตยนิยมนี้เช่นเดียวกัน ต่างจากสังคมและวัฒนธรรมจีนและอินเดียที่เป็นระบบรวมศูนย์และมีลำดับชั้นเข้มงวดในสังคมตามแบบขงจื้อและฮินดู การดำรงอยู่ขององค์กรชุมชนและวัฒนธรรมชุมชนในชนชาติไทนี้อาจเนื่องมาจากการที่สังคมไทไม่ได้อยู่ ณ ศูนย์กลางของทวีปเอเชีย แต่อยู่ ณ ขอบริมรอยต่อของรัฐและวัฒนธรรมใหญ่แห่งเอเชีย 2 วัฒนธรรมคือจีนและอินเดีย อีกทั้งมีความหนาแน่นของประชากรต่ำกว่า ณ สองอาณาจักรนั้น คือมีทรัพยากรต่อบุคคลมากกว่า ทั้งเมื่อถึงสมัยระบบอาณานิคมเข้ามาครอบครอง ระบบทุนนิยมแทรกเข้าไปทำลายชุมชนหมู่บ้าน ประเทศไทยก็ไม่เคยตกเป็นอาณานิคม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 53 - 54)

2 วัฒนธรรมของชนชาติไท เป็นวัฒนธรรมกลางที่เชื่อมชนชาติหลายชนชาติในเอเชียอาคเนย์ตอนบน ณ ดินแดนประเทศไทยปัจจุบันรวมด้วยถึงรัฐฉานของพม่า รัฐอัสสัมของอินเดีย เขตตะวันตกใต้คง และเขตใต้สิบสองปันนาของมณฑลยูนนานของจีน ประเทศลาวและเขตเหนือด้านตะวันตกสิบสองจุไทของเวียดนาม ชนชาติต่าง ๆ ในเขตเหล่านี้ได้รับวัฒนธรรมและภาษาไทเป็นสมบัติร่วมกัน ชนชาติต่าง ๆ หลายชนชาติ เช่น ลัวะ ละว้า ปะหล่อง ขมุ ถิ่น กระฉิ่น แม้ว และชาวเขาเผ่าอื่น ๆ อาศัยอยู่บนภูเขาใกล้ ๆ กับชนชาติไทซึ่งอาศัยอยู่บนที่ราบ ทุกชนชาติเหล่านี้ลงมาค้าขายกับชาวไทยและชาวเผ่าอื่นบนที่ราบ เขาได้รับใช้ภาษาไทเป็นภาษากลาง ชนชาติเหล่านี้มีสองวัฒนธรรม วัฒนธรรมของตนเองและวัฒนธรรมไท เนื่องจากวัฒนธรรมของชนชาติไทเป็นวัฒนธรรมของชนชาติที่อาศัยอยู่บนที่ราบลุ่ม วัฒนธรรมไทจึงทำหน้าที่เป็นวัฒนธรรมกลางโดยธรรมชาติ โดยความสมัครใจของทุกฝ่าย ภายในเขตดินแดนประเทศไทยปัจจุบันเองก็มีเครือข่ายการแลกเปลี่ยนมากมายระหว่างชุมชนหมู่บ้านในอดีตและในปัจจุบัน ในภาคใต้ชุมชนชายฝั่งแลกเปลี่ยนกับข้าวของชุมชนบนที่ราบ และแลกเปลี่ยนกับผลไม้ของชุมชนชายภูเขา ในภาคเหนือชุมชนบนที่ราบในหุบเขาแลกเปลี่ยนกับผักของชุมชนบนภูเขา ในภาคอีสานปัจจุบันก็มีการแลกเปลี่ยนแพร่หลาย เช่น แลกระหว่างปลากับข้าว ผักหรือพริกกับข้าวหรือปลา เป็นต้น อัตราการแลกเปลี่ยนในตลาดชาวบ้านเหล่านี้ขึ้นกับความสัมพันธ์ส่วนตัวของผู้แลกเปลี่ยน วัตถุประสงค์ของการแลกเปลี่ยนคือ เพื่อความพอเพียงยิ่งขึ้นไม่ใช้กำไร ชาวบ้านเรียกว่า “เปลี่ยนกันกิน” ตลาดไม่ได้ขับเคลื่อนโดยกฎแห่งระบบทุนนิยม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 54 - 55)

ข้อเท็จจริงทั้งสองประการนี้มีความสำคัญมาก หมายความว่า สังคมไทยมีลักษณะพิเศษ มีสถาบันหลักคือ ชุมชนท้องถิ่นอยู่แล้ว สถาบันนี้อุดมไปด้วยวัฒนธรรมแห่งชุมชน คือ วัฒนธรรมแห่งการพึ่งพาอาศัย ผูกพันช่วยเหลือกัน โดยที่ทุกคนคำนึงถึงและยอมรับประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าหมู่บ้านอยู่ร่วมกันโดยความเป็นมิตรไมตรีและน้ำใจ ความเป็นชุมชนเป็นลักษณะหลักของชาวไทยอยู่แล้ว ผ่านการต่อสู้กับระบบต่าง ๆ มาหลายศตวรรษ และผ่านกรต่อสู้กับวิกฤติการณ์ใหญ่มาหลายครั้ง แรงเกาะเกี่ยวด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมหมู่บ้านก็ยังดำรงอยู่ ยังคงลักษณะหลักของชุมชนไว้ได้ เป็นมรดกสำคัญสืบเนื่องเก่าแก่มาแต่โบราณ คงทนข้ามกาลเวลา อีกทั้งวัฒนธรรมแห่งชุมชนไทยนี้ยังเป็นวัฒนธรรมกลางของทุกชนชาติในอาณาเขตแถบนี้ ประกอบรวมชุมชนจำนวนมากเข้าเป็นประเทศชาติโดยสมัครใจ ไทยมีวัฒนธรรมชุมชนเป็นหลักของชาติอยู่แล้ว และวัฒนธรรมนี้มีลักษณะเป็นวัฒนธรรมร่วมของหลายชนชาติอยู่ด้วย บนพื้นที่ประเทศไทยปัจจุบันและรอบข้าง เป็นลักษณะพิเศษ ดังนั้นสำหรับประเทศไทยเศรษฐกิจวัฒนธรรมอันหมายถึงเศรษฐกิจที่ยืดโยงอยู่ด้วยสถาบันชุมชนและวัฒนธรรมชุมชนย่อมมีความเข้มแข็งโดยธรรมชาติ เพราะวางอยู่บนสถาบันที่เป็นของชนชาติอย่างแท้จริงที่มีมาเองอย่างเข้มข้น (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 55 - 56) ตัวอย่างประเทศพัฒนาแล้วที่รักษาชุมชนวัฒนธรรมไว้ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์และญี่ปุ่น ประเทศทั้งสองมีภาพของความเป็นชุมชนยังคงมีความสำคัญอย่างมาก และถือว่าประเทศชาติประอบขึ้นมาจากชุมชน ในสวิตเซอร์แลนด์ หมู่บ้านและเมืองยังคงรักษาระบบปกครองตัวเอง และมีความเป็นอิสระระดับหนึ่ง และประเทศก็เป็นระบบกระจายอำนาจ แต่ละท้องถิ่นยังรักษาวัฒนธรรมประเพณี ประวัติศาสตร์ และความภาคภูมิใจของผู้คน ญี่ปุ่นก็เช่นเดียวกัน สมัยที่ญี่ปุ่นเร่งพัฒนาประเทศมีคำขวัญว่า “wakon yosei” หมายถึง “เทคโนโลยีตะวันตก จิตใจญี่ปุ่น” คือรับแต่เทคโนโลยีแต่ดำรงจิตใจหรือวัฒนธรรมของตนเองไว้ ดังนั้นเราจะเห็นว่าระบบทุนนิยมของญี่ปุ่นเหมือนทุนนิยมตะวันตกเพียงภายนอก ภายในเป็นระบบครอบครัวและชุมชน มีความอบอุ่นมาก ทั้งสองประเทศจึงน่าจะเป็นตัวอย่างของการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานรากวัฒนธรรมไว้ได้ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 56)

จากการศึกษาและทำความเข้าใจกับส่วนที่ 2 นี้ ผู้วิจัยมีความเข้าใจว่า ในแต่ละประเทศ ย่อมมีปัจจัยต่างๆที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการพัฒนาประเทศใดก็ตาม ควรศึกษาจากสภาพสังคม เศรษฐกิจที่แท้จริงของประเทศนั้นๆก่อน แล้วจะได้มีความเข้าใจว่าแท้จริงแล้วประเทศของตนมีความเหมาะสมกับการพัฒนาในรูปแบบใด ทั้งนี้ แม้ว่าเราจะอาศัยอยู่ในระบบโลกาภิวัตน์ ที่มีการแข่งขันสูง หากเราจะมัวแต่พัฒนาประเทศของเราโดยไม่สนใจกับการเปลี่ยนแปลงของโลกรอบๆข้างเลย ย่อมเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ เพราะเท่ากับว่า เราจะไม่สามารถพัฒนาประเทศและมีศักยภาพที่จะแข่งขันได้ ทั้งนี้ หากเราปฏิเสธเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ท้ายสุดเราก็จะต้องเสียเปรียบให้แก่ต่างประเทศในที่สุด แต่ทั้งนี้ ผู้วิจัย

ไม่ได้หมายถึงการเรียนรู้ หรือลอกเลียนแบบจากประเทศที่พัฒนาแล้วมาทั้งหมด แต่ผู้วิจัยคิดว่า สิ่งที่ดี และเหมาะสมกับประเทศของเรา เราก็ควรรับไว้ แต่หากส่วนใดที่ไม่ดีและไม่มี ความเหมาะสมกับประเทศของเรา เราก็ควรที่จะหลีกเลี่ยง ดังเช่นที่ประเทศญี่ปุ่นมีคำขวัญที่ว่า “wakon yosei” หมายถึง “เทคโนโลยีตะวันตก จิตใจญี่ปุ่น” นั้นหมายถึงเขาเข้าใจตนเอง ว่ากำลังทำอะไร ดังนั้น ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร แต่เขาเข้าใจเสมอว่าตนเองกำลังเดินไปในทิศทางใด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอวิธีการและกลไกเพื่อให้ประเทศพัฒนาไปในแนวทางอันพึงปรารถนา

เพื่อให้ประเทศพัฒนาไปในแนวทางเศรษฐกิจวัฒนธรรม การมุ่งส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันชุมชนหมู่บ้านเป็นหัวใจของวิธีการและกลไกของการพัฒนารวมทั้งการสร้างเครือข่ายสถาบันชุมชน ขยายหน้าที่ไปสู่การแปรรูปผลผลิตเกษตรกรรม การค้าและกิจกรรมรากฐานของท้องถิ่น อาจเรียกได้ว่าสหกรณ์ โยงชุมชนหมู่บ้านและเครือข่ายเข้ากับโรงงานและกิจการในเมือง เมื่อชุมชนและเครือข่ายเข้มแข็งขึ้นก็อาจทำให้ระบบทุนนิยมไทยยอมรับพื้นฐานวัฒนธรรมไทยชาวบ้าน ประกอบเป็นประเทศชาติในลักษณะใหม่ คือที่มีวัฒนธรรมชุมชนร้อยรัดทั้งระบบเศรษฐกิจชุมชนและระบบเศรษฐกิจทุนนิยมไว้ด้วยกันแทนการเชื่อมโยงหมู่บ้านกับเมืองโดยการบังคับบัญชาของอำนาจรัฐและอำนาจเงินที่ปรากฏในปัจจุบัน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 57) การมุ่งส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบันชุมชนหมู่บ้านควรกระทำโดยพยายามทำให้ชุมชนหมู่บ้านพึ่งตนเองให้ได้ระดับหนึ่ง หลายครอบครัว หลายหมู่บ้านได้ใช้วิธีผลิตเพื่อจุดหมายให้เลี้ยงตัวเองได้ก่อนแล้วจึงค่อยขายเป็นขั้นตอนต่อไป ข้อเสนอ การเกษตรผสมผสานคือทำการเกษตรหลายอย่างพร้อมกันนั้นน่าสนใจ นักคิดสำนักองค์การการผลิตของรัสเซียเมื่อต้นศตวรรษนี้ก็มีข้อเสนอเช่นเดียวกันนี้ โดยมีเหตุผลว่า หากชาวบ้านผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองเป็นเป้าหมายหลักก็อาจใช้แรงงานของตนเอง ของครอบครัวตนเองเข้มข้นขึ้นได้ หากผลผลิตยังไม่พอบริโภคคือขุดรีดแรงงานตนเองมากขึ้นได้จนได้ผลผลิตพอกับการบริโภค แต่ถ้าผลิตเพื่อขายเป็นเป้าหมายหลักแบบในระบบทุน ถ้าผลผลิตขายได้ต่ำกว่าทุนก็จะขาดทุน จะขุดรีดแรงงานตนเองอย่างไรก็ขุดเซยไม่พอ เพราะเป็นการผลิตปริมาณมาก ข้อเสนอของสำนักองค์การการผลิตคือ ให้ชาวบ้านผลิตเพื่อเลี้ยงตนเองเป็นเป้าหมายแรกและขายเป็นกิจกรรมเสริม รวมทั้งการไปหางานทำนอกภาคก็เป็นกิจกรรมเสริม ในกระบวนการผลิตให้พอเพียงนี้ การพยายามปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตเป็นแนวทางที่สำคัญด้วยเพราะชาวบ้านจะได้ไม่ต้องหักโหมแรงงานขุดรีดตัวเองอีกต่อไป มหาตมะ คานธี ก็มีข้อเสนอในลักษณะเดียวกันคือให้ชุมชนหมู่บ้านสร้างความพอเพียงให้ได้เท่าที่จะทำได้จากทรัพยากรที่อยู่ใกล้ตัวคิดแลกเปลี่ยนกับหน่วยที่อยู่ใกล้ตัวก่อนเป็นลำดับลูกโซ่ไป เนื่องจากทรัพยากรของเรามีอยู่จำกัด ความหมายก็คือครอบครัวสมาชิกทั้งหลายของชุมชนหมู่บ้านควรที่จะทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อกันเองก่อน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันเองก่อน แลกเปลี่ยนกันเองก่อน เมื่อชุมชนมีกิจกรรมภายในเข้มข้น

ชุมชนก็จะปรากฏเป็นจริง มีความเข้มแข็ง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 57 - 58) พิทยา ว่องกุล นักคิดแห่งองค์กรพัฒนาเอกชนได้เสนอให้ทุกหมู่บ้านจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านเพื่อการผลิตและสวัสดิการซึ่งอาจสร้างขึ้นจากทุนเดิมที่ไม่ใช่เงินตราก็ได้ เช่น การสร้างจากวัฒนธรรม ความรู้ งานฝีมือที่เป็นมรดกตกทอดกันมา เครื่องจักรสาน ทอผ้า แกะสลัก ขายได้เก็บเป็นเงินสะสมไว้ ฯลฯ รวมการออมจากกลุ่มออมทรัพย์ตั้งที่ได้เกิดขึ้นและดำเนินงานได้ดี ณ ที่หลายแห่งในภาคใต้ สร้างขึ้นมาสำเร็จได้ด้วยวัฒนธรรมความรักพวกพ้องและเครือญาติ (พิทยา ว่องกุล, 259 ; อ้างถึงในฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 56) ประเวศ วะสีได้เสนอให้ชุมชนพิจารณาร่วมกันทำกิจกรรมร่วมกันอื่น ๆ อีกเป็นทุนแห่งชุมชน เช่น ปลูกต้นไม้ยืนต้นและสมุนไพร รวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยตรง เช่น สร้างพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านและก่อตั้งกลุ่มเพื่อการเรียนรู้ศึกษาท้องถิ่น เป็นต้น (ประเวศ วะสี, 2542 ; อ้างถึงในฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 57 - 58) การเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนหมู่บ้านฉัตรทิพย์เห็นว่าตรงกับข้อเสนอทางทฤษฎีแนวคิดอนาธิปไตยนิยม คือเชื่อว่าลักษณะการจัดองค์กรของสังคมในอุดมคติคือหน่วยส่วนรวมขนาดเล็ก เพราะกลุ่ม อนาธิปไตยเชื่อว่าในหน่วยขนาดเล็กสมาชิกจะยังมีเสรีภาพอยู่ ผู้นำกับสมาชิกไม่ห่างกันมากเกินไป ขณะเดียวกันสมาชิกก็ไม่ใช่แยกกันไม่ใช่ต่างคนต่างอยู่ สมาชิกต่างมาร่วมกิจกรรมกัน ทำให้เกิดความมั่นคง เช่น ร่วมกันป้องกันภัยอันตรายที่จะมาถึง ร่วมลงแรงและปัจจัยการผลิต ทำให้สามารถผลิตในสเกลที่ใหญ่พอสมควรที่จะทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดได้ อีกทั้งการมาร่วมกันเป็นไปโดยสมัครใจ โดยวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ยังไม่คุกคามต่อเสรีภาพของสมาชิก อีกประการหนึ่ง การที่หน่วยของสังคมมีขนาดเล็กก็น่าจะใกล้เคียงกับสภาวะที่การแลกเปลี่ยนในตลาดเป็นไปโดยยุติธรรม เนื่องจากหน่วยที่เข้าติดต่อกันมีอำนาจใกล้เคียงกัน เป็นระบบเสรีที่ไม่โน้มเอียงกลายเป็นระบบผูกขาด และโดยเฉพาะเมื่อเป็นระบบที่การแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจไม่แยกเด็ดขาดจากการกำกับขนาบกันของวัฒนธรรม ชุมชน เศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจวัฒนธรรมเป็นเศรษฐกิจในแนวราบต่างจากระบบทุนนิยม ซึ่งเป็นแนวตั้ง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 58 - 59) เกินเขตหมู่บ้านออกไปชุมชนควรมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อเข้าทำงานแทนระบบทุนนิยมที่พยายามเข้ามาควบคุมระบบสินเชื่อบริการระบบชลประทาน ระบบกรขนส่ง และระบบสาธารณสุขไปภาคอื่น ๆ ระบบการค้า ระบบการแปรรูปผลผลิต หรือแม้แต่ระบบการผลิตเอง เครือข่ายชุมชนควรรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์และองค์กรปกครองท้องถิ่นเพื่อเข้าทำหน้าที่เหล่านี้แทนนายทุนและในบางกรณีก็เข้าทำกิจการที่เคยทำโดยรัฐด้วย เป้าหมายคือความพอเพียงและความรุ่งเรืองของเขตท้องถิ่น คนหนุ่มสาวในท้องถิ่นไม่ต้องไปขายแรงงานไกล ชุมชนดำรงอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรีและพัฒนาต่อไป มีการระดมเงินภายในท้องถิ่นเพื่อสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปที่จำเป็นตามความสามารถ สร้างสถาบันการเงินและเครดิตของชุมชนท้องถิ่นที่เอื้อต่อการผลิตภายในท้องถิ่น มีนักจัดการท้องถิ่น ลดกาพึ่งพิงรัฐและนายทุน มีกลไกการเปลี่ยนแปลงเทคนิคการผลิต ยกกระตือรือร้นการผลิต มีสถาบันค้ำค้ำและถ่ายทอดวัฒนธรรม มีแผนการระยะยาว กำหนดการแลกเปลี่ยนและการลงทุนที่จะทำกับท้องถิ่นอื่น ประสานความสัมพันธ์ระหว่างเขตท้องถิ่นกับประเทศชาติ และสุดท้ายมีการรวมตัวกันใน

ระดับชาติ เพราะกิจกรรมหลายอย่างมีมิติในระดับชาติด้วย เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยี เรื่อง ธนาคารชุมชน เรื่องการค้าระหว่างประเทศ ฯลฯ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 59 - 60)

ศาสตราจารย์ดร.ฉัตรทิพย์ได้เสนอแนวคิดสรุปรวบยอดไว้ถึงการพัฒนา เศรษฐกิจวัฒนธรรมไทย ว่าคือการประกอบประเทศในลักษณะใหม่ ใช้วัฒนธรรมชุมชนร้อยรัด ระบบเศรษฐกิจชุมชนและระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเข้าไว้ด้วยกัน คือเป้าหมายของการสร้าง เศรษฐกิจวัฒนธรรมในระดับชาติ ซึ่งหมายความว่าชนชั้นมั่งคั่งที่มีเชื้อสายจีนควรต้องรับ วัฒนธรรมชุมชน วัฒนธรรมชาวบ้านจึงจะเกิดบูรณาการในสังคมไทย ประชาสังคม (civil society) จะมีพลังที่แท้จริง ทั้งนี้อาจมีชนชั้นกลางเป็นผู้นำซึ่งทั้งสองกลุ่มต้องเข้าใจชาวบ้าน คิด แบบชาวบ้าน เอาชุมชนเป็นตัวตั้งจึงจะเป็นผู้นำโดยธรรมชาติได้ เมื่อชนชั้นสูงและชั้นกลางรับ วัฒนธรรมชุมชนก็จะเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจวัฒนธรรมไทย ไม่ใช่เศรษฐกิจที่แยกจาก เศรษฐกิจวัฒนธรรม หากเป็นเช่นนั้นก็ถือว่ายังไม่บรรลุการสร้างเศรษฐกิจวัฒนธรรม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2548 : 60 - 61)

จากการศึกษาและทำความเข้าใจของผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า แนวทางในการที่จะ พัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งของสถาบัน ชุมชน มีหลักการที่ควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) การเสริมความเข้มแข็งควรเริ่มจากพื้นฐานก่อนนั่นก็คือ ครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน ให้ครอบครัวมีความแข็งแรงสามารถพึ่งตนเองได้ มีความรัก ความหวังใยซึ่งกันและกัน ในชุมชนและหมู่บ้านก็จัดให้มีกิจกรรมต่างๆร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคี ในชุมชน เป็นต้น
- 2) มีการจัดตั้งสถาบันของชุมชน ที่บริหารโดยชุมชน และเพื่อชุมชนขึ้น เช่น สหกรณ์ โดยมีหน้าที่ในการบริหารจัดการ ชุมชนให้มีมาตรฐานและดำเนินไปในทิศทาง เดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น มีการฝึกอบรมการผลิต เพื่อให้การผลิตมีมาตรฐาน มีการ รวมกลุ่มกันและนำผลผลิตที่ได้มาแปรรูป เป็นต้น
- 3) มีการสร้างเครือข่ายออกไปให้เข้มแข็ง โดยมีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เช่น ครอบครัว เชื่อมโยงกับหมู่บ้าน หมู่บ้านเชื่อมโยงกับชุมชน ชุมชนเชื่อมโยงกับ โรงงานและกิจกรรมในตัวเมือง ตัวเมืองต่างๆเชื่อมโยงกับประเทศ และท้ายสุดคือ ประเทศเชื่อมโยงกับประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก เป็นต้น
- 4) ชุมชนควรที่จะสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ การพึ่งตนเองโดยแนวคิด เรื่องการผลิตให้เพียงพอต่อการพอเพียงในการบริโภคนั้นสำคัญมาก กล่าวหา หากผลิตเพื่อพอแก่การบริโภคก่อนเป็นอันดับแรก ชุมชนก็จะสามารถดำรงอยู่ได้ ไม่ จำเป็นที่จะต้องไปกู้ไครมา และหลังจากเหลือจากการบริโภคแล้ว ค่อยขายหา รายได้เข้าสู่ชุมชนในภายหลัง หากชุมชนมีแนวคิดและมีการผลิตในรูปแบบดังกล่าว

นี้แล้วนั้น ถึงแม้จะเกิดวิกฤติเศรษฐกิจสักกี่ครั้งก็ตาม แต่ชุมชนก็ยังจะสามารถที่จะดำรงอยู่ได้โดยไม่ได้รับผลกระทบใดๆ

- 5) ชุมชนควรที่จะมีการทำกิจกรรมต่างๆทางวัฒนธรรมร่วมกัน ทั้งนี้การทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกัน จะสามารถก่อให้เกิดการเข้าใจกัน มีการยึดเหนี่ยวจิตใจกัน ก่อให้เกิดความรักและห่วงใยกัน เนื่องด้วยเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมเดียวกัน และ ก่อให้เกิดความสามัคคีที่เป็นพลังในการสร้างชุมชนและสร้างชาติให้แข็งแรงในที่สุด
- 6) มีการสั่งสอน และสืบสาน วัฒนธรรมความรู้ งานฝีมือ ต่างๆต่อคนรุ่นหลังต่อไป ทั้งนี้เพื่อที่จะได้มีกิจกรรมที่โยงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมเข้าหากัน ดังเช่นการวิจัยในข้อที่ 5 เป็นต้น ทั้งนี้ ยังก่อให้เกิดบุคลากรที่ได้รับการสืบทอด วัฒนธรรม ความรู้ต่างๆมีความสามารถที่จะใช้ความรู้ที่ได้รับมานั้นในการประกอบอาชีพต่อไป อีกทั้งเป็นการดำรงไว้ซึ่งความเป็นรูปแบบของไทย และทำให้เราไม่ลืมในความเป็นไทย ก่อให้เกิดความภูมิใจในการเป็นคนไทย
- 7) ควรจะมีการจัดการสังคมให้มีหน่วยขนาดเล็ก ทั้งนี้ เพราะหน่วยขนาดเล็กยังคงมี ประสิทธิภาพและเสถียรภาพอยู่ ทั้งนี้ ผู้นำและสมาชิกไม่ห่างกันมากจนเกินไป ในขณะที่เดียวกันสมาชิกก็อาศัยอยู่ร่วมกัน มีใช้ต่างคนต่างอยู่ ทั้งนี้การมีหน่วยขนาดเล็กส่งผลให้การจัดการและการบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว ต่างคนต่างมีสิทธิที่จะกล้าออกความคิดเห็น ร่วมคิดและร่วมเสนอแนะอย่างทั่วถึง เพราะหากเป็นหน่วยงานขนาดใหญ่ การบริหารและจัดการจะล่าช้า สมาชิกภายในกลุ่มอาจไม่กล้าที่จะเสนอแนะออกความคิดเห็น ทั้งนี้ เนื่องมาจากช่องว่างที่ห่างกัน ระหว่างผู้นำและสมาชิก เป็นต้น

ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าในการพัฒนาประเทศไปยังทิศทางที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจและ วัฒนธรรมไทย ควรจะเริ่มที่จากการใช้วัฒนธรรมชุมชนไทยเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจชุมชน และ ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเข้าไว้ด้วยกัน ผู้นำและคณะที่ทำการพัฒนาประเทศจะต้องเข้าใจและให้ ความสำคัญกับชุมชน ว่าเป็นส่วนที่สำคัญของประเทศ มิใช่มองข้ามชุมชนไปและพัฒนาประเทศ ตามโลกตะวันตก ทั้งนี้ต้องนำวัฒนธรรมชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจวัฒนธรรมไทย ที่ สามารถดำรงอยู่คู่กับระบบเศรษฐกิจทุนนิยมในกระแสโลกาภิวัตน์ได้ และสุดท้ายไทยก็จะมี ระบบเศรษฐกิจที่ก่อร่างมาจากวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สังคม ที่เป็นของไทยเองและเพื่อคน ไทยเอง เราอาจที่จะเรียกระบบเศรษฐกิจนี้ได้ว่า ระบบ “เศรษฐกิจวัฒนธรรมแห่งชาติไทย”

บทที่ 3

ธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน

ในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชนนั้น ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะทำความเข้าใจของ ความหมาย ว่าธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชนคืออะไร ความ เป็นมาของธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ประเภทของการประกอบการ องค์ประกอบต่างๆ ของ การเป็นธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อที่จะทำความเข้าใจในลักษณะการของ การประกอบการของชุมชน ว่าเป็นอย่างไร เป็นในรูปแบบธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน อีกทั้ง ยังเพื่อที่จะสามารถทำความเข้าใจในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

ทั้งนี้ ก่อนที่จะทำความเข้าใจกับธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยขอทำความเข้าใจกับความหมายของ เศรษฐกิจชุมชน ก่อนเป็นอันดับแรก

คำว่า “เศรษฐกิจ” แปลความมาจากคำว่า economy ที่แปลว่า ประหยัด แต่ในทาง วิชาการเศรษฐศาสตร์คำว่า เศรษฐกิจ มีความหมายโดยนัยที่ครอบคลุมถึงการผลิตสินค้า (production) การกระจายสินค้าหรือการค้าขาย (distribution) การบริโภคสินค้า (consumption) การกระจายได้ได้หรือการจัดสรรค่าตอบแทน เช่น ค่าจ้าง กำไร และค่าเช่า เรียกว่า การวิภาคกรรม (income distribution) และการค้าขายระหว่างประเทศที่ต้องผ่านระบบ การแลกเปลี่ยนเงินตราหรือการปริวรรตเงินตรา (foreign exchange)

ดังนั้นพอจะจำกัดความได้ว่า เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ของชุมชน อันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมซื้อ และการบริโภคของชุมชน และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน

3.1) ธุรกิจชุมชน

3.1.1 ความเป็นมาของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน สามารถถือได้ว่าเป็นหนึ่งกิจกรรมที่มีความนิยมใช้ในการพัฒนาชุมชน ที่มีหลากหลายแนวทาง ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจชุมชนเป็นส่วนที่สำคัญอย่างมากในการ พัฒนาชนบทไทย เนื่องจากภายหลังที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของไทยนั้น กิจกรรมธุรกิจ ชุมชนก็ดูเหมือนที่จะเป็นความหวังของชาติในการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน โดยเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2541 ทางภาครัฐได้มีการประกาศให้เป็นหนึ่งนโยบายศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ของกระทรวงมหาดไทยเลยทีเดียว (มงคล ด้านธานินทร์, 2541: คำนิยม) ทั้งนี้นอกจากทาง

ภาครัฐจะเห็นความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจชุมชนแล้วนั้น นักวิชาการและองค์กรเอกชนหลายองค์กร ก็หวังว่า ธุรกิจชุมชนนั้นจะสามารถเป็นตัวนำที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้น อาทิเช่น รศ.ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ได้ให้ความคิดเห็นว่า ธุรกิจชุมชนจะช่วยให้การดึงดูดรายได้จากภาคเมืองคืนกลับสู่ชนบทบ้าง และจะช่วยป้องกันต่อรองมิให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมมากเกินไป (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ,2542:21)

3.1.2 ความหมายของธุรกิจชุมชน

จากการพยายามรวบรวมข้อมูลทางด้านความหมายของธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยจะขอ ยกตัวอย่างความหมายของธุรกิจชุมชนดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจชุมชน หมายความว่า "คือการรวมตัวกันของชาวบ้านเพื่อลงทุนทำธุรกิจ ในชุมชนชนบท ทั้งนี้โดยอาจเป็นการระดมทุนโดยการซื้อหุ้นเพื่อทำธุรกิจเป้าหมายโดยสมาชิก กลุ่มเท่านั้น หรือเป็นการร่วมลงทุนระหว่างชาวบ้านกับหน่วยงานภายนอก บริหารจัดการกลุ่ม โดยสมาชิก ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิตและจัดการกลุ่ม(วัตถุดิบ ความรู้และแรงงาน) และ การทำกิจกรรมคำนึงถึงความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจในชุมชนที่ ดำเนินงานอยู่ (โครงการศึกษาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมนอกภาคเกษตร, 2541. : 2)

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การทำธุรกรรมโดยสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมทุน ร่วมผลิต และดำเนินธุรกิจและร่วมรับประโยชน์จากการทำธุรกิจนั้น เช่น โรงสีชุมชน กลุ่มทอผ้า เป็นต้น ดังนั้น การทำธุรกิจชุมชนนอกจากจะก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชนหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ วัตถุดิบในชุมชนแล้วยังมีเป้าหมายสูงสุดคือเพื่อให้ชุมชนมี สวัสดิการที่ดีขึ้น มีความรักใคร่ สามัคคี ชุมชนมีความเข้มแข็ง และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน(สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ,2546:5)

รศ.ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ได้ให้ความหมายของธุรกิจชุมชนไว้ว่า กิจกรรมทาง เศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการได้กำไร(ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ,2542: 89) ซึ่งทั้งนี้ ในการที่จะ พิจารณาว่ากิจกรรมใดเป็นธุรกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนหรือไม่ รศ.ดร.ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ กล่าวว่า จะต้องพิจารณาที่ปัจจัยการผลิต(ที่ดิน ทุน แรงงาน) หรือ องค์กรธุรกรรมนั้นเป็นของ ชุมชนหรือไม่ ชุมชนมีอำนาจมากน้อยเพียงใดในการควบคุมและครอบครอง เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายของชุมชน ทั้งนี้ ในทัศนะของ รศ.ดร.ณรงค์ เห็นว่าธุรกิจชุมชนจะต้องเป็นองค์กรหรือ หน่วยงานที่สมาชิกชุมชนครอบครองและควบคุมได้ หรือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นของสมาชิก ชุมชน

ทั้งนี้ ในงานเอกสารของคุณดิรก สาระวดี ได้ให้หลักการที่สำคัญ ของธุรกิจชุมชน ดังต่อไปนี้

- 1) ต้องเป็นธุรกิจที่มาจากความต้องการที่แท้จริงของชุมชน สอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมดั้งเดิม และประเภทธุรกิจที่ดำเนินการต้องไม่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในชุมชนหรือทำให้ระบบนิเวศน์เสียสมดุล และเกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน
- 2) การร่วมทุนและขยายสัดส่วนการลงทุนส่วนใหญ่ให้เป็นของบุคคลในชุมชน/องค์กรชุมชน
- 3) สมาชิกในชุมชนที่ร่วมทุนมีอำนาจร่วมในการตัดสินใจในการบริหารจัดการและจัดสรรผลประโยชน์อย่างยุติธรรม (ดิรก สาระวดี, 2539 : 2 : 1-18)

ทั้งนี้ ในการศึกษาเอกสารสัมมนาสรุปบทเรียนการส่งเสริมธุรกิจชุมชนภาคอีสาน ขององค์กรพัฒนาเอกชน (3-6 ก.ค. 40) ได้มีการร่วมกันกำหนดหลักการธุรกิจชุมชนจำนวน 6 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยขออนุญาตนำมาอธิบายดังต่อไปนี้(กองทุนพัฒนาอีสาน มูลนิธิชุมชนอีสาน, 2540 : 18)

- 1) ผลประโยชน์เป็นขององค์กรชาวบ้านและชุมชน
- 2) ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการในสัดส่วนที่มากกว่าคนอื่น
- 3) ต้องส่งเสริมสินค้าและบริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 4) ต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับชุมชนและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- 5) ต้องคำนึงถึงการจัดสรรสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานอย่างเป็นธรรม
- 6) ต้องส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม

ทั้งนี้จากการศึกษา ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า ตัวที่จะสามารถบ่งชี้ว่ากิจกรรมนั้นเป็นธุรกิจชุมชนหรือไม่ อยู่ที่

- 1) เป้าหมายของกิจการ
- 2) การครอบครองและการจัดการการผลิต
- 3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

ทั้งนี้ จากความเข้าใจของผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชน คือ การรวมตัวกันของชาวบ้านภายในชุมชน โดยใช้ทุนของชุมชนเป็นหลัก ทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ และเพื่อประโยชน์ของชุมชนเอง

แต่ทั้งนี้ในความหมายของธุรกิจ หมายถึง งานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขายหรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและไม่ใช่อารักขา (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฉบับ 2540, :457) จากความหมายข้างต้น หมายความว่า ธุรกิจชุมชนน่าจะเน้นไปที่การทำกำไร ทั้งนี้เนื่องจากเป้าหมายหลักของการทำธุรกิจคือ ผลกำไรสูงสุด หรือ (Maximize Profit) นั่นเอง

ผู้วิจัยจึงขอสรุปเพิ่มในเบื้องต้นว่า ธุรกิจชุมชน คือ การทำกิจกรรมใดๆของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยเน้นที่การได้กำไรเป็นหลักการที่สำคัญ

3.1.3 ประเภทของธุรกิจชุมชน

รศ.ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐได้กล่าวไว้ว่า หากแบ่งตามลักษณะการถือครองปัจจัยการผลิตหรือลักษณะกรรมสิทธิ์แล้วนั้น จะสามารถแบ่งธุรกิจชุมชนได้เป็นหลายประเภท ซึ่งผู้วิจัยใคร่ขออนุญาตหยิบยกนำมาอธิบายดังต่อไปนี้ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542 : 90-93)

1 ประเภทที่ชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการถือครองกรรมสิทธิ์เลย “ธุรกิจ” เป็นของนักลงทุนภายนอกชุมชน ที่ต้องการเข้าไปลงทุน ด้วยเหตุผลของความพยายามที่จะลดต้นทุนด้านแรงงานด้านสิทธิพิเศษจากการลงทุนพื้นที่เขต 3 หรือ เขตที่ห่างไกลจังหวัดใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร แต่การลงทุนเหล่านี้ทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์ในแง่แรงงานมีแหล่งงานใกล้ชุมชน ไม่ต้องอพยพไปหางานทำในเมือง ธุรกิจประเภทนี้เรียกว่า “ธุรกิจในชุมชน” แต่ไม่ใช่ธุรกิจของชุมชน

2 ประเภทที่ให้สมาชิกชุมชนมีกรรมสิทธิ์ร่วม โดยเริ่มต้นการลงทุนเป็นของนักลงทุนทั้งหมด ต่อมาได้มีความพยายามที่จะให้ชุมชนหรือสมาชิกชุมชนเรียนรู้ในการบริหารจัดการด้วยตัวเอง จึงมีการจัดตั้งองค์กรธุรกิจชุมชนขึ้นมา รับงานเหมาะสมช่วงการผลิตไปทำ

3 ธุรกิจที่เกิดจากการสนับสนุนและช่วยเหลือด้านเงินทุนจากองค์กร NGOs ซึ่งในประเทศไทยส่วนใหญ่ได้เงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ บางส่วนได้นำเงินนั้นมาพัฒนาธุรกิจให้แก่สมาชิกชุมชน

4 ประเภทธุรกิจที่ชุมชนถือกรรมสิทธิ์ร่วมกับองค์กรภายนอก ธุรกิจประเภทนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากความพยายามของ NGOs ที่ต้องการให้ชาวบ้านรวมตัวกันประกอบการผลิตและการขายเชิงธุรกิจ เพื่อยกระดับรายได้และการจัดการ รูปแบบการถือกรรมสิทธิ์ร่วม หากร่วมกับ NGOs โดยทั่วไปมักไม่มีปัญหา เพราะ NGOs ส่วนใหญ่ไม่แสวงหากำไรแต่ต้องการกำไรก็หวังให้กำไรยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนมากกว่าที่จะเป็นกำไรเพื่อสะสมความมั่งคั่งให้แก่

NGOs เอง แต่การถือกรรมสิทธิ์ร่วมนี้เป็นสิ่งที่ไม่อาจคาดการณ์ถึงอนาคตว่าชุมชนยังจะสามารถครอบครองและควบคุมองค์กรธุรกิจได้หรือไม่

5 ประเภทที่สมาชิกชุมชนเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการรวมกลุ่มที่สมาชิกในชุมชนโดยส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ

ทั้งนี้ ในความเข้าใจของผู้วิจัยแล้วนั้น หากพิจารณาตามความหมายของธุรกิจชุมชนแล้วนั้น การดำเนินธุรกิจชุมชนที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน น่าจะมีเพียงแค่ประเภทที่ 5 เท่านั้น คือประเภทที่สมาชิกชุมชนเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่ ที่น่าจะสามารถจัดให้เป็น ธุรกิจชุมชนที่แท้จริงได้ ส่วนในการดำเนินธุรกิจชุมชนประเภทอื่นๆนั้น ก็เป็นเพียงรูปแบบการดำเนินธุรกิจกับชุมชนเป็นวัตถุประสงค์หลัก

3.2 วิสาหกิจชุมชน

3.2.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน

จากความเข้าใจของผู้วิจัย หากทำการศึกษาในด้านของความหมายของ คำว่า วิสาหกิจชุมชนแล้วนั้น จะพบได้ว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ให้ความหมายมีลักษณะเหมือนกัน ในประการที่ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกัน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนนั้นมีการเกิดขึ้นมานานแล้วในสังคมไทย เพราะสังคมไทยประกอบไปด้วยชุมชนที่มีส่วนร่วมในวัฒนธรรม และวัฒนธรรมเหล่านี้ก็ก่อให้เกิดความผูกพันกันในชุมชน ดังนั้นไม่ว่าชุมชนจะทำกิจกรรมใดๆก็ตามที่ส่งเสริมและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ย่อมหมายถึงการที่ชุมชนมี วิสาหกิจชุมชนร่วมกัน เพียงแต่ว่าในสมัยก่อนไม่ได้มีการใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” อย่างแพร่หลายดังเช่นในปัจจุบัน

3.2.2 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

จากการทำการศึกษาของผู้วิจัยได้พบว่ามีผู้ให้ความหมายของ “วิสาหกิจชุมชน” ไว้เป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงขออนุญาตในการหยิบยก ความหมายดังกล่าวมาอธิบาย ดังต่อไปนี้

จากความหมายตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ใต้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า กิจการของชุมชน เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (<http://ayutthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>)

วิสาหกิจชุมชนคือ การประกอบการโดยคนในชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน (<http://chanthaburi.doae.go.th/visahakit.html>)

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (<http://farmdev.doae.go.th/Enterprise/EnterpriseDoc.html>)

เสรี พงศ์พิศ เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า หมายถึง การจัดการ “ทุน” ของชุมชน และโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง และยังแสดงทัศนะไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่ธุรกิจชุมชน การจัดการทุนในที่นี้มีความหมายมากกว่าเงิน ทุนชุมชนหมายถึง ทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนที่มีการสะสม ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางสังคม ฯลฯ (2545 : 185) (2545 : 185 - 186) วิสาหกิจชุมชนเป็นการจัดการอย่างสร้างสรรค์ ไม่ใช่การเลียนแบบ (เสรี พงศ์พิศ, 2545 : 186)

ทั้งนี้ จากความเข้าใจของผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยคนในชุมชนที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันเพื่อจัดการ “ทุน” ของชุมชนที่ประกอบไปด้วย ทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่างๆ ประเพณี วัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือความเป็นพี่น้อง ความไว้วางใจกันของชุมชนเครือข่าย ความสัมพันธ์ของสมาชิกของชุมชน อย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองต่อการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน

3.2.3 ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

จากการทำการศึกษาของผู้วิจัย พบว่า ลักษณะที่สำคัญร่วมของวิสาหกิจชุมชนนั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 8 อย่างดังต่อไปนี้

(<http://ayutthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>),

(<http://chanthaburi.doae.go.th/visahakit.html>)

(<http://farmdev.doae.go.th/Enterprise/EnterpriseDoc.html>)

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน เป็นหลัก
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
- 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆอย่างเป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย
- 8) ส่งผลประโยชน์ที่ได้รับกลับคืนสู่สังคม

ทั้งนี้ จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องค้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนแตกต่างจากธุรกิจอื่นในด้านการมุ่งประโยชน์ หรือ อาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจอื่น ๆ ส่วนใหญ่ นั้น มุ่งแสวงหาผลกำไรเป็นหลักและอาจจะไม่ให้ความสำคัญต่อผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ยกตัวอย่างเช่น ผลเสียที่เกิดกับสิ่งแวดล้อมและสังคม แต่วิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบกิจกรรมโดยใช้ ความรู้ ภูมิปัญญาที่ตนเองมีอยู่แล้วแต่ดั้งเดิมวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า ทั้งนี้ เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมุ่งเน้นประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด มุ่งต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบ การมีสุขภาพอนามัยที่ดีและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชนและมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม

ทั้งนี้อาจสรุปลักษณะที่สำคัญ 2 ประการของความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชนกับธุรกิจต่าง ๆ คือ

- 1) จุดมุ่งหมายไม่ได้ทำเพื่อกำไร
- 2) เป็นการประกอบการโดยบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันมิได้เกิดจากบุคคลที่ต้องการเพียงแต่ผลประโยชน์ร่วมกัน

3.2.4 รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

และจากการศึกษาในเบื้องต้นจากเอกสารต่างๆพบว่า เราสามารถจำแนกรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน โดยจำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบการ เป็น 2 รูปแบบดังต่อไปนี้

- 1) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยวคือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการ ที่มีการบริหารจัดการ โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว โดยสามารถที่จะมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการก็ได้
- 2) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย กล่าวคือ วิสาหกิจชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่นๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการของตน หากแต่มีความสัมพันธ์แบบพึ่งพา เกื้อกูลเชื่อมโยงกันในรูปแบบต่าง ๆ

ทั้งนี้ จากความเข้าใจของผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนจะเริ่มต้นจากการประกอบกิจการเดี่ยวก่อน หลังจากนั้นจึงมีการขยายความสัมพันธ์กันไปเป็นเครือข่าย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของแต่ละชุมชนยังคงไม่เปลี่ยน เพียงแต่ต้องการที่จะพึ่งพาซึ่งกันและกัน โดยมีประโยชน์ร่วมกัน เป็นต้น การขยายสัมพันธ์ในลักษณะนี้ ก่อให้เกิด เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนขึ้นในที่สุด ทั้งนี้ เราอาจแปลความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้ว่า เป็นคณะบุคคลที่มีการรวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจการอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

<http://ayuthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>)

3.2.5 ระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

จากการจำแนกตามเป้าหมายของผลผลิตของกิจการได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ระดับพื้นฐาน ได้แก่วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิต หรือการให้บริการที่จะนำไปใช้เพื่อ การอุปโภค บริโภค มุ่งเน้นการลดรายจ่าย การประหยัดและออม เพื่อดำรงชีวิตได้อย่างพออยู่พอกิน ทั้งระดับครัวเรือน ชุมชน และระหว่างชุมชน
- 2) ระดับพัฒนา ได้แก่วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการเพื่อการลดรายจ่าย และมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม หรือมีทุนเพิ่มในการประกอบการอันนำไปสู่การ อยู่ดีกินดี ของครัวเรือน ชุมชนและระหว่างชุมชน
- 3) ระดับก้าวหน้า ได้แก่วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการทั้งภาคการผลิตและการบริการมุ่งการเพิ่มรายได้ไปสู่การขยายการลงทุน ลดการนำเข้า เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชน หรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ สร้างความ มั่งมีศรีสุข ของ

ครัวเรือนชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชน และนำไปสู่การเป็น
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

3.2.6 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เกิดจากปัญหาของชุมชนที่มีการประกอบกิจการใน
ระดับรากหญ้า 2 ประการ กล่าวคือ

- 1) การประกอบการของกิจการของชุมชนไม่เป็นที่ยอมรับ จาก
หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนอื่นๆเนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ
- 2) การสนับสนุนของภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของ
ชุมชน

จากปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการออกกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดย
ทั้งนี้เกิดจากการนำเสนอของตัวแทนเครือข่ายองค์กรชุมชนทั่วประเทศ ร่วมกับมูลนิธิหมู่บ้าน
และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อต้นปี พ.ศ. 2544 เพื่อรองรับกระแสการเคลื่อนตัวของ
กระบวนความคิดในการประกอบวิสาหกิจเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน ทั้งนี้ เมื่อเดือน
พฤศจิกายน 2547 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงลงพระปรมาภิไธยเมื่อวันที่ 8 มกราคม
2548 โดยพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีเป็นผู้รับสนองพระบรมราชโองการ และ
ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 122 ตอนที่ 6ก เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 โดยให้ใช้
บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือ ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2548 เป็น
ต้นไป

(<http://ayutthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>),

(<http://chanthaburi.doae.go.th/visahakit.html>)

(<http://farmdev.doae.go.th/Enterprise/EnterpriseDoc.html>)

ทั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.
2548 อย่างดี อาจกล่าวได้ว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนารมณ์
ดังต่อไปนี้ (<http://ayutthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>),

“เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือ
ซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน
มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับ

การแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใดก็ตาม รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการกิจการในระดับสูงต่อไป”

3.2.7 การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร ดังต่อไปนี้

- 1) ระดับปฐมภูมิ มีการส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัย ในการนำทุนชุมชนมาใช้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้
- 2) ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานของแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลาง ต่อไป
- 3) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้ง การประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกัน ระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อขยาย และสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

จากกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยมีความเข้าใจว่า จุดมุ่งหมายในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนคือ การยกระดับวิสาหกิจชุมชนในส่วนต่างๆ ให้มีการพัฒนาขึ้น โดย เพื่อการที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง และสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ หรือพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบธุรกิจที่สูงขึ้น อาทิเช่น ขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป

บทที่ 4

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

4.1 ความเป็นมา

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับรายได้ของประชาชนทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยค้นหา ปรับปรุง ส่วนเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการยอมรับในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อชุมชนเกิดความเข้มแข็ง มีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนและเกิดความสมดุล

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีงบประมาณ 2545 โดยมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ เป็นองค์กรหลักในการกำกับนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนแม่บท ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลและอื่น ๆ ที่จะสนับสนุนให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดำเนินการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้โดยมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นกรรมการและเลขานุการ

ในการดำเนินงานและบริหารโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการทำหน้าที่ในการดำเนินการด้านต่าง ๆ รวม 5 คณะกรรมการบริหารโครงการ ได้แก่ คณะอนุกรรมการบริหารโครงการ คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด คณะอนุกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และคณะอนุกรรมการระดับภูมิภาค/จังหวัด/อำเภอ/กิ่งอำเภอ

เท่าที่ผ่านมา นั้น รัฐบาลได้ใช้ทรัพยากรจำนวนมากทั้งทางด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บุคลากร และงบประมาณแผ่นดินในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้ครอบคลุมเป้าหมายระดับตำบลทั่วประเทศ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการดำเนินงานและประเมินผลสำเร็จของโครงการอย่างเป็นระบบ โดยการทำวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของโครงการ เพื่อจะนำไปสู่การสร้างข้อสรุปด้านความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระยะที่ผ่านมาให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งจะได้นำข้อค้นพบ ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะจากรายงานการประเมินผลโครงการไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2 วิวัฒนาการกรอบแนวคิดการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การกำหนดนโยบายการพัฒนาชนบทและแก้ไขปัญหาความยากจนของนายกทักษิณ ชินวัตร ได้สรุปเป็นนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาชนบทและแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืนด้วยการไปเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของชุมชนที่เข้มแข็ง สรุปว่า ต้องการกลุ่ม (ชุด) ของโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากดังนี้

- 1) กองทุน
- 2) การพัฒนากลุ่มอาชีพ ครบวงจรจากการผลิตถึงตลาด
- 3) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ควรเปิดเวทีให้มีการทำแผนชุมชน ซึ่งมาจากการร่วมคิด ร่วมทำ โดยส่วนตัวของแผนที่ชุมชนทำได้เองก็ให้ทำไปเอง ส่วนใดเกิดความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล ซึ่งเป็นส่วนที่รัฐบาลจะให้การสนับสนุนต่อไป

การกำหนดและประกาศเป็นนโยบายของรัฐบาลนายกทักษิณ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์เป็นระบบครบวงจรมากขึ้นจึงได้ปรับชุดโครงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเพิ่มโครงการช่วยเหลือสนับสนุนเพิ่มเข้ามา ดังนี้

- 1) ชุดโครงการด้านเพิ่มรายได้ประกอบด้วย
 - กองทุนหมู่บ้านเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้ชุมชนนำไปใช้ประกอบอาชีพ สำหรับเลี้ยงชีพ ชั้นพื้นฐาน
 - วิสาหกิจชุมชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอาชีพพื้นฐานอย่างจริงจัง ภายหลังที่ได้กู้ยืมเงินมาใช้ประโยชน์แล้ว
 - หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนายกระดับคุณภาพมาตรฐานอาชีพเดิมเพื่อสร้างรายได้ และการตลาดอย่างยั่งยืน
- 2) ชุดโครงการด้านลดรายจ่าย ประกอบด้วย
 - การปลอดหนี้ ธ.ก.ส. 3 ปี
 - 30 บาทรักษาทุกโรค
 - เรียนฟรีในระดับการศึกษาภาคบังคับ และให้ทุนหรือให้กู้เพื่อการศึกษาในระดับสูงขึ้น

3) ชุดโครงการต่อยอดเพื่อให้เกิดการพัฒนายกระดับรายได้และคุณภาพชีวิต ประกอบด้วย

- การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการยกระดับคุณภาพมาตรฐานและขยายตลาด
- การพัฒนาสู่การแข่งขันสุดยอด/การพัฒนาการท่องเที่ยวฯลฯ
- บ้านเอื้ออาทร เพื่อหลักประกันสำหรับชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
- การป้องกันยาเสพติด
- การปราบปรามคอร์รัปชัน ฯลฯ

หน่วยปฏิบัติต่าง ๆ จึงต้องมีความเข้าใจปรัชญากรอบแนวคิดอย่างเป็นระบบ ครบวงจรของชุดโครงการตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานล่าง ต้องมีแผนปฏิบัติการที่เหมาะสมที่จะสนับสนุนให้มีการแก้ไขปัญหาและพัฒนายกระดับโดยเริ่มจากขั้นพื้นฐาน แล้วค่อย ๆ พัฒนายกระดับขึ้นไปสู่ความสำเร็จยิ่ง ๆ ขึ้นจึงจะก่อให้เกิดการดำเนินตามนโยบายที่สอดคล้องกับการปฏิบัติได้

การปรับฐานเศรษฐกิจให้แข็งแกร่งเพื่อให้สามารถขยายตัวต่อเนื่อง เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายในประเทศควบคู่กับการใช้รูปแบบ “dual track plus development model” คือมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทัน และพัฒนาเศรษฐกิจไทย พยายามสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงธุรกิจชุมชนระดับรากหญ้า ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้ก่อให้เกิดนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลภายใต้การนำของนายกทักษิณ ชินวัตร เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสังคมและเศรษฐกิจฐานราก ได้แก่

1 โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุนสร้างอาชีพเสริม และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนและวิสาหกิจขนาดเล็กในครัวเรือนพร้อมทั้งรัฐบาลได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต

2 โครงการธนาคารประชาชน ซึ่งเป็นโครงการที่สนองตอบให้กับประชาชนในทุกๆระดับในการใช้เงินลงทุนในการประกอบอาชีพ โดยรัฐบาลเปิดธนาคารประชาชนภายใต้การดูแล

ของธนาคารออมสิน เพื่อกระจายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับประชาชนในทุกระดับเพื่อสร้างทางเลือกและลดการพึ่งแหล่งเงินกู้ในระบบ ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยตนเอง

3 โครงการพักชำระหนี้และลดภาระหนี้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย ผ่านระบบธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ที่มีหนี้ต้นเงินกู้ไม่เกิน 100,000 บาท เป็นระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2537 ภายใต้หลักการลดค่าใช้จ่ายเกษตรกรและให้นำเงินที่จะชำระหนี้กับไปลงทุนใหม่ไม่ก่อให้เกิดภาระหนี้เพิ่มขึ้น ส่วนดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นให้อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐบาล

4 โครงการฟื้นฟูอาชีพเกษตรกรรายย่อย เป็นการเชื่อมโยงโครงการพักชำระหนี้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้โดยการช่วยเหลือจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โดยการพัฒนาอาชีพเดิม สร้างอาชีพเสริม และเริ่มอาชีพใหม่ รวมถึงการสร้างเงินออมให้เกิดขึ้นเพื่อให้มีรายได้และโอกาสการชำระเงินคืนหนี้สินที่อยู่กับ ธ.ก.ส.

5 โครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกโรค ซึ่งเป็นโครงการที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายโดยรวมของประชาชน และลดรายจ่ายรวมของประเทศ เป็นการให้บริการขั้นพื้นฐาน และสร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกันแก่ประชาชนทุกคน

6 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นโครงการที่เกิดปัญหาทางการผลิตไม่ว่าจะเป็นภาคเกษตรหรือเกี่ยวเนื่องก็ตาม หรือแม้แต่การแปรรูปการผลิตอื่นซึ่งมีปัญหาทางการตลาดมาโดยตลอด จากแนวทางการกำหนดขอบเขตผลิตภัณฑ์จึงทำให้เกิดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้น เพื่อค้นหาจุดเด่นของสินค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

การดำเนินโครงการดังกล่าวไปพร้อม ๆ กันนั้น รัฐบาลมีวัตถุประสงค์หลักที่มุ่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์ใน 3 ประการ คือ

- 1 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้
- 2 เพื่อแก้ไขปัญหาชั้นพื้นฐานแก่ประชาชนให้เข้าถึงการบริการด้านเงินทุนในระบบ และการได้รับการบริการด้านสุขภาพ
- 3 ส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนมีความเข้มแข็ง มีศักยภาพมากขึ้น สามารถที่จะพึ่งตนเองได้

การแก้ไขปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจของรัฐบาลคือ มุ่งเน้นการพึ่งตนเองพึ่งชุมชนและตลาดภายในประเทศมากขึ้น รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) ซึ่งแนวคิดนี้นับว่าสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 78 คือ “รัฐต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ตลอดจนทั้งโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น” และ มาตรา 76 “รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจทางการเมือง การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมทั้งการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ”

อีกทั้งความเชื่อว่าสังคมไทยมีศักยภาพและสามารถพัฒนาขึ้นได้อีก จึงหาทางที่จะสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก โดยมีหลักคิดที่ว่าคนส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสเพราะไม่มีทุน ดังนั้น รัฐบาลจึงต้องหาทางเปลี่ยนทรัพย์สินที่คนในสังคมมีอยู่นั้นให้เป็นทุนในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ ต้องหาทางเปลี่ยนมุมมองของคนในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนเองมีอยู่นั้น คือ ทรัพย์สินที่มีราคาสามารถเพิ่มรายได้ หากรู้จักใช้ทรัพย์สินนั้นอย่างชาญฉลาด

ทั้งนี้ สินทรัพย์ของประชาชนที่มีอยู่ไม่ได้หมายถึง เงินทอง แต่หมายถึงความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ธรรมชาติ ความสงบ วิถีชีวิต พืชผลทางการเกษตร ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นทุนทางสังคมของชุมชน แต่ขาดการบำรุงรักษาและไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น สิ่งประเทศไทยจำเป็นต้องทำอย่างยิ่งคือการบูรณาการภูมิปัญญาเดิมต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่ เพื่อให้พื้นฐานของไทยแข็งแกร่งและดำรงอยู่ในโลกแห่งอนาคต ดังนั้น โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นโครงการที่สนับสนุนการดำเนินกิจการในแนวทางดังกล่าว

จากความสำคัญดังกล่าว รัฐจึงมีโครงการที่จะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนเป็นหลัก เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาประเทศทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งที่ผ่านมาธุรกิจประเภทการทำอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น แม้ว่าตลาดงานต่าง ๆ จะได้ขยายไปสู่ชนบทแล้วก็ตาม แต่ทุกอย่างที่ชุมชนหรือหมู่บ้านนั้น ๆ ผลิตสินค้าขึ้นล้วนแต่เป็นกระบวนการจัดการขั้นพื้นฐานเพียงเท่านั้น โดยส่วนใหญ่เป็นการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติ และทักษะการผลิตของภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้และนำออกขาย ซึ่งราคาซื้อขายนั้นค่อนข้างถูก แต่ในขณะเดียวกันสินค้า “brand name” จากต่างประเทศกลับมีราคาแพงกว่า ทั้งที่ประโยชน์ใช้สอยเหมือนกัน สาเหตุที่สำคัญนั้นเนื่องมาจาก สินค้าที่ชาวบ้านผลิตขึ้น ขาดการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชน จึงได้เกิดแนวคิดในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจใหม่ โครงการที่สำคัญอีกหนึ่งโครงการที่เริ่มส่งเสริม และสนับสนุนลงสู่ภูมิภาคแล้วคือโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (one tambon one product : OTOP) เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าของชุมชนรากหญ้า ซึ่งมีแนวคิดที่ต้องการเพิ่มรายได้และสร้างงาน อาชีพของประชาชน ให้มีการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณภาพดีขึ้นเป็นที่ยอมรับของตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถพัฒนาเป็นอาชีพหลักของประชาชนในชุมชนได้อันจะช่วยเพิ่มรายได้และนำไปสู่การกินดี อยู่ดีของประชาชนระดับรากหญ้า

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนบนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง โดยมีปรัชญาที่สำคัญ 3 ประการคือ การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล การพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการส่งเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งหลักการดังกล่าวจะช่วยพัฒนาอาชีพแก่ประชาชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังเป็นกระบวนการสร้างการเรียนรู้แก่ประชาชนในระดับรากหญ้า อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากแหล่งความรู้ ตลาด เทคโนโลยี เงินทุน หน่วยงานของรัฐและเอกชน ตลอดจนการมีความคิดสร้างสรรค์และความปรารถนาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับศักยภาพและวัฒนธรรมชุมชนและความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงนับได้ว่าเป็นกระบวนการพัฒนาที่มีต่อการสนับสนุนส่งเสริมการวางรากฐานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่พึ่งตนเองและการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปอันจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศมีความเข้มแข็ง มั่นคงอย่างยั่งยืน

4.3 ต้นแบบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในปี พ.ศ. 2522 นายอิชิรามัทซึ อดีตผู้ว่าราชการจังหวัด โออิตะ (Oita) ประเทศญี่ปุ่น มีแนวคิดที่จะสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน one village on product โดยจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาท้องถิ่นเป็นพื้นฐานด้วยการสนับสนุนส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ

One village one product ของ “โออิตะ” จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก โดยมีหลักสำคัญที่ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น แต่รัฐบาลท้องถิ่นของ “โออิตะ” จะให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมทั้งช่วยเหลือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการทำตลาด ด้วยการพยายามใช้เครื่องมือทางการบริหารเข้าช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ โดยการสนับสนุนของศูนย์วิจัยและแนะแนวทางการเกษตรประมง ส่วนทางด้านการตลาด “โออิตะ” ได้จัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดต่าง ๆ ขบวนการพัฒนา one village one product เกิดขึ้นและสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่ประเทศญี่ปุ่นต้องการให้รถยนต์ให้รอดพ้นจากวิกฤติการณ์น้ำมัน ดังนั้นบริษัทในโออิตะ จึงพยายามปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการค้า โดยเลือกใช้เทคโนโลยีระดับกลางมีการพัฒนาการผลิตที่เพิ่มรายได้สูงขึ้น ซึ่งขณะนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนไป คือ จากการบริโภคสินค้าที่ผลิตจำนวนมาก ไปบริโภคสินค้าที่ทำด้วยมือ (hand made) เน้นสินค้าที่อาจมีเพียงชิ้นเดียวที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากกว่า นอกจากนี้การผลิตที่มีมาตรฐานขนาดใหญ่ก็ได้เปลี่ยนไปโดยเน้นให้ผลิตสินค้าด้านบริการที่มีจำนวนน้อยแต่หลากหลาย เน้นจุดแข็งและจุดเด่น แม้ว่าบางท้องถิ่นจะมีทรัพยากรที่ด้อยกว่า แต่การคิดค้นหาจุดดีจุดเด่นที่สุดจากสิ่งที่ไม่มี โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างโอกาส เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นกับท้องถิ่นตนเอง

สำหรับการดำเนินการของโครงการ one village one product นี้ มีหลักการพื้นฐานอยู่ 3 ประการคือ

- 1) เป็นการดำเนินการในท้องถิ่นและสามารถสร้างความยอมรับในระดับสากล โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ผูกพันกับท้องถิ่น เน้นให้ผู้คนในท้องถิ่นรวมตัวช่วยเหลือและแข่งขันกันในเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

- 2) เน้นการดำเนินการที่เป็นอิสระและสร้างสรรค์ การรวมตัวของชาวบ้านต้องเป็นไปอย่างเสรี และพึ่งตนเอง หน่วยงานราชการจึงไม่ได้ให้การช่วยเหลือในรูปแบบของเงินอุดหนุน แต่จะเป็นการช่วยเหลือในด้านการให้ข้อมูล เป็นที่ปรึกษาในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิตต่างๆที่ชาวบ้านประสบ โดยเป็นลักษณะการหารือร่วมกันระหว่างชาวบ้านกับหน่วยงานท้องถิ่น
- 3) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยได้จัดตั้งโรงเรียนฝึกอบรมชื่อ “Land of Abundance” สำหรับการฝึกอบรมของโรงเรียนจะเน้นภาคปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสและมีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นมากขึ้น

(ผู้จัดการรายวัน,2545)

4.4 ประชาชนของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการคือ

- 1 การเน้นนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาไปสู่สากล (local yet global) เป็นการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตขึ้นให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในและต่างประเทศ

- 2 สนับสนุนให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self-reliance-creativity) เป็นการระดมความคิดของชุมชนท้องถิ่นในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนท้องถิ่นและ

- 3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) เป็นการพัฒนาความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ มีการวางแผน เป็นการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นที่มุ่งเน้นการสร้างการผลิตการบริการที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

4.5 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1 เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชุมชน
- 2 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้
- 3 เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน
- 4 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

4.6 งบประมาณในการดำเนินโครงการ

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2544-2545 ได้ใช้งบประมาณปกติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนงบประมาณการดำเนินงานปี 2546 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการจัดสรรงบประมาณรวมทั้งสิ้น 800 ล้านบาท โดยรวมอยู่ในกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภายใต้แผนปฏิบัติการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยยึดตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน (2) ส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ (3) สนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ (4) เพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4.7 กลไก และวิธีดำเนินงาน

รัฐบาลได้จัดกลไกการบริหารงานกระบวนการ และโครงสร้างการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 และต่อมาได้มีการแก้ไขปรับปรุงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 เพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เหมาะสม มีเอกภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ มีภารกิจหลักคือ การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” การกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน บุคลากรการทำงานกับภาคีทุกภาคส่วน และการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเป็นต้น

ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านนโยบาย แนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าสู่ระบบสากลทั้งในและต่างประเทศ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ จึงได้ปรับปรุงคณะกรรมการจากเดิม 9 ชุด เหลือเพียง 5 ชุด เพื่อให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ เกิดความรวดเร็วและทำงานเชิงบูรณาการจากทุกภาคส่วน โดยคณะกรรมการชุดต่างๆ ประกอบด้วย (1) คณะกรรมการบริหาร (2) คณะกรรมการส่งเสริมการผลิต (3) คณะกรรมการส่งเสริมการตลาด (4) คณะกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ (5) คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค/จังหวัดและอำเภอ/กิ่งอำเภอ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทข้างต้น

การดำเนินงานในปี พ.ศ. 2544-2545 เน้นกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรม คือ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) ดีเด่น และการส่งเสริมการขายโดยจัดหาสถานที่จำหน่ายให้แก่กลุ่มต่างๆรวมทั้งจัดมหกรรมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนปี 2546 จะดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ 4 ด้านข้างต้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับรากหญ้า ได้พัฒนาคุณภาพมาตรฐานให้สามารถส่งออก โดยจะคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัดภาคและประเทศ (OTOP Product Champion) ภายใต้แนวคิด “ประสานภายใน เชื่อมโยงสู่สากล” หรือ “Local Link – Global Reach”

สินค้าชุมชนที่ผ่านกระบวนการคัดสรรจะได้รับการพัฒนาทั้งตัวผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและนำเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ จะให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story behind product) และการสนับสนุนให้สินค้าชุมชนจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

4.8 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เริ่มแรกคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้กำหนดนโยบายในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล 198 ตำบลและพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ 198 ประเภทไปสู่ความเป็นสากล ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2,041 ผลิตภัณฑ์ (สุมพร ลิมไทย์, 2545 : 3) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 20 ประเภทคือ

- 1 ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ ผลไม้ ผักต่าง ๆ ไม้ดอกไม้ประดับ ข้าวสาร ยางพารา ไบชา ปศุสัตว์ ประมง
- 2 ชิ้นส่วนเครื่องจักร เครื่องยนต์ และอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ รถไถคูโบต้า เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นสารเคมี
- 3 อุปกรณ์ก่อสร้าง วัสดุต่าง ๆ ได้แก่ วัสดุที่ผลิตจากไม้ไผ่ ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า หินปูน และไม้ฉลุลาย
- 4 สิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าตีนจก ผ้ามัดหมี่ และผ้าทอที่ต่าง ๆ
- 5 ของเล่นและเกมส์ ได้แก่ ของเล่นต่าง ๆ ตุ๊กตา
- 6 อัญมณี เพชรพลอย ได้แก่ อัญมณี เพชรพลอยต่าง ๆ เครื่องประดับ ไข่มุก
- 7 ศิลปหัตถกรรม ของขวัญ ของตกแต่ง ได้แก่ เครื่องจักสาน งานไม้ งานแกะสลักหนัง ดอกไม้ประดิษฐ์
- 8 อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องเขียน ได้แก่ ดินสอ ยางลบ กล้องใส่ดินสอ
- 9 ศูนย์ผลิตภัณฑ์รวม ได้แก่ ศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ศูนย์ผลิตภัณฑ์จังหวัด
- 10 อาหาร ได้แก่ เครื่องดื่ม เครื่องปรุง ซอส น้ำจิ้ม อาหารว่าง ขนมต่าง ๆ
- 11 เคมีภัณฑ์ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สำหรับห้องน้ำ ได้แก่ แชมพู ปู่ยงต่าง ๆ
- 12 อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
- 13 อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า
- 14 เฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ เฟอร์นิเจอร์หนัง เฟอร์นิเจอร์หวาย
- 15 ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน ได้แก่ ครกหิน ครกไม้ เขียงไม้ ตระกร้าหวาย ตะกร้าไม้ไผ่ ฝาชี กระจาด ชะลอม
- 16 เครื่องหนัง ได้แก่ กระเป๋า ถึง ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังต่าง ๆ
- 17 อุปกรณ์ท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่ เครื่องกีฬา
- 18 การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ รถยนต์บริการ แพทย์แผนโบราณ นวดแผนโบราณ นวดฝ่าเท้า
- 20 ศูนย์วัฒนธรรมอนุรักษ์

4.9 การประเมินผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในส่วนของการประเมินผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด ผู้วิจัยจึงขออนุญาตนำเอกสารต่างๆในการประเมินผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาประกอบการพิจารณา ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2547
- 2) “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรจิต สมบัติพาณิชย์ กองส่งเสริมการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2547
- 3) รายงานการวิจัยเรื่อง “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยบริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
- 4) การสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและหัวหน้ากลุ่มของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมผลที่เกิดขึ้น จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยจะจำแนกออกเป็น

- 1) ผลที่มีต่อผู้ผลิต
- 2) ผลที่มีต่อผู้จำหน่าย
- 3) ผลที่มีต่อผู้บริโภค
- 4) ผลที่มีต่อสังคม

โดยผู้วิจัยจะเน้นการศึกษาไปยัง ผลที่มีต่อผู้ผลิตและสังคมมากที่สุด ทั้งนี้ เพราะการทำความเข้าใจถึงทั้ง 2 ปัจจัยนี้ จะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะสามารถเข้าใจในระบบเศรษฐกิจสังคมไทยได้ดีที่สุด

ดังนั้นจากรายงานการสรุปการประเมินผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากเอกสารจริงมาทำการสรุปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระชับและสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้นนั้น ทั้งนี้อาจจะไม่มีข้อมูลเชิงลึกในส่วนของผู้บริโภค และผู้จำหน่าย ที่ไม่ได้มีความสำคัญในเรื่องที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย

4.9.1 “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2544-45

1. กรอบการติดตามประเมินผล

1.1 วัตถุประสงค์การติดตามประเมินผล

- (1) ติดตามความก้าวหน้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณภาพมาตรฐาน และขยายช่องทางการตลาด เพื่อสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา

- (2) ประเมินความสำเร็จ ในด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น ตลอดจนการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนและพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้
- (3) ประเมินผลกระทบโครงการในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้แก่ประชาชน และชุมชน

1.2 ขอบเขตและวิธีการประเมิน

(1) ขอบเขตประกอบด้วย

- (1.1) การติดตามความก้าวหน้าจะพิจารณาถึงผลการดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการตลาด ตลอดจนผลการดำเนินงานของกระทรวงและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- (1.2) การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น จะทำการประเมินในเรื่องที่เกี่ยวกับการได้รับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับประเทศ การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพสินค้าและการได้รับรางวัลยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การขยายพื้นที่และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการใช้สัญลักษณ์/เอกลักษณ์ของท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์
- (1.3) การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน จะพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชน การขยายเครือข่ายของกลุ่ม การบริหารจัดการ และการพึ่งตนเองด้านเงินทุนของสมาชิก
- (1.4) การประเมินผลกระทบของโครงการ
 - (1.4.1) ผลกระทบต่อสมาชิกและกลุ่ม จะพิจารณาในเรื่องที่เกี่ยวกับการเพิ่มรายได้ และการสร้างรายได้หลักแก่สมาชิก การสร้างงานแก่สมาชิกและคนในครัวเรือน ระยะเวลาการผลิตของกลุ่ม
 - (1.4.2) ผลกระทบต่อหมู่บ้าน/ชุมชน พิจารณาจากความเอื้ออาทรและความสามัคคีของคนในชุมชน การลดความยากจนและปัญหาเสพติดในชุมชน การอพยพแรงงานไปนอกหมู่บ้าน การเพิ่มความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพเสริม ความสามารถในการหาตลาดและการใช้ความรู้จัดจากสื่อของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- (2) วิธีการติดตามประเมินผลใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม วิเคราะห์ร่วมกันดังนี้
 - (2.1) รายงานการประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ 2544

- (2.2) รายงานผลการดำเนินงานหนึ่งปี หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของคณะกรรมการ
อำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ
- (2.3) เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง โอกาสของเกษตรกรกับความสำเร็จของ
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาในภาคกลาง ของสำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- (2.4) รายงานการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานคณะกรรมการ
พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- (2.5) รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติครั้งที่
2/2546 เดือนกุมภาพันธ์ 2546
- (2.6) ข้อมูลเผยแพร่จากเว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอม
- (2.7) ผลการสำรวจภาคสนามของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ในจังหวัดตัวอย่างรวม 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ อุทัยธานี
ขอนแก่น ศรีสะเกษ ชลบุรี อ่างทอง สงขลา และพัทลุง
- (2.8) ผลสำรวจจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ถึงประธานกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ ทุกจังหวัด (ยกเว้น กทม.) รวม 900 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มตัว
ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ดีเด่นระดับชาติ รวม 450
ตัวอย่าง และกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัดหรือทั่วไป
รวม 450 ตัวอย่าง

2. ความก้าวหน้าของการดำเนินโครงการ

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา (2544-2545) ได้ดำเนินงานไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่ได้กำหนดไว้ที่สำคัญๆคือ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านกระบวนการประชาคมระดับตำบลได้ทั้งสิ้น 7,753 ผลิตภัณฑ์ คัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด 925 ผลิตภัณฑ์ และคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับประเทศ จำนวน 461 ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังได้รับการรับรองมาตรฐาน จำนวน 3,654 ผลิตภัณฑ์ จัดหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รวม 17,630 แห่ง และสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าทั้งสิ้น 19,027 ล้านบาท ดังนี้

(2.1) การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ทุกจังหวัดได้ดำเนินการพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยผ่านกระบวนการประชาคมระดับตำบลในเบื้องต้นทั่วประเทศรวม 7,255 ตำบล ได้ผลิตภัณฑ์ดีเด่นตามหลักเกณฑ์ของ กอ.นตผ.จำนวน 7,753 ผลิตภัณฑ์ และจังหวัดได้คัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัดรวม 925 ผลิตภัณฑ์ หรือร้อยละ 11.9 ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่น

(2.2) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กอ.นตผ. ได้ส่งเสริมให้ทุกจังหวัดดำเนินการสนับสนุนให้มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ได้รับมาตรฐานจำนวน 3,654 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มาตรฐานฮาลาล 30 ผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน ออย. 1,722 ผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานอื่นๆ เช่น ลิขสิทธิ์ทางปัญญา เครื่องหมายรับรองสถาบันวิจัย จุฬาลงกรณ์ เครื่องหมายเลขที่จัดแจ้งศูนย์วิจัยการแพทย์ และเกียรติบัตรต่างๆ รวมทั้งสิ้นเกือบ 2,000 ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีมาตรฐานในรูปแบบต่างๆแล้วมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 47.1 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

(2.3) การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการตลาด กอ.นตผ. ดำเนินการสร้างช่องทางกระจายสินค้าในระดับภูมิภาค โดยให้ทุกจังหวัดมีการประสานงานกับชุมชนท้องถิ่นและภาคเอกชนร่วมกันจัดหา จัดจำหน่ายสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน โดยมีจุดจำหน่ายสินค้าจนถึงเดือนตุลาคม 2545 ที่สำคัญคือ

(1) จัดหาสถานที่จำหน่าย รวม 17,630 แห่ง สถานที่ที่จัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ร้านค้าชุมชน ร้านค้าทั่วไป ศูนย์สาธิตการตลาด สถานีบริการน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

(2) จัดทำข้อมูลหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เข้าระบบเว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอม ได้รวม 5,054 ตำบล เป็นสินค้าจำนวน 16,797 รายการ โดยเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรมมากกว่าครึ่งหนึ่งของสินค้าที่เข้าระบบเว็บไซต์ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 59.2 ของสินค้ารวมทุกประเภท รองลงมาเป็นสินค้าประเภทอาหาร ร้อยละ 20.6 ส่วนสินค้าประเภทอื่นๆที่เผยแพร่ในเว็บไซต์มีไม่ถึงร้อยละ 10 ของสินค้าทุกประเภท สำหรับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถดำเนินการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้มีจำนวน 1,181 รายการ โดยเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรมมากที่สุดถึงร้อยละ 70.7 นอกจากนั้นเป็นสินค้าประเภทสมุนไพร แชมพู ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และอื่นๆ ซึ่งมีจำนวนเพียงเล็กน้อยประมาณไม่ถึงร้อยละ 10 ของสินค้าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด

(3) การส่งเสริมการตลาด ได้มีการจัดทำโครงการส่งเสริมเพื่อการแสดงและจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับภูมิภาคและในระดับประเทศในรูปแบบต่างๆที่สำคัญได้แก่ การจัดงานมหกรรมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงสินค้า Made in Thailand 2001 โครงการหัตถศิลป์ถิ่นไทย งานเทศกาลสุราแช่ไทย งานสุดยอดหมู่บ้านอุตสาหกรรมและผ้าทอไทย รวมทั้งการแสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค เป็นต้น

ผลจากการสร้างช่องทางการจำหน่ายและส่งเสริมการตลาด ทำให้ยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นจาก 215.55 ล้านบาท ในช่วงเดือนมกราคม- ธันวาคม 2544 เป็น 19,027 ล้านบาท ในช่วงเดือน มกราคม- ตุลาคม 2545 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 87.3 เท่า ซึ่งส่งผลให้มีการใช้แรงงานเพื่อการผลิตและช่วยให้เกิดการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อการผลิตมากขึ้น

2.4 การดำเนินงานของกระทรวงและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งคณะกรรมการ กอ.นตผ. ได้แบ่งบทบาทและภารกิจเพื่อให้เข้าไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทที่ กอ.นตผ. กำหนดขึ้นดังนี้

(1) กระทรวงมหาดไทย โดยจังหวัด อำเภอ และกิ่งอำเภอ ดำเนินการค้นหาประชาคม และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของแต่ละจังหวัด พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลพื้นฐานการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มคนและชุมชนในจังหวัด โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และกระทรวงแรงงาน เป็นหน่วยงานสนับสนุน

(2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำหน้าที่ส่งเสริมการผลิต การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบ การแปรรูปสินค้าให้เป็นสินค้าใหม่ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีกระทรวงมหาดไทย อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และกระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานสนับสนุน

(3) กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐาน อย. ฮาลาล เครื่องหมายรับรองจากหน่วยงานต่างๆ และเกียรติบัตร เป็นต้น โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ วิทยาศาสตร์ แรงงาน และ ททท. เป็นหน่วยงานสนับสนุน

(4) กระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชน ดำเนินการส่งเสริมการตลาด โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ดีเด่น โดยมีกระทรวงการต่างประเทศ อุตสาหกรรม เกษตรฯ มหาดไทย คมนาคม และ ททท. NECTEC เป็นหน่วยงานสนับสนุน

(5) กระทรวงวิทยาศาสตร์และภาคเอกชน ทำการศึกษาวิจัย และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยี การบรรจุภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรม สาธารณสุข ศึกษาธิการ เกษตรฯ ทบวงมหาวิทยาลัย สภาวิจัยแห่งชาติ และ สกว. เป็นหน่วยงานสนับสนุน

(6) สำนักงานกฤษฎีกาทำหน้าที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่รู้จักทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และทำหน้าที่วิเทศสัมพันธ์รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคจากต่างประเทศ พร้อมทั้งทำความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีกระทรวงการต่างประเทศ ศึกษาธิการ มหาดไทย และ ททท. เป็นหน่วยงานสนับสนุน

(7) กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน

3. ผลการประเมินโครงการ

ผลการประเมินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จากแบบสอบถาม กลุ่มกรรมการ จำนวน 231 ชุด กลุ่มสมาชิก 67 ชุด กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดรวม 8 จังหวัด และข้อมูลการวิจัยของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรและข้อมูลวิจัยของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

(3.1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น ประสบผลสำเร็จดี ทั้งด้านจำนวนผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและคุณภาพที่ดีขึ้นแต่ผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับชาติยังมี ส่วนน้อย

(1) ผลิตภัณฑ์มีครบทุกตำบลและได้รับคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับชาติเพียง 461 ผลิตภัณฑ์ จากจำนวนผลิตภัณฑ์ของตำบลทั้งประเทศในปี 2545 ที่ได้รับการคัดเลือก ขึ้นมาเป็นลำดับจากประชาคมระดับตำบลจำนวน 7,753 ผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดเลือก เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด จำนวน 925 ผลิตภัณฑ์เท่านั้น คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ. นตผ.) สามารถคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ และสามารถมอบเครื่องหมายปลาดูปลาตะเพียนได้เพียง 461 ผลิตภัณฑ์ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.9 ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านกระบวนการประชาคมระดับตำบล โดย กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคกลางมากที่สุด จำนวน 162 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของ ผลิตภัณฑ์ดีเด่นทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคเหนือ คิด เป็นร้อยละ 23.2, 21.2 และ 20.4 ของผลิตภัณฑ์ดีเด่นทั้งหมด ตามลำดับ

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมให้กลุ่มต่างๆ ใชีวิตุดิบใน ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 74.4 เป็นร้อยละ 76.5 ของจำนวนวัตุดิบที่ใช้ทั้งหมด โดยกลุ่มที่ ใชีวิตุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก (มีสัดส่วนเกินร้อยละ 75 ของจำนวนวัตุดิบทั้งหมด) เพิ่มขึ้น จากร้อยละ 61.7 เป็น 65.8 ในขณะที่กลุ่มอื่นมีสัดส่วนลดลง

ตารางที่ 41 สัดส่วนกลุ่มที่ผลิต ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลฯ จำแนกตามระดับการใชีวิตุดิบ ในท้องถิ่น

ระดับการใชีวิตุดิบ (ร้อยละ)	สัดส่วนจำนวนกลุ่ม (%)		อัตราเพิ่ม
	ก่อนมีโครงการ	หลังมีโครงการ	
รวม	100.0	100.0	
1-25	10.4	9.0	-13.5
26-50	16.9	14.2	-16.0
51-75	11.0	11.0	0.0
76 ขึ้นไป	61.7	65.8	6.6

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยเพิ่มความหลากหลาย เพิ่มคุณภาพและการบรรจุหีบห่อที่ดีขึ้น ช่วงก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หน่วยงานต่างๆได้ส่งเสริมการให้ประชาชนรวมกลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายเป็นรายได้หลักหรือรายได้เสริมของครอบครัว เมื่อรัฐบาลเร่งส่งเสริมการพัฒนาตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้กลุ่มต่างๆที่ได้รับการพัฒนาที่ทั่วถึงมากขึ้นจากเดิมที่ได้รับเพียงร้อยละ 36.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71.9 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 97.6 โดยกลุ่มประเภทสมุนไพร หัตถกรรม และประเภทอาหาร มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว (ร้อยละ 110-125)

(2.1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นการต่อยอดจากประเภทผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม โดยกลุ่มผู้ผลิตได้มีการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 32.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นร้อยละ 59.7 หลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 84.0 โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร แชมพู กลุ่มอาหาร และหัตถกรรม มีการพัฒนาสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัว (ร้อยละ 100.0-166.7) ในขณะที่การพัฒนาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 8.2 เป็น 12.1 โดยกลุ่มหัตถกรรม และกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นมาก

ตารางที่ 42 ลักษณะการพัฒนาการผลิตสินค้าที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มหลังเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	รวมอัตราการเพิ่ม	ลักษณะการพัฒนาการผลิตที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)			
		สินค้าใหม่	ผลิตภัณฑ์ใหม่	บรรจุภัณฑ์	คุณภาพสินค้า
รวมทุกกลุ่ม	97.6	84.0	47.4	34.6	26.4
ผลิตผล					
การเกษตร	60.0	35.3	33.3	41.5	20.8
อาหาร	110.0	100.0	0.0	42.4	33.3
หัตถกรรม	115.0	100.0	100.0	26.3	26.3
สมุนไพร แชมพู	125.0	166.7	0.0	50.0	20.0
อื่นๆ	80.0	62.5	-20.0	42.9	33.0

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

* สินค้าใหม่ หมายถึงสินค้าที่ต่อยอดมาจากผลิตภัณฑ์เดิม

* * ผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นใหม่ ซึ่งแตกต่างไปจากประเภทผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม

(2.2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และคุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้นประมาณหนึ่งในสามของกลุ่มกลุ่มได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่นการทำกล่องพัสดุ หรือพัสดุหีบห่อให้มีความสวยงาม มีความประณีต เป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการเก็บรักษา เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 34.6 และพัฒนาคุณภาพสินค้า เช่น การนำสินค้าไปผ่านการอบแห้ง หรือการบรรจุขวดสุญญากาศ เพื่อเก็บไว้ได้นาน และพัฒนาการพอกย้อมสี เป็นต้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.4 กลุ่มที่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้นในระดับสูงคือกลุ่มประเภทอาหาร และกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร ส่วนกลุ่มที่มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าในระดับสูงได้แก่ กลุ่มประเภทอาหาร และกลุ่มประเภทหัตถกรรม

ผลสำเร็จของการดำเนินงานดังกล่าวเป็นผลให้กลุ่มต่างๆ ได้รับรางวัลอย่างใดอย่างหนึ่งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.7 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มที่ได้รับรางวัลคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงได้แก่ กลุ่มผลิตผลทางการเกษตร และกลุ่มประเภทอาหาร (ร้อยละ 52.8 และ 42.4) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากลุ่มอาหารของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารในสังกัดของกระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) ร้อยละ 31.3 ภายหลังเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4.2 การพัฒนาการตลาดประสบผลสำเร็จด้านการเพิ่มยอดขายและแหล่งจำหน่าย แต่การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้ายังอยู่ในระดับเริ่มต้น

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.2 และส่วนใหญ่มีอัตราเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไป การสำรวจของ สศช. พบว่าการส่งเสริมการตลาดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านมา ทำให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลฯ ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐและเอกชนจัดส่งเสริมเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.3 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยเป็นการเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาคือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างจังหวัดและกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.7 และ 29.9 ตามลำดับ

การที่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้นดังกล่าวข้างต้น นั้น กรรมการกลุ่มมีความเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84 ของผู้ตอบคำถามและร้อยละ 77 มีความเห็นว่าช่วยให้มีแหล่งจำหน่ายมากยิ่งขึ้น ผลลัพธ์ที่ตามมาคือได้มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดย

กลุ่มที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.7 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด รองลงมาเป็นกลุ่มที่มียอดขายเพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 1-20 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 29.8 และกลุ่มที่มียอดขายเพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 21-40 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 18.5 ของกลุ่ม

ทั้งนี้ ในจำนวนกลุ่มที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นนั้น จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 29.1 โดยผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมากที่สุดสามลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านประเภทเฟอร์นิเจอร์ ประเภทหัตถกรรมและสมุนไพรตามลำดับ ขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทผลผลิตทางการเกษตรมียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 15.2 ผลการสำรวจของ สศช. สอดคล้องกับผลการประเมินของกระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ ที่พบว่ายอดขายของกลุ่มต่างๆที่อยู่ในความรับผิดชอบมีมูลค่าการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากกลุ่มละ 6.35 ล้านบาท เป็น 7.82 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.1

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า การจัดงานแสดงและจัดจำหน่ายสินค้ามีส่วนช่วยให้ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลเพิ่มขึ้นมาก หรือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38 ก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นร้อยละ 46 หลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.8 โดยผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมมีอัตราการเพิ่มขึ้นมากที่สุด และผลิตภัณฑ์ประเภทผลผลิตทางการเกษตรเป็นกลุ่มเดียวที่มีมีสัดส่วนการจำหน่ายจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากกว่าร้อยละ 50 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด

ตารางที่ 43 สัดส่วนกลุ่มที่มียอดการจำหน่ายเปลี่ยนแปลงหลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนกลุ่ม(ร้อยละ)			สัดส่วนกลุ่มจำแนกตามระดับอัตราการเพิ่ม				
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	1-20	21-40	41-60	61-80	80 ขึ้นไป
รวมทุกกลุ่ม	85.2	5.8	9	29.8	18.5	14.5	6.5	30.7
ผลิตผลการเกษตร	73.7	7.9	18.4	25.0	25.0	8.3	8.3	33.4
อาหาร	95.5	4.5	0	50.0	15.0	0.0	0.0	35.0
หัตถกรรม	88.1	5.3	6.6	25.4	19.1	20.6	6.3	25.6
สมุนไพรและ แชมพู	71.4	0	28.6	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0
อื่นๆ	92.3	7.7	0	33.4	8.3	25.0	8.3	25.0

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

ส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ที่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งแสดงถึงความสนใจของพ่อค้าคนกลางที่จะรับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลไปจำหน่ายนั้น พบว่า มีการรับไปจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 46 เป็นร้อยละ 49 ของยอดจำหน่ายทั้งหมดหลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.5 โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรแชมพู มีอัตราการเพิ่มขึ้นมากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์การเกษตรมีอัตราการเพิ่มขึ้นน้อยที่สุด

สำหรับการเปรียบเทียบระหว่างการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัดกับต่างจังหวัด พบว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล มีการจำหน่ายภายในจังหวัดน้อยกว่าต่างจังหวัด แต่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย คือ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 45 เป็นร้อยละ 46 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.2 โดยมีผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรมและอาหารเท่านั้นที่มีสัดส่วนการจำหน่ายภายในจังหวัดเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 44 ร้อยละและอัตราการเพิ่มของยอดการจำหน่าย แยกตามกิจกรรม

ประเภท ผลิตภัณฑ์	เข้าร่วมกิจกรรม			จำหน่ายให้พ่อค้าคน กลาง			จำหน่ายภายในจังหวัด		
	ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม	ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม	ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม
เฉลี่ยทั้งหมด	38.0	46.0	15.8	46.0	49.0	6.5	45.0	46.0	2.2
ผลิตผล การเกษตร	46.0	52.0	13.0	52.0	52.0	0.0	49.0	49.0	0.0
อาหาร	35.0	40.0	14.3	43.0	48.0	11.6	46.0	47.0	2.2
หัตถกรรม	38.0	46.0	21.1	44.0	47.0	6.8	37.0	40.0	8.1
สมุนไพร แชมพู	28.0	28.0	0.0	32.0	39.0	21.9	77.0	77.0	0.0
อื่นๆ	29.0	30.0	3.4	49.0	54.0	10.2	55.0	52.0	-5.5

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล สามารถขยายพื้นที่การจำหน่ายเพิ่มขึ้นประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มทั้งหมด และส่วนใหญ่ขยายแหล่งจำหน่ายอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน แต่มีแนวโน้มขยายไปนอกภูมิภาคมากขึ้น ในด้านการขยายพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลพบว่า หลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มต่างๆสามารถขยายพื้นที่การจำหน่ายเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 57.6 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 โดยกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดสามอันดับแรก คือ กลุ่มอาหาร กลุ่มหัตถกรรม และกลุ่มผลิตผลการเกษตร

ตารางที่ 45 ความสามารถในการขยายพื้นที่และการจำหน่ายของกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนกลุ่มที่ขยายพื้นที่ (กลุ่ม)			จำนวนพื้นที่เฉลี่ย (แห่ง)		
	ก่อนมีโครงการ	หลังมีโครงการ	อัตราเพิ่ม	ก่อนมีโครงการ	หลังมีโครงการ	อัตราเพิ่ม
รวมทุกกลุ่ม	128.0	133.0	3.9	1.9	2.0	5.2
ผลิตผล						
การเกษตร	28.0	30.0	7.1	2.1	2.2	4.8
อาหาร	18.0	19.0	5.6	1.9	2.1	10.5
หัตถกรรม	67.0	70.0	4.5	1.9	1.9	0.0
สมุนไพร แชมพู	5.0	5.0	0.0	1.6	1.6	0.0
อื่นๆ	10.0	9.0	-10.0	0.8	0.9	12.5

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

ส่วนการขยายแหล่งหรือสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล พบว่าเพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 1.9 แห่ง ก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ปี 2544) เป็น 2.0 แห่งหลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (2545) หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตผลการเกษตร และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ขณะเดียวกันผลการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า กลุ่มที่สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีแหล่งจำหน่ายมากกว่า 5 แห่งขึ้นไป มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 36.5 เป็นร้อยละ 46.1

สำหรับลักษณะการขยายแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลฯ พบว่า กลุ่มต่างๆส่วนใหญ่ยังมีการขยายตัวอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.8 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด (ปี 2545) โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.3 ขณะที่อัตราการขยายตัวของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังนอกภูมิภาคและต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.5 และ 60.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 อัตราการเพิ่มของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	ภายในภูมิภาคเดียวกัน		นอกภูมิภาค		ต่างประเทศ	
	กลุ่ม	แห่ง	กลุ่ม	แห่ง	กลุ่ม	แห่ง
รวมทุกกลุ่ม	3.3	20.0	25.5	17.6	60.5	-23.8
ผลิตผล						
การเกษตร	3.7	22.7	28.4	15.0	51.3	-15.0
อาหาร	5.5	19.4	49.6	13.3	0.0	0.0
หัตถกรรม	6.8	23.5	16.6	11.8	72.1	-30.2
สมุนไพร แชมพู	0.0	0.0	50.0	-8.0	0.0	0.0
อื่นๆ	-20.1	0.0	50.0	30.8	0.0	0.0

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

เมื่อพิจารณาจำนวนสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลฯปรากฏว่ามีการขยายสถานที่จำหน่ายเพิ่มขึ้นทั้งภายในภูมิภาคและนอกภูมิภาค คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ 17.6 ตามลำดับ ส่วนการขยายสถานที่จำหน่ายไปต่างประเทศกลับลดลงร้อยละ 23.8 ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรม มีการขยายสถานที่จำหน่ายในภูมิภาคเพิ่มขึ้นมากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ มีการขยายสถานที่จำหน่ายนอกภูมิภาคเพิ่มขึ้นมากที่สุด สำหรับการขยายสถานที่จำหน่ายไปต่างประเทศนั้นมีเพียง 2 กลุ่มเท่านั้น คือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ผลิตผลทางการเกษตร โดยทั้งสองกลุ่มมีการลดสถานที่จำหน่ายในต่างประเทศลงไป

(3) ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลส่วนใหญ่ ยังไม่มีการใช้สัญลักษณ์/เอกลักษณ์ของท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ในด้านการใช้สัญลักษณ์/เอกลักษณ์ท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์พบว่า มีเพียงร้อยละ 39.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่านั้น โดยกลุ่มอาหารและกลุ่มสมุนไพร มีการใช้สัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลมากถึงร้อยละ 60 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด ในแต่ละกลุ่ม ขณะที่กลุ่มผลิตผลการเกษตรและกลุ่มหัตถกรรมมีการใช้สัญลักษณ์/เอกลักษณ์บนผลิตภัณฑ์เพียงร้อยละ 37.7 และ 35.1 ดังนั้นการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลจึงยังดำเนินการในขอบเขตที่ค่อนข้างจำกัด เพราะสินค้ายังขาดจุดขายที่โดดเด่น ซึ่งอาจมีผลให้ยอดขายลดลงในอนาคตเพราะทุกกลุ่มผลิตสินค้าได้เหมือนกัน

4.3 ชุมชนมีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้นจากการรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพ การมีเครือข่ายพัฒนา และการบริหารจัดการที่เป็นระบบ แต่การระดมทุนของสมาชิกยังมีน้อย

(1) สมาชิกมีจำนวนเพิ่มขึ้นหนึ่งในสี่ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด แต่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มขนาดเล็ก โดยคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องมีทั้งที่เป็นสมาชิก และไม่ได้เป็นสมาชิก แต่มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม เช่น การขายวัตถุดิบ ขายผลิตผล หรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนรับจ้างกับกลุ่ม มีจำนวนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยจาก 65 คนต่อกลุ่มก่อนมีโครงการหนึ่งตำบลเป็น 82 คนต่อกลุ่มหลังมีโครงการหนึ่งตำบล หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.5 แบ่งเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 และที่ไม่ได้เป็นสมาชิกร้อยละ 52.1 โดยกลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มมากที่สุดสองอันดับแรกคือ กลุ่มหัตถกรรม และกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า การเติบโตของสมาชิกล้นตั้งแต่ก่อตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบันนั้น ส่วนใหญ่จะมีสมาชิกเพิ่มขึ้นไม่เกิน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และจำนวนคนในหมู่บ้านที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกลุ่มส่วนใหญ่ยังไม่เกินหนึ่งในสี่ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 48.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 47 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีต่อกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่มีต่อกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (เฉลี่ยคนต่อกลุ่ม)					
	เฉลี่ย ทุกประเภท	การ เกษตร	อาหาร	หัตถกรรม	สมุนไพร เคมี	อื่นๆ
ก่อนมีโครงการ ปี (2544)						
รวม	65.2	70.6	63.6	57.0	56.4	93.9
เป็นสมาชิก	46.2	50.8	54.7	43.2	40.1	39.7
ไม่ได้เป็นสมาชิก	19.0	19.8	8.9	13.8	16.3	54.2
หลังมีโครงการ (ปี 2545)						
รวม	81.8	92.6	66.5	77.5	51.3	106.7
เป็นสมาชิก	52.9	61.6	57.6	49.8	33.3	48.5
ไม่ได้เป็นสมาชิก	28.9	31.0	8.9	27.7	18.0	58.2
อัตราเพิ่ม						
รวม	25.5	31.2	4.6	36.0	-9.0	13.6
เป็นสมาชิก	14.5	21.3	5.3	15.3	-17.0	22.2
ไม่ได้เป็นสมาชิก	52.1	56.6	15.7	100.7	10.4	7.4

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

(2) มีการขยายเครือข่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.6 ผลจากการส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลที่ผ่านมา ทำให้กลุ่มสามารถขยายเครือข่ายได้เพิ่มมากขึ้นโดยเฉลี่ยจาก 9.4 แห่ง ในช่วงก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.6 ซึ่งลักษณะการขยายเครือข่ายของกลุ่มพบว่าเป็นการขยายเครือข่ายของกลุ่มที่ประกอบอาชีพเดียวกัน การเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานพัฒนาและกลุ่มอาชีพอื่นๆ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ระหว่างร้อยละ 26.8-29.0) นอกจากนี้ยังพบว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ดีเด่นระดับชาติ สามารถขยายเครือข่ายมากกว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลระดับจังหวัดถึงร้อยละ 14.0

ตารางที่ 48 ลักษณะการเพิ่มขึ้นของเครือข่ายของกลุ่ม หลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนเครือข่ายเฉลี่ยต่อกลุ่ม			ลักษณะเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น(ร้อยละ)			หน่วยงานพัฒนา
	ก่อนมีโครงการ	หลังมีโครงการ	อัตราเพิ่ม	อาชีพเดียวกัน	อาชีพอื่นๆ	กลุ่มธุรกิจ	
รวมทุกกลุ่ม	9.4	13.3	41.6	29.0	26.8	8.7	27.3
ผลิตผลการเกษตร	8.5	12.0	40.9	35.8	30.2	5.7	32.1
อาหาร	6.2	8.7	40.2	21.2	18.2	9.1	15.2
หัตถกรรม	9.0	12.2	35.5	28.1	28.1	8.8	23.7
สมุนไพร แชมพู	13.3	16.2	21.8	30.0	20.0	10.0	50.0
อื่นๆ	17.3	29.0	67.8	28.6	28.6	14.3	42.9

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

- (4) การบริหารจัดการดีขึ้นทั้งระบบบัญชีและการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งหมู่บ้านมีส่วนช่วยให้กรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมความรู้จากหน่วยงานต่างๆ ใน ปี 2545 ถึงร้อยละ 71.9 และ 50.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 และ 7.0 ตามลำดับ และกลุ่มที่มีระบบบัญชีที่สามารถระบุข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ รายจ่าย และกำไร (ขาดทุน) ได้ถึงร้อยละ 45.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยกลุ่มสมุนไพร แชมพู เป็นกลุ่มที่มีอัตราการฝึกอบรมเพิ่มขึ้นมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 การมีระบบบัญชีและการได้รับการฝึกอบรมของกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภท ผลิตภัณฑ์	จำนวน กลุ่ม ทั้งหมด	การมี ระบบ บัญชี (ร้อยละ)	การได้รับการฝึกอบรม (ร้อยละ)					
			กรรมการ			สมาชิก		
			ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม	ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม
รวมทุกกลุ่ม	231	45.0	68.0	71.9	5.7	41.7	50.9	7.0
ผลิตผล การเกษตร	53	39.6	71.7	77.4	7.9	47.2	50.9	8.0
อาหาร	33	45.5	69.7	75.8	8.7	51.5	51.5	0.0
หัตถกรรม	114	49.1	68.4	69.3	1.3	50.9	52.6	3.4
สมุนไพร แชมพู	10	60.0	70.0	90.0	28.6	50.0	60.0	20.0
อื่นๆ	21	28.6	52.4	57.1	9.1	42.9	57.1	33.3

นอกจากนี้ ยังมีการจัดประชุมกรรมการเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.5 มีการรายงานผลดำเนินงานให้กรรมการทราบเป็นประจำเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.8 รวมทั้งมีการร่วมประชุมกลุ่มของสมาชิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 ตลอดจนกลุ่มยังมีความสามารถในการจัดหาสถานที่จำหน่ายของกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.3 และติดต่อกับพ่อค้าคนกลางรับซื้อสินค้ากับกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.9 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วย

ตารางที่ 50 ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงด้านการบริหารหลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การบริหารการจัดการ	รวม	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง
การประชุมของกรรมการกลุ่มใน 1 ปี	100.0	26.5	66.1	7.4
การรายงานผลการดำเนินงานให้กรรมการทราบ	100.0	22.8	72.2	5.0
การเข้าร่วมประชุมกลุ่มของสมาชิกใน 1 ปี	100.0	18.5	74.6	6.9
การจัดหาสถานที่จำหน่ายของกลุ่ม	100.0	21.3	72.2	16.5
การติดต่อกับพ่อค้ารับซื้อสินค้ากับกลุ่ม	100.0	60.9	29.6	9.5

ที่มา : สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

สำหรับสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น โดยมีเครื่องชี้การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ กรรมการและสมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 79 และ 75 ตามลำดับ มีการเข้าร่วมประชุมมากขึ้นร้อยละ 61 และกรรมการมีความเข้มแข็งมากขึ้นร้อยละ 77 รวมทั้งได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ของจำนวนสมาชิกตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 51 ร้อยละของการใช้เงินทุนในท้องถิ่น

ระดับการใช้เงินทุน (ร้อยละ)	สัดส่วนการใช้เงินทุน		
	ก่อนมีโครงการ	หลังมีโครงการ	อัตราเพิ่ม
1-25	40.5	34.4	-15.1
26-50	26.2	26.4	0.8
51-75	8.7	11.2	28.8
76 ขึ้นไป	24.0	28.0	16.7

ที่มา: สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

(5) การพึ่งตนเองด้านเงินทุนของสมาชิกยังมีน้อย กลุ่มต่างๆใช้เงินทุนของสมาชิกในการดำเนินงานของกลุ่มเกินร้อยละ 50 ขึ้นไปนั้น มีเพียงร้อยละ 32.7 ก่อนมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้าน และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 39.2 หลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้าน หรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9 อย่างไรก็ตาม การมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้านทำให้กลุ่มต่างๆได้รับเงินสนับสนุนเงินทุนดำเนินงานจากภาครัฐและอื่นๆเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 44.2 หลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้าน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับทุนสนับสนุนเพิ่มขึ้นมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์การเกษตร และผลิตภัณฑ์อาหาร ตามลำดับ (ร้อยละ 42.7-48.2)

4.4 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้าน สามารถสร้างรายได้หลักให้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้นประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มทั้งหมด และมีการขยายเวลาการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7

(1) สมาชิกมีรายได้หลังจากการผลิตเพิ่มขึ้นเกือบครึ่งหนึ่ง ผลจากการที่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้านเพิ่มยอดการจำหน่ายได้มากขึ้น ทำให้สมาชิกร้อยละ 87.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังมีผลทำให้จำนวนสมาชิกที่มีรายได้หลักจากการจำหน่ายวัตถุดิบหรือผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยกลุ่มผู้ผลิตอื่นๆและกลุ่มหัตถกรรม มีสมาชิกที่มีรายได้หลักจากการทำธุรกรรมกับกลุ่มเพิ่มขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 และ 54.0 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตมีสมาชิกที่ทำเป็นรายได้หลักเฉลี่ยต่อกลุ่มเพิ่มขึ้น

จากร้อยละ 64 ก่อนมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นร้อยละ 65 หลังมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 โดยกลุ่มอาหารเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนสมาชิกประกอบเป็นอาชีพหลักและมีอัตราเพิ่มขึ้นมากกว่าทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ ผลการศึกษาในรายงานการประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ 2544 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยังพบว่ากลุ่มมีรายได้จากการผลิตเพิ่มขึ้นปีละ 208,456 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 และสมาชิกของกลุ่มมีรายได้จากการผลิตเพิ่มขึ้น 7,277 บาท ต่อปี ซึ่งมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับรายงานผลการสำรวจเบื้องต้น การดำเนินงานโครงการตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่พบว่า รายได้ของครัวเรือนก่อนเข้าร่วมโครงการเฉลี่ยปีละ 213,420 บาท โดยส่วนใหญ่มาจากรายได้หลักประมาณร้อยละ 76.8 แต่หลังจากเข้าร่วมโครงการแล้วมีรายได้โดยเฉลี่ยเป็น 244,452 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ดำเนินโครงการขบรลตามาวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้สมาชิกผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งอาชีพหลัก ซึ่งจะช่วยให้การประกอบอาชีพมีความยั่งยืนมากกว่าการประกอบการผลิตเป็นอาชีพเสริม

ตารางที่ 52 ร้อยละของสมาชิกที่มีรายได้หลักของกลุ่มหลังเข้าร่วมโครงการ

ประเภท ผลิตภัณฑ์	การเปลี่ยนแปลง สมาชิก				สัดส่วนของสมาชิกที่มีรายได้ หลัก		
	ที่มีรายได้หลักของกลุ่ม (ร้อยละ)				ต่อจำนวนสมาชิกทั้งหมด		
	กลุ่ม	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	ลดลง	ก่อนมี โครงการ	หลังมี โครงการ	อัตรา เพิ่ม
รวมทุกกลุ่ม	150	42.7	54.6	2.7	64.0	65.0	1.7
ผลิตผล การเกษตร	35	28.6	68.5	2.9	81.0	79.0	-2.5
อาหาร	21	23.8	71.4	4.8	31.0	31.0	0.0
หัตถกรรม	76	54.0	43.4	2.6	66.0	68.0	3.0
สมุนไพร							
แชมพู	15	0.0	100.0	0.0	80.0	73.0	-8.8
อื่นๆ	13	61.5	38.5	0.0	67.0	67.0	0.0

(2)สมาชิกมีงานทำเพิ่มขึ้นเป็น 8.9 เดือนต่อปี นอกจากนี้ ผลจากการที่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลฯ มียอดการจำหน่ายมากขึ้นยังทำให้สมาชิกร้อยละ 85.9 มีงานทำเพิ่มขึ้นและคนในครัวเรือนของสมาชิกร้อยละ 68.0 มีงานทำเพิ่มขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งกลุ่มมีการใช้เวลาการผลิตโดยเฉลี่ยต่อกลุ่มเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย คือ จากเฉลี่ย 8.5 เดือน เป็น 8.9 เดือน หรือเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.7 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด และการผลิตของกลุ่มส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 9-12 เดือน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71.7 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมดในปี 2545 โดยกลุ่มนี้มีอัตราการเพิ่มร้อยละ 2.4 ส่วนกลุ่มที่ใช้เวลาการผลิตระหว่าง 1-4 เดือนนั้น ได้มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงร้อยละ 9.5

ตารางที่ 53 ระยะเวลาดำเนินการผลิตเฉลี่ยก่อนและหลังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ระยะเวลาการผลิต (เดือน)	ก่อนมี โครงการ		หลังมีโครงการ		อัตราเพิ่ม	
	จำนวน กลุ่ม	เฉลี่ย เดือน/ ร้อยละ	จำนวน กลุ่ม	เฉลี่ย เดือน/ ร้อยละ	จำนวน กลุ่ม	เฉลี่ย เดือน/ ร้อยละ
รวมทั้งหมด	100.0	8.5	100.0	8.9	-	4.7
1-4	16.8	3.0	15.2	3.1	-9.5	3.3
5-8	13.2	6.2	13.1	6.6	-0.8	6.5
9-12	70.0	11.5	71.7	11.5	2.4	0.0

4.5 ความเอื้ออาทรของสมาชิกในชุมชนมีมากขึ้นในขณะที่ปัญหาความยากจน และปัญหาเสพติดลดลง ผลจากการสอบถามความเห็นจากกลุ่มกรรมการและสมาชิกเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของชุมชนหลังจากรัฐบาลดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าความเอื้ออาทรสามัคคีกันของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นระหว่าง 76.7-78.8 ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจเบื้องต้น การดำเนินโครงการตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ที่พบว่า ความเกื้อกูลต่อผู้ด้อยโอกาสในหมู่บ้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.7 และ ร้อยละ 71-76 ระบุว่าโครงการฯ มีผลช่วยให้ความยากจนในชุมชนลดลง และร้อยละ 60 เห็นว่าการอพยพของแรงงานไปทำงานทำนอกหมู่บ้านลดลง รวมทั้งช่วยให้ประชาชนที่ออกไปทำงานนอกหมู่บ้าน เดินทางกลับมา

ทำงานในหมู่บ้าน นอกจากนี้กรรมการ ร้อยละ 86 มีความเห็นว่าโครงการช่วยเหลือปัญหาอาชีพติดในชุมชน ตลอดจนคนในหมู่บ้านมีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพเสริม มีความรู้จากสื่อของโครงการ และสามารถในการหาตลาดด้วยตนเอง โดยกรรมการให้ความเห็นร้อยละ 87.3, 85.2 และ 77.8 ตามลำดับ ดังนั้นการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นอกจากจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าแล้ว ยังช่วยบรรเทาปัญหาสังคมในปัจจุบันอีกด้วย

5. ข้อพิจารณาและความเห็น

5.1 ภาครัฐยังให้การส่งเสริมสนับสนุนไม่ทั่วถึง การบูรณาการแผนดำเนินงาน และการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร

(1) การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่ทั่วถึง การดำเนินงานที่ผ่านมาการส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐมักมุ่งไปอยู่ที่กลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ดีเด่นระดับชาติเป็นหลัก ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ทั่วไปซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม การพัฒนาสินค้า การส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาคุณภาพสินค้าเท่าที่ควร

(2) การบูรณาการแผนดำเนินงานของส่วนราชการยังไม่มีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะมีการกำหนดบทบาทภารกิจของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องชัดเจน แต่พบว่ายังดำเนินงานเฉพาะกับกลุ่มที่ตนเองรับผิดชอบและให้ความช่วยเหลือแตกต่างกัน การบูรณาการในการทำงานระหว่างหน่วยงานในพื้นที่และระหว่างจากส่วนกลางยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้กรรมการกลุ่มเกิดความสับสนและการช่วยเหลือในระดับพื้นที่ไม่มีประสิทธิภาพ

(3) ความไม่ชัดเจนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลและเจ้าหน้าที่ระดับตำบล ได้สะท้อนปัญหาการดำเนินงานของทั้ง นตผ. ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด เกี่ยวกับวิธีการและกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด มีความไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

5.2 การดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลยังต้องการความสนับสนุนด้านการตลาด เงินทุน ความรู้ และการยอมรับการดำเนินธุรกิจและสร้างเครือข่ายชุมชนได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

(1) ด้านการตลาด แม้ว่าการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล จะทำการส่งเสริมการตลาดและจัดหาช่องทางหรือแหล่งจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามที่กล่าวมาข้างต้น แต่แหล่งจำหน่ายยังไม่กว้างเท่าที่ควรเพราะตลาดส่วนใหญ่ ยังอยู่ในภูมิภาคและการรับคำสั่งซื้อเป็นประจำและต่อเนื่องยังมีสัดส่วนน้อย

(2) ด้านเงินทุน กลุ่มฯ ที่ต้องการขยายกิจการ แต่ไม่สามารถระดมเงินทุนจากสมาชิกได้อย่างพอเพียงและประสบปัญหาการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกประกอบเป็นอาชีพเสริม และมีอายุการก่อตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี

(3) ด้านความรู้ กลุ่มฯ ต่างๆส่วนมากจะประสบกับปัญหาด้านความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งด้านรูปแบบ คุณภาพ และการบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งยังขาดความรู้ในการจัดการและการบริหารงาน การวางแผนดำเนินงานและการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทั้งนี้เนื่องจาก คณะกรรมการของกลุ่มฯส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ มีการศึกษาต่ำ และไม่ได้ทำงานแล้ว

(4) การดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหรือชุมชนที่ผ่านมายังขาดการยอมรับการดำเนินธุรกิจและการสร้างเครือข่ายชุมชนได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย อันเป็นข้อจำกัดที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้“ชุมชน” ขาดการวิเคราะห์และการเรียนรู้การบริหารจัดการทางธุรกิจ หรือ การรวมกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องและจริงจัง อันส่งผลให้ชุมชนเกิดการสูญเสียความเชื่อมั่นในการ “พึ่งตนเอง” และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งลดน้อยลงหรืออ่อนแอไปในที่สุด

6.สรุปและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2544-2545) ได้ช่วยสนับสนุนและกระตุ้นการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่นจนเกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นอย่างหลากหลาย มีการพัฒนาคุณภาพและการบรรจุภัณฑ์ที่ดีขึ้น และช่วยเหลือให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล อย่างแพร่หลายทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้มียอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่กลุ่มและชุมชน ช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารของกลุ่มและการขยายเครือข่าย ซึ่งทำให้สมาชิกมีรายได้และงานทำเพิ่มขึ้น ตลอดจนคนในหมู่บ้านมีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพเสริม มีรายได้จากโครงการหนึ่งตำบล รวมทั้งทำให้เกิดความเอื้ออาทร / สามัคคีกันมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จโดยรวมดังกล่าว ยังไม่สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มต่างๆให้เป็นนิสหกิจที่สมาชิกในชุมชนยึดเป็นอาชีพหลัก และดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน ตามปรัชญาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังมีขนาดเล็ก มีทักษะเกี่ยวกับการดำเนินการผลิต การตลาด ความรู้ และมีเงินทุนหมุนเวียนจำกัด ส่วนกลุ่มที่เริ่มมีความเข้มแข็งสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับประเทศก็ยังมีสัดส่วนน้อย มีปัญหาด้านการผลิต ความรู้ และการตลาด เช่นเดียวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ รวมทั้งยังขาดการยอมรับการดำเนินธุรกิจชุมชน และการสร้างเครือข่ายที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ การดำเนินงานของภาครัฐที่ผ่านมายังมีปัญหา / อุปสรรค ในเรื่องการส่งเสริมสนับสนุนที่ยังไม่ทั่วถึง การบูรณาการแผนการดำเนินงานยังไม่มีประสิทธิภาพ และการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ยังไม่มี ความชัดเจนเท่าที่ควร

ดังนั้นเพื่อให้การเพิ่มศักยภาพและความสามารถทางด้านการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ (value added) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด และ

กลุ่ม/ชุมชนสามารถขยายการผลิตด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืน จึงเห็นควรให้มีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

6.1 แนวทางการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับความรู้และเทคโนโลยีเพื่อการต่อยอดจากฐานการผลิตของชุมชน โดย

(1) เสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของกลุ่ม/ ชุมชน ในกระบวนการผลิตและบริหารจัดการ โดยเน้นการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะ อย่างเป็นขั้นตอนตามระดับความรู้ ความสามารถของแต่ละชุมชน

(2) ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่น ทั้งด้านการใช้ภูมิปัญญา วัตถุดิบ ฝีมือ แรงงาน รวมทั้งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น และมีศักยภาพด้านการตลาด เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน ผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นที่ต้องการของลูกค้าไปพร้อมกัน

(3) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นบัญชีและมีศักยภาพการตลาดมาพัฒนาให้มีความสวยงาม คงทน ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

(4) สร้างแรงจูงใจ กระตุ้น ยกย่องและให้รางวัล เพื่อให้เกิดการแข่งขัน พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

6.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดย

(1) จัดทำแผนพัฒนาการตลาด ที่ครอบคลุมทั้งตลาดในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศการส่งออก

(2) ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างกลไก การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ กลุ่มผลิตภัณฑ์ ภาคธุรกิจเอกชนและนักวิชาการเพื่อร่วมกันส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และการบริหารจัดการด้านการตลาด รวมทั้งการจัดทำระบบข้อมูลข่าวสารการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

(3) ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของผู้บริโภค โดยการเร่งรัดให้มีการจัดทำมาตรฐานเปรียบเทียบ (Bench marking) ของสินค้าและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชน

6.3 แนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีแนวทางดำเนินงาน คือ

(1) เร่งรัดการออก พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายให้สามารถทำเป็นธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งมีหน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนอย่างเป็นระบบ

(2) ส่งเสริม สนับสนุนการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ทั้งในเรื่อง การผลิต การบริหารจัดการ การรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่ายชุมชน

6.4 แนวทางการปรับปรุงระบบการทำงานของรัฐบาล โดยจัดให้มีการประสานงานอย่างใกล้ชิด เพื่อลดความซ้ำซ้อนทั้งในแง่บทบาทและพื้นที่ดำเนินการ ลดขั้นตอนการบังคับบัญชาให้มีความคล่องตัว มีความโปร่งใส รวมทั้งสนับสนุนให้มีหน่วยงานให้บริการครบทุกขั้นตอน (one stop service)

4.9.2 “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรจิต สมบัติพานิช กองส่งเสริมการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2547

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้ผลิต ทางด้าน
 1. ผลตอบแทนที่ผู้ผลิตได้รับ
 2. ปัญหาในเชิงการผลิต และการตลาด
 3. ความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้จำหน่าย ทางด้าน
 1. ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด
 2. ผลตอบแทนที่ผู้จำหน่ายได้รับ ในแง่การลงทุน
 3. การมีส่วนร่วมของผู้จำหน่ายในการช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์
 4. ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายที่มีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้บริโภค ทางด้าน
 1. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์
 2. การรับรู้และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
 3. การมีส่วนร่วมในการช่วยสนับสนุนโครงการ
 4. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- เพื่อต้องการศึกษาวิจัยสังคมโดยรวม ทางด้าน
 1. จำนวนแรงงานอพยพในปี พ.ศ. 2543-2545
 2. รายได้ของประชาชนในท้องถิ่นในปี พ.ศ. 2543-2545

ระเบียบวิธีวิจัย

- วิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในกลุ่ม
 1. ผู้ผลิต
 2. ผู้แทนจำหน่าย
- วิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ ใช้ในการสำรวจเอกสาร

1. จำนวนแรงงานอพยพ
2. รายได้ประชาชนท้องถิ่น

- วิจัยในเชิงปริมาณ ใช้ในการสำรวจเชิงวิเคราะห์ ในกลุ่มผู้บริโภค

ทั้งนี้เพื่อให้การวิจัยอยู่ในกรอบของการวิจัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอที่จะเน้นผลการวิจัยในส่วนที่สำคัญ และเกี่ยวเนื่องกับการวิจัยในครั้งนี้อย่างนั้น

ผลการวิจัย

ผู้ผลิต

- ปัญหาการผลิตและการตลาด
 - ปัญหาทางด้านวัตถุดิบ
 1. ราคาวัตถุดิบสูง
 2. วัตถุดิบไม่เพียงพอ ต้องจัดหาวัตถุดิบนอกท้องถิ่น

- ปัญหาทางการผลิต
 - ไม่มีเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อการผลิต
 - ไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี
 - ไม่มีจำนวนสั่งซื้อต่อเนื่อง ทำให้ขาดรายได้

- ปัญหาทางการจำหน่าย
 - ช่องทางจัดจำหน่ายมีน้อย ส่วนใหญ่ต้องจัดขายด้วยตนเอง

- ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์
 - บรรจุภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ไม่ทันสมัย
 - ไม่มีการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์

ผลตอบแทนที่ผู้ผลิตได้รับ	พ.ศ. 2543-2544	พ.ศ. 2544-2545
- ภาคเหนือ	+20%	+30 40%
- ภาคกลาง	+ 25%	+30 -40%
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	+10 – 20%	+30 - 40%
- ภาคใต้	+10 - 50%	+10-50%

- ความคิดเห็นต่อโครงการ

- สร้างรายได้
 - ทำให้เกิดความสามัคคี มีการรวมตัว
 - ช่วยพัฒนาท้องถิ่น
 - รณรงค์ให้ใช้ของไทย
 - ทำให้การใช้ทรัพยากรได้อย่างมีคุณค่า
- ผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - เงินทุนเพื่อการผลิต
 - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎภัณฑ์
 - ช่วยจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย
 - ช่วยจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์
 - จัดทำสัญลักษณ์ของโครงการและการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์
 - สนับสนุนความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและภาษาอังกฤษ
 - ให้ความช่วยเหลือด้านลิขสิทธิ์

ผู้จำหน่าย

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิต
 - ต้องการตลาดต่างประเทศเพิ่ม
 - ไม่มีเทคโนโลยีในการผลิต
 - ไม่มีการประกันคุณภาพการผลิต
 - การตั้งราคาขายปลีกที่สูงมาก ทำให้ได้กำไรน้อย ขายได้ยาก
 - ระบบการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน
 - วัตถุดิบที่ใช้ไม่ได้มาตรฐาน คุณภาพไม่ดี
- ผลตอบแทนที่ผู้จำหน่ายได้รับ

	<u>พ.ศ. 2543-2544</u>	<u>พ.ศ. 2544-2545</u>
- ภาคเหนือ	+10%	+10 - 30%
- ภาคกลาง	+ 10-30%	+20 - 40%
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ไม่เปลี่ยนแปลง	+40 - 50%
- ภาคใต้	ไม่เปลี่ยนแปลง	+60 - 80%
- ผู้จำหน่ายต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - ดึงสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่าง
 - โฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการให้แพร่หลาย มีการจัดงานออกร้านเพิ่มขึ้น

- สนับสนุนเงินทุนในการประกอบการ
- ปรับปรุงและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์
- การประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- จัดหาตลาดภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น
- สนับสนุนด้านความรู้ทางเทคโนโลยีและเครื่องมือในการผลิต

ผู้บริโภครวม

สังคมโดยรวม

■ แร่งงานอพยพ	พ.ศ. 2543-2544	พ.ศ. 2544-2545
- ภาคเหนือ	+15.8%	-40.4%
- ภาคกลาง	+ 21.1%	-18.8%
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	+9.6%	-24.6%
- ภาคใต้	+14.1%	-19.1%
■ รายได้ประชากรต่อคน	พ.ศ. 2543-2544	พ.ศ. 2544-2545
- ภาคเหนือ	+5.99%	+4.01%
- ภาคกลาง	+ 1.51%	+7.71%
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-6.98%	+14.00%
- ภาคใต้	-0.07%	+15.82%

บทวิเคราะห์

ผลการดำเนินการของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถสนองตอบนโยบายของรัฐบาลได้อย่างดี รายได้จากการผลิตสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่บุคคลเพิ่มขึ้น เพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ทำให้มีแรงงานอพยพลดลง

- ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์
 - ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน
 - ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นสากล
 - ไม่มีสัญลักษณ์ติดผลิตภัณฑ์
- ปัญหาทางด้านระบบจำหน่าย

- ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย
- การจัดงานเป็นการผสมของผลิตภัณฑ์
- มีความลำบากในการเดินทางไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ปัญหาทางด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- มีการประชาสัมพันธ์น้อย
- ปัญหาทางด้านการผลิต
- ไม่มีเงินทุนในการประกอบการ
- ปัญหาทางด้านผู้บริโภค
- ผู้บริโภคจะเกิดความคิดเห็นในเชิงบวก หรือ เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ได้ หากมีพฤติกรรมที่ดี
- ปัญหาทางด้านพฤติกรรมที่ดีในอัตราต่ำ เพราะ
 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มีน้อย
 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เพียงพอ
 3. ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก
 4. คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ได้คุณภาพ
 5. ลักษณะการทำวิจัย

4.9.3 รายงานการวิจัยเรื่อง “การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยบริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

รายงานการวิจัย เรื่อง การประเมินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” “ The evaluation on “ One Tambon One Product “ โดย บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2546

วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง” การประเมินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” “ เป็นการวัดผลสำเร็จของโครงการในปี พ.ศ. 2544-2545 เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่ทางรัฐบาลได้กำหนดไว้ ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้นำเอาแนวคิดในการบริหารการจัดการในยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อการสร้างความเป็นหนึ่งทางด้านการแข่งขัน ที่เรียกว่า

The Balanced Scorecard (BSC) มาเพื่อเป็นแนวทางในการประเมินในการบริหารการจัดการโครงการ ซึ่งทำให้วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยกำหนดในประเด็น ดังนี้คือ

1. เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้ผลิต ทางด้าน
 - 1.1 ปัญหาในเชิงการผลิตและการตลาดที่ผู้ผลิตต้องเผชิญ
 - 1.2 ผลตอบแทนที่ผู้ผลิตที่ได้รับจากโครงการในแง่ทางด้านการลงทุน
 - 1.3 ความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อโครงการ “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ “
2. เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้จำหน่าย ทางด้าน
 - 2.1 ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด
 - 2.2 ผลตอบแทนที่ผู้จำหน่ายที่ได้รับจากโครงการในแง่ด้านการลงทุน
 - 2.3 การมีส่วนร่วมของผู้จำหน่ายในการช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์
 - 2.4 ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายที่มีต่อโครงการ “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
3. เพื่อต้องการศึกษาวิจัยผู้บริโภคทางด้าน
 - 3.1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพและราคา และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท
 - 3.2 การรับรู้และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
 - 3.3 การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการช่วยสนับสนุนความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ “
 - 3.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
4. เพื่อต้องการศึกษาวิจัยสังคมโดยรวม ทางด้าน
 - 4.1 จำนวนแรงงานผู้อพยพจากชนบทเข้าสู่เมือง
 - 4.2 รายได้ของประชากรในท้องถิ่นในปี พ.ศ. 2543-2545

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การประเมินโครงการ “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และปริมาณ ที่ใช้การสัมภาษณ์ การสำรวจเอกสาร และการสำรวจพฤติกรรม ซึ่งมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา รูปแบบการวิจัยจะเป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้การสัมภาษณ์ (Interview) ตามแบบสอบถามใน
 - 1.1 กลุ่มผู้ผลิต
 - 1.2 กลุ่มผู้จำหน่าย
2. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้การสำรวจ(Survey method) แบบวิธีการสำรวจเชิงวิเคราะห์ (Analysis survey method) ในการออกแบบการวิจัยที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเดียว แบบเก็บข้อมูลครั้งเดียว (One group pretest-posttest design) เพื่อสอบถามกลุ่มผู้บริโภค
3. การสำรวจเอกสาร (Literature review) เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ
 - 3.1 จำนวนแรงงานอพยพจากชนบทเข้าเมือง
 - 3.2 รายได้ของประชาชนท้องถิ่น

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำวิธีการวิจัยทางด้านคุณภาพและปริมาณมาใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการศึกษา คือได้นำการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามใช้เพื่อสอบถามกลุ่มผู้ผลิตและผู้จำหน่าย การสำรวจแบบวิธีการสำรวจเชิงวิเคราะห์ที่ใช้แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค และการสำรวจเอกสารเพื่อค้นหาข้อมูลเชิงกลุ่มสังคมโดยรวม

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในเชิงคุณภาพและปริมาณ ผู้วิจัยได้นำมาสรุปโดยใช้วิธีการทางด้านสถิติ คือ สถิติในเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) และสถิติในเชิงวิเคราะห์ (Inferential Statistics) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางและรายละเอียดของข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

1. ผู้ผลิต

ผู้วิจัยได้สุ่มเลือกกลุ่มผู้ผลิตที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงที่อยู่ในโครงการตามจังหวัดที่ได้สุ่มเลือกในแต่ละเขตภาคที่แบ่งเป็น 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสุ่มเลือกผู้ผลิตจำนวนภาคละ 10 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร ทางด้านสิ่งทอ ทางด้านศิลปหัตถกรรม และทางด้านสมุนไพร ทั้งนี้จะสุ่มเลือกผู้ผลิตจากจังหวัดในเขตภาคแต่ละภาค ๆ ละ 5-7 จังหวัด

ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ผลิตที่สุ่มเลือกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีอายุระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีระดับการศึกษาระหว่าง ป.4-7 คิดเป็นร้อยละ 42.5 กลุ่มผู้ผลิตเหล่านี้จะผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร คิดเป็นร้อยละ 30.0 และศิลปหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 27.5 ผู้ผลิตมีระดับรายได้น้อยกว่า 5000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.5

1.1 ปัญหการผลิตและการตลาด

กลุ่มผู้ผลิตมีความคิดเห็นทางด้านปัญหการผลิตและการตลาด คือ

1. ปัญหาเรื่องวัตถุดิบ

- ผู้ผลิตมีความเห็นว่าปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่ผู้ผลิตเผชิญ คือวัตถุดิบที่มีอยู่ในจังหวัดไม่เพียงพอ จำเป็นต้องสั่งซื้อจากจังหวัดใกล้เคียงหรือประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น การจัดซื้อยุ่งยาก และราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงประจำ

2. ปัญหาเรื่องระบบการผลิต

- ผู้ผลิตมีความเห็นว่า ระบบการผลิตไม่ทันสมัย ไม่เหมาะสม ขาดแคลนเทคโนโลยี ขาดความรู้ในเชิงการผลิตที่ดี ลักษณะการผลิตใช้วิธีการดั้งเดิม ผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือทางด้านเครื่องจักร การอบรมทางด้านฝีมือ การผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

3. ปัญหาเรื่องระบบการจำหน่าย

- ผู้ผลิตมีความเห็นว่า สถานที่จัดจำหน่ายไม่เพียงพอ แคบและแออัด การคมนาคมไม่สะดวก หรือต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปออกร้านสูงเนื่องจากระยะทางไกล

4. ปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์

- ผู้ผลิตมีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของตนเองนั้นระบบการผลิตไม่ทันสมัย รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือที่มีอยู่ยังไม่เหมาะสม ไม่ทันสมัย ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ไม่มี และคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน ส่วนราคาขายผลิตภัณฑ์นั้น เนื่องจากมีคู่แข่งมากทำให้มีการขายตัดราคากัน อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบทำให้กำไรของผู้ผลิตผันแปรไปด้วย ผู้ผลิตแนะนำว่าหากรัฐบาลกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ราคาของผลิตภัณฑ์ขายในราคาที่เท่ากันได้

1.2 ผลตอบแทนที่ผู้ผลิตได้รับจากโครงการในแง่ทางการลงทุน

ในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2545 ราคาวัตถุดิบและรายได้เปลี่ยนแปลงมากที่สุดใภาคใต้ โดยราคาวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 7-100 ในปีพ.ศ. 2543-2544 และรายได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-50 ส่วนในปีพ.ศ. 2544-2545 ราคาวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-100 ในขณะที่รายได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-50 และเห็นได้ว่ารายได้ของผู้ผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2544-2545

นอกจากนี้ผู้ผลิตคาดหวังว่าในปี พ.ศ. 2546 รายได้จะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอีก เพราะผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีคุณภาพที่ดีขึ้น และสามารถส่งออกได้ ซึ่งผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนทางการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และจัดหาช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น

ผู้ผลิตยอมรับว่าระบบการจัดสรรรายได้ที่เป็นอยู่เป็นระบบที่ดี มีความยุติธรรมที่รายได้จะจัดสรรให้แก่ผู้ผลิต ส่วนหนึ่งประมาณร้อยละ 70-80 และอีกส่วนหนึ่งทางกลุ่มจะหักเก็บไว้ประมาณร้อยละ 20-30

สำหรับแรงงานที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานท้องถิ่นที่มีความชำนาญ และอยู่เป็นเวลานาน กลุ่มผู้ผลิตจะมีการย้ายงานบ้าง เมื่อเกิดเมื่อแต่ส่วนใหญ่ในภาคเหนือ ผู้ผลิตจะกลับไปหางานเดิมทำอีก แต่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากรายได้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไม่มากนักผู้ผลิตกลุ่มนี้มักจะย้ายงานไปทำงานที่อื่น เช่น กรุงเทพฯ

1.3 ความคิดเห็นของผู้ผลิตเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ผู้ผลิตมีความเห็นว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพราะมีเอกลักษณ์เฉพาะไม่ซ้ำแบบกัน ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ แสดงให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาไทย

ผู้ผลิตมีความเห็นว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ในขณะนี้ รัฐบาลควรทำให้ต่อเนื่อง และผ่านสื่อให้หลากหลายมากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ โบรชัวร์ แผ่นพับ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการโดยรวมนั้น ผู้ผลิตมีความเห็นว่าเป็นโครงการที่ดี พัฒนาท้องถิ่น ทำให้คนภายในท้องถิ่นรวมตัวกัน มีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการรณรงค์ให้ผู้บริโภคหันมาใช้ของไทย และผู้ผลิตต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือ เช่น

- ขอให้ส่งผู้เชี่ยวชาญที่จะเข้ามาช่วยเหลือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อพัฒนาในการส่งออกต่อไป
- ช่วยเหลือเงินทุนสนับสนุนเพื่อการผลิต
- สร้างตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์
- ช่วยเหลือทางด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดการซื้อเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ผู้จำหน่าย

ผู้วิจัยได้สุ่มเลือกผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงที่อยู่ในโครงการ ตามจังหวัดที่ได้สุ่มเลือกในแต่ละเขตภาคจำนวน ภาคละ 20 คน รวม 80 คน ผลจากการศึกษาพบว่าผู้จำหน่ายที่สุ่มเลือกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.75 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.25 ผู้จำหน่ายมีอายุระหว่าง 40-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีระดับการศึกษา ม.4-6 คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีระดับรายได้ ระหว่าง 5,000-11,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.0 นอกจากนี้ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นตัวแทนจากแหล่งผลิต

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด

1. ระบบการจำหน่าย

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตที่นำผลิตภัณฑ์จากกลุ่มออกขายโดยตรงตามร้านหรือสถานที่ออกงานที่ทางรัฐบาลจัดขึ้น หรือส่งขายต่อโดยมีผู้จำหน่ายจากที่ต่างๆ เช่น กรุงเทพฯ มาซื้อต่อไปขาย นอกจากนี้จะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซื้อบ้าง หรือตัวแทนจำหน่ายที่เดินมาซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อส่งออกไปขายต่างประเทศ ซึ่งการส่งออกเป็นฐานที่สำคัญเพราะจำนวนการสั่งซื้อที่กำหนดล่วงหน้าและต่อเนื่อง ที่ผ่านมาขายได้ดีกว่าขายภายในประเทศ และไม่เคยประสบปัญหาทางด้านการเงินมาก่อน จึงต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือและสนับสนุน และผู้จำหน่ายต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้นด้วย

2. ระบบการผลิต

ผู้จำหน่ายมีความเห็นว่าระบบการผลิตในปัจจุบันเป็นการประกันคุณภาพจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยตรงที่ตรวจสอบกันเองแต่ไม่มีหน่วยงานรัฐบาลเกี่ยวข้อง แต่ผู้จำหน่ายมีความเห็นว่าควรปรับปรุงเรื่องการออกแบบ และผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และทันสมัยยิ่งขึ้น

3. ราคาผลิตภัณฑ์

ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์นั้น ผู้จำหน่ายจะพิจารณาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของวัตถุดิบ ราคาต้นทุน ราคาค่าแรงงาน คู่แข่งขัน และความต้องการของผู้บริโภค โดยราคาที่กำหนดขึ้นจะให้มีการต่อรองกันได้ แต่ราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงมีผลกระทบต่อราคาผลิตภัณฑ์อย่างมาก ทำให้ส่วนกำไรของผู้จำหน่ายลดลง ซึ่งผู้จำหน่ายจะประสบปัญหาการตัดราคาของคู่แข่งและในบางครั้งทำให้เงินที่ได้รับไม่คุ้มค่ากับเวลาที่ทำผลิตภัณฑ์

2.2 ผลตอบแทนที่ผู้จำหน่ายได้รับ

รายได้ของผู้จำหน่ายในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2544 ยังเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก กลุ่มที่เปลี่ยนแปลงคือผู้จำหน่ายภาคเหนือมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และผู้จำหน่ายภาคกลางมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-30 ส่วนผู้จำหน่ายในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่เปลี่ยนแปลง แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงชัดเจนในปี พ.ศ. 2544-2545 ที่รายได้เพิ่มขึ้นและชัดเจนในผู้จำหน่ายภาคใต้มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 60-80 ส่วนผู้จำหน่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 40-50 ในขณะที่ผู้จำหน่ายภาคเหนือและภาคกลางรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-40

ผู้จำหน่ายมีความเห็นว่าระบบการแบ่งปันรายได้ ให้สมาชิกในกลุ่มประมาณร้อยละ 70-80 นั้นเป็นระบบที่ดี

2.3 การมีส่วนร่วมของผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่ายจะมีส่วนร่วมในการผลิต เช่น การกำหนดโควตาในการผลิตของผู้ผลิต การแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือสาริตผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้เร็วขึ้น ซึ่งผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นว่าหากมีโบรชัวร์ช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์จะช่วยให้การขายมากยิ่งขึ้น

2.4 ความคิดเห็นต่อโครงการ

ผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นว่าคุณบริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพราะคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาไทย คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาวัฒนธรรมของชาติ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่ซ้ำแบบ

ผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นทางด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ว่าหน่วยงานรัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือ ในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้หลากหลายขึ้น และควรมีฐานข้อมูลเพื่อเก็บรายละเอียดของผู้บริโภค

นอกจากนี้ผู้จำหน่ายมีความคิดเห็นว่าการเป็นโครงการที่ช่วยสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีงานทำ สร้างรายได้เพิ่มขึ้น สร้างความสามัคคีในชุมชน ทำให้ไม่มีการอพยพแรงงาน สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ท้องถิ่น และเป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นเงิน

3. ผู้บริโภค

3.1 พฤติกรรมการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเคยรู้จักผลิตภัณฑ์ในโครงการและเคยใช้ผลิตภัณฑ์มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 64.1 ส่วนที่เคยรู้จักแต่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 32.2 และไม่รู้จักไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.7

3.2 การพิสูจน์สมมติฐาน

ในการพิสูจน์สมมติฐานในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน คือ

- คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์เปลี่ยนแปลงของความคิดเห็นในผลิตภัณฑ์
- คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นในผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

3.3 การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

3.4 ความคิดเห็นต่อโครงการ

ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นต่อโครงการดังนี้ ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นว่าโครงการดี คิดเป็นร้อยละ 63.8 โดยผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นว่าโครงการดีเพราะเป็นโครงการที่เพิ่มรายได้แก่ชุมชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0

ในขณะที่เดียวกันในส่วนที่ต้องการให้โครงการปรับปรุงจะเป็นเรื่องของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางด้านคุณภาพให้ได้มาตรฐานและมีการรองรับจากหน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 10.3 เรื่องการประชาสัมพันธ์ให้โครงการแพร่หลายให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 8.4 และนอกจากนี้ควรปรับปรุงทางด้านระบบการผลิตและการจำหน่ายให้ดียิ่งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 4.4

4. สังคมโดยรวม

4.1 แรงงานอพยพ

การอพยพของแรงงานในภาคที่สุ่มเลือกศึกษา สรุปลำดับนี้ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2544 จำนวนแรงงานอพยพเพิ่มขึ้นมากที่สุดในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.1 ส่วนระหว่างปี พ.ศ. 2544-2545 จำนวนแรงงานอพยพจะลดลงมากที่สุดในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 40.4 แต่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแรงงานอพยพยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 24.6 เนื่องจากแรงงานอพยพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมหางานทำนอกพื้นที่

4.2 รายได้ของประชากรต่อคน

รายได้ของประชากรต่อคนในภาคที่สุ่มการศึกษา สรุปลำดับนี้ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2544 รายได้ประชากรต่อคนเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้ของประชากรต่อคนเพิ่มมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.98 ส่วนในปี พ.ศ. 2544-2545 รายได้ประชากรต่อคนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยภาคใต้เพิ่มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 15.82

4.9.4 การสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและหัวหน้ากลุ่มของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและหัวหน้ากลุ่มของ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อันประกอบไปด้วย

- กลุ่มลานค้าชุมชนบ้านกล้วย: หมู่ 5 ต.บ้านกล้วย อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี 15110

- กลุ่มศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่ : 36 ถ. อินทอาษา ซ. 1 ต. พันธ์นิคม อ. พันธ์นิคม จ.ชลบุรี 20140
- กลุ่มอาชีพสตรีจักสานปานศรนารายณ์ : 25 ม.8 บ้านหุบกระพง ต.เขาใหญ่ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี 76120
- กลุ่มอนุโรจน์ แชนด์เพ้นท์ : 16/1 ม.8 บ้านปลักปลา ถ.รพช ต.ลำภู อ.เมือง จ.นราธิวาส 96000
- กลุ่มสมุนไพรเสริมความงามเอิร์ธแคร์ : 57 ม.1 ต.บางขาม อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี 15110
- กลุ่มแปรรูปผลไม้แม่บ้านวัดประทับ : 21 ม. 10 ต.บางระจัน อ. ค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักสานป่าตอง สหกรณ์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้สานป่าตอง : 236/2 หมู่ 10 ตำบลบ้านแม่ อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแกะสลักไม้บ้านถวาย :127 หมู่ 2 บ้านถวาย ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ 50230
- กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว(สหกรณ์การเกษตรพนมวังก์) : 168 ม.3 บ้านควนน้อย ต.พนมวังก์ อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93110

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มต่างๆสามารถได้ข้อสรุปได้ดังต่อไปนี้

ข้อดีที่ชุมชนได้รับจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. การมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป
2. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนช่วยในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และผลพลอยได้ก็ตามมาคือความเข้มแข็งของชุมชน

3. เป้าหมายจะเน้นไปที่การให้ชาวบ้านได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างทั่วถึงกันทุกคน ไม่ได้มุ่งเน้นว่าจะต้องมีการเพิ่มยอดขายให้ได้มาก ๆ
4. รัฐมีการช่วยเหลือทางด้านการจัดการ การบริหาร การพัฒนาเครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ กับการช่วยสร้างจุดขาย การตลาด
5. มีการรวมตัวกันที่เข้มแข็งขึ้น และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการเข้าแข่งขันในการประกวดต่างๆ
6. มีการตั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบภายในพื้นที่มาใช้
7. มีการกระจายรายได้ของกลุ่ม ไม่เน้นที่ขายได้เยอะ แต่เน้นที่ทุกคนภายในกลุ่มสามารถขายได้
8. เป็นการนำเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนออกมาแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน

ข้อเสียที่ชุมชนได้รับ จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่ได้มาตรฐาน และส่งผลแก่ภาพลักษณ์ของสินค้าอื่นๆ
2. เกิดคู่แข่งทางการตลาดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เกิดการเลียนแบบสินค้า และเกิดปัญหาสินค้าล้นตลาดในที่สุด
3. เกิดการแยกกลุ่มเพื่อไปสร้างกลุ่มของตนเอง หรือเพื่อให้ได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล
4. กำไรลดน้อยลงไป เมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมิได้มีการแข่งขันกันในเรื่องของ คุณภาพ แต่แข่งขันกันในเรื่องของการตัดราคา
5. มีการสนับสนุนที่ไม่ทั่วถึง จนทำให้บางกลุ่มต้องประสบความล้มเหลวไปในที่สุด
6. กลุ่มจะสามารถดำรงอยู่ได้หรือไม่ ยอดขายเป็นปัจจัยที่สำคัญ หากยอดขายไม่ดีเท่าที่ควร ลักษณะของการรวมกลุ่มอาจแตกได้
7. ไม่มีความต่อเนื่องในการพัฒนา เมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาล การพัฒนาก็หยุดชะงักตามไปด้วย

4.9.5 บทสรุปผลของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โดยสรุปแล้ว มานำผลการวิจัยของงานทั้ง 4 ชั้นมาประกอบการพิจารณา ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า

ข้อดีที่ค้นพบ

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนในการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้แก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้จำหน่าย พ่อค้าคนกลาง และกลุ่มประชาชนที่ได้เข้าร่วมโครงการ แต่ทั้งนี้ รายได้ที่เพิ่มขึ้นของบางกลุ่มมีอัตราที่ไม่มากนัก เมื่อเทียบกับอดีต อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของรายได้ก่อให้เกิดการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สร้างความสามัคคี และสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพในภาคชนบทให้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย
2. ผลต่อเนืองที่เกิดขึ้นจากการสร้างงานภายในภาคชนบทนั้น ก่อให้เกิดการลดน้อยลงของการอพยพย้ายถิ่นฐาน จากผลการวิจัยสามารถบ่งชี้ได้ว่าจำนวนของการอพยพย้ายถิ่นเพื่อมาหางานทำลดน้อยลง ทั้งนี้ แม้ไม่ใช่ผลที่เกิดจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ก็นับว่าโครงการมีส่วนช่วยอย่างมาก
3. มีการนำความรู้ ความสามารถ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น ทำให้เกิดการสืบสานวัฒนธรรมของชุมชนสู่ลูกหลาน และทำให้ผู้ที่เข้าร่วมชมในนิทรรศการต่างๆของโครงการ ได้รับรู้ถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอันมีค่าของชุมชนไทยที่มีแต่เดิมมา ก่อให้เกิดกระแสการรักชาติ และใช้สินค้าภายในประเทศเป็นหลักเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

ข้อเสียที่ค้นพบ

1. ถึงแม้ว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะก่อให้เกิดความสามัคคีในชุมชนก็ตาม แต่การแตกแยกภายในชุมชนก็มีเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากที่เกิดการแยกตัวของกลุ่ม เพื่อต้องการสร้างกลุ่มใหม่ โดยจะได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐ
2. เมื่อมีการกระตุ้นจากภาครัฐ เกิดมีผู้สนใจในการเข้าร่วมโครงการมากขึ้น มีการรวมกลุ่มเฉพาะกิจโดยหวังผลกำไรเป็นตัวตั้ง ไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันจากการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมอันเดียวกันและไม่ได้มีความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง ดังนั้นจึงเกิดการลอกเลียนแบบสินค้าขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันกันทางด้านราคา มีการลดราคาเพราะคุณภาพของสินค้า หรือประโยชน์ของสินค้า ไม่ได้มีความแตกต่างกัน ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์ต่ำเกินความเป็นจริง

3. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานและการต่อยอดทางความคิดไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆยังมีน้อยเกินไป ไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านของผู้ผลิตเอง รวมถึงในด้านของภาครัฐด้วย ในด้านความสามารถในการผลิตยังคงมีข้อจำกัดอยู่มาก เมื่อมีการรับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากก็ไม่สามารถที่จะรองรับคำสั่งซื้อเหล่านั้นได้ ทั้งนี้ อาจเข้าใจได้ว่าการมีเครือข่ายของการผลิตยังไม่มีการขยายตัวอย่างเพียงพอ เป็นต้น

4.9.6 บทวิเคราะห์ผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาและทำการวิจัย สามารถวิเคราะห์ได้ว่า

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น เป็นโครงการที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลได้มีการส่งเสริมและมีการสนับสนุนโครงการอย่างสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ก่อให้เกิดการตื่นตัวของประชาชน และทางภาคเอกชน ทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวม ที่มีเศรษฐกิจชุมชนเป็นฐานราก และชุมชนก็ได้รับผลประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการโดยทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่เหมือนการพัฒนาประเทศในช่วงเวลาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ที่ภาครัฐใช้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นตัวตั้งในการพัฒนา โดยที่ชุมชนได้รับเพียงแค่ว่าจ้างแรงงานเท่านั้น แต่การพัฒนาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย ก่อให้เกิดความสามัคคีกันภายในกลุ่ม มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีจำนวนการอพยพย้ายถิ่นฐานลดลง ก่อให้เกิดความไม่แออัดในตัวเมือง มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการสืบสานวัฒนธรรมไทย เป็นต้น
2. ในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการลอกเลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีพอ เกิดการแตกแยกของการรวมกลุ่ม ไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยเห็นว่า เกิดจากการที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาที่ผิดพลาดในบางส่วน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า จากการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านทุน หรือเงินลงทุนให้แก่ผู้ผลิตนั้น ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันเฉพาะกิจที่เพื่อที่จะขอเงินสนับสนุนในการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่การรวมกลุ่มที่เกิดขึ้น ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะทำให้ชุมชนของตนเข้มแข็งขึ้น แต่เป็นการรวมกลุ่มที่หวังเฉพาะการได้รับกำไรเท่านั้น

ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงที่มีการตื่นตัวของผลิตภัณฑ์ราคาต่อกีโกรัมมีมูลค่าที่สูงมาก ทั้งนี้ มีผู้สนใจและได้ขอการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นจำนวนมาก โดยที่ไม่มีการควบคุม เมื่อกระแสการตื่นตัวลดน้อยลงราคาผลผลิตต่อกีโกรัมก็ลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายต้องล้มหายตายจากไปในที่สุด ทั้งนี้ หากมีการต่อยอดผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในที่สุด อีกทั้งในประเทศญี่ปุ่นนั้นมิได้ให้ความสำคัญกับการให้การช่วยเหลือทางด้านเงินลงทุน แต่เป็นการให้ความช่วยเหลือในด้านอื่นๆ เช่น เทคโนโลยี การตลาด การเรียนรู้และการฝึกอบรม ถึงขนาดที่มีการจัดทำโรงเรียนที่จัดสอนทางด้านนี้โดยเฉพาะในส่วนของประเทศไทยนั้น ถึงแม้ในทางนโยบายจะไม่มี การช่วยเหลือทางด้านการลงทุนเป็นสำคัญนั้น แต่จากการสัมภาษณ์ก็พบว่า มีหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้การสนับสนุนทางด้านเงินลงทุนแทน ดังนั้น ผู้ที่เข้าร่วมโครงการในบางรายอาจที่จะเป็นผู้รวบรวมคนให้เป็นกลุ่มเป็นก้อน และขอความช่วยเหลือจากทางด้านเงินลงทุนจากภาครัฐ แต่การรวมตัวกันดังกล่าวมีมาไม่นานพอ ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ เกิดความผูกพันกัน มีความคิดและอุดมการณ์ร่วมกัน แต่เป็นการรวมกลุ่มจากการเห็นกำไรร่วมกัน ซึ่งตามสถิติที่ผู้วิจัยได้ค้นพบจากการสัมภาษณ์สามารถพบได้ว่า 100% จากกลุ่มชุมชนที่ประสบความสำเร็จมีการดำเนินการมานานแล้ว ก่อนที่จะเกิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เสียอีก

4.9.7 บทสังเคราะห์ผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาและทำการวิจัยสามารถสังเคราะห์ได้ว่า

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่ดี แต่ขาดการสนับสนุนที่ถูกต้อง โดยที่ผ่านมา ภาครัฐต้องการที่จะเห็นผลเร็ว อาจเพื่อผลประโยชน์ของการเลือกตั้ง จึงทำให้มีการข้ามขั้นตอนไปหลายขั้นตอน ทั้งนี้ ที่ผ่านมาภาครัฐต้องการ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในความเห็นของผู้วิจัย เห็นว่าภาครัฐควรหันกลับมาเริ่มต้นที่ความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการสร้างเครือข่ายต่างๆ ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดังนั้นควรที่จะเริ่มจากการพัฒนาส่วนที่เล็กก่อน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของโครงการอย่างแท้จริง เช่น การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ เพราะที่

ผ่านมารัฐได้สร้างยอดชายและการแข่งขัน โดยหวังว่าจะให้การพัฒนา มนุษย์ตามมาภายหลัง ซึ่งอาจมองได้ว่าเป็นหลักการของระบบทุนนิยม

2. การที่จะทำให้ประเทศสามารถพัฒนาได้ตามหลักการที่เหมาะสมกับ ประเทศของเราเอง ควรที่จะพัฒนาในหลักการของ เศรษฐกิจชุมชน เพราะต้องยอมรับว่าประเทศของเรานั้นไม่มีพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี หรือ ระบบอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งพอ เราจึงควรที่จะทำการพัฒนาในสิ่ง ที่เรามี สิ่งที่มีคุณค่ากับเรา และเป็นจุดแข็งของเรามากที่สุด นั่นคือ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของเรานั้นเอง โดยพัฒนาตาม ความพอเพียง ตามหลักคำสอนพุทธศาสนาที่เป็นศาสนาที่สำคัญของ ประเทศเรา โดยไม่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้เท่าเทียมทันและแข่งขัน กับต่างประเทศตลอดเวลา แต่ให้พัฒนาตามความพอดีของประเทศเอง แต่ไม่เสียเปรียบประเทศอื่น ๆ นั้นเอง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

บทสรุปและวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นบทสุดท้ายที่ทำการสรุปและวิเคราะห์ผลของการศึกษาวิจัย โดยจะแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

- 1 เพื่อทำการศึกษา วิเคราะห์ และ สังเคราะห์ผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคม
- 2 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับแนวทางการพัฒนาประเทศ โดยการใช้วิสาหกิจชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา
- 3 เพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคมกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้

5.1 เพื่อทำการศึกษา วิเคราะห์ และ สังเคราะห์ผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคม

จากการศึกษาและทำการวิจัย สามารถวิเคราะห์ได้ว่า

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น เป็นโครงการที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลได้มีการส่งเสริมและมีการสนับสนุนโครงการอย่างสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ก่อให้เกิดการตื่นตัวของประชาชน และทางภาคเอกชน ทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวม ที่มีเศรษฐกิจชุมชนเป็นฐานราก และชุมชนก็ได้รับผลประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการโดยทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่เหมือนการพัฒนาประเทศในช่วงเวลาก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ที่ภาครัฐใช้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นตัวตั้งในการพัฒนา โดยที่ชุมชนได้รับเพียงแต่ค่าจ้างแรงงานเท่านั้น แต่การพัฒนาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย ก่อให้เกิดความสามัคคีกันภายในกลุ่ม มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีจำนวนการอพยพย้ายถิ่น

ฐานลดลง ก่อให้เกิดความไม่แออัดในตัวเมือง มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการสืบสานวัฒนธรรมไทย เป็นต้น

2. ในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านการลอกเลียนแบบ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีพอ เกิดการแตกแยกของการรวมกลุ่ม ไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยเห็นว่า เกิดจากการที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาที่ผิดพลาดในบางส่วน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า จากการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านทุน หรือเงินลงทุนให้แก่ผู้ผลิตนั้น ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันเฉพาะกิจเพื่อที่จะขอเงินสนับสนุนในการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่การรวมกลุ่มที่เกิดขึ้น ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะทำให้ชุมชนของตนเข้มแข็งขึ้น แต่เป็นการรวมกลุ่มที่หวังเฉพาะการได้รับกำไรเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงที่มีการตื่นตัวของผลิตภัณฑ์กระจับดำขึ้น ราคาต่อกิโลกรัมมีมูลค่าที่สูงมาก ทั้งนี้ มีผู้สนใจและได้ขอการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นจำนวนมาก โดยที่ไม่มีการควบคุม เมื่อกระแสการตื่นตัวลดน้อยลง ราคาผลผลิตต่อกิโลกรัมก็ลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายต้องล้มหายตายจากไปในที่สุด ทั้งนี้ หากมีการต่อยอดผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในที่สุด อีกทั้งในประเทศญี่ปุ่นนั้น มิได้ให้ความสำคัญกับการให้การช่วยเหลือทางด้านเงินลงทุน แต่เป็นการให้ความช่วยเหลือในด้านอื่นๆเช่น เทคโนโลยี การตลาด การเรียนรู้และการฝึกอบรม ถึงขนาดที่มีการจัดทำโรงเรียนที่จัดสอนทางด้านนี้โดยเฉพาะในส่วนของประเทศไทยนั้น ถึงแม้ในทางนโยบายจะไม่มี การช่วยเหลือทางด้านการลงทุนเป็นสำคัญนั้น แต่จากการสัมภาษณ์ก็พบว่า มีหน่วยงานอื่นๆที่ให้การสนับสนุนทางด้านเงินลงทุนแทน ดังนั้น ผู้ที่เข้าร่วมโครงการในบางรายอาจที่จะเป็นผู้รวบรวมคนให้เป็นกลุ่มเป็นก้อน และขอความช่วยเหลือจากทางด้านเงินทุนจากภาครัฐ แต่การรวมตัวกันดังกล่าวมีมาไม่นานพอ ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ เกิดความผูกพันกัน มีความคิดและอุดมการณ์ร่วมกัน แต่เป็นการรวมกลุ่มจากการเห็นกำไรร่วมกัน ซึ่งตามสถิติที่ผู้วิจัยได้ค้นพบจากการสัมภาษณ์สามารถพบได้ว่า 100% จากกลุ่มชุมชนที่ประสบความสำเร็จมีการดำเนินการมานานแล้ว ก่อนที่จะเกิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เสียอีก

จากการศึกษาและทำการวิจัยสามารถสังเคราะห์ได้ว่า

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่ดี แต่ขาดการสนับสนุนที่ถูกต้อง โดยที่ผ่านมา ภาครัฐต้องการที่จะเห็นผลเร็ว อาจเพื่อผลประโยชน์ของการเลือกตั้ง จึงทำให้มีการข้ามขั้นตอนไปในหลายขั้นตอน ทั้งนี้ ที่ผ่านมาภาครัฐต้องการ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในความเห็นของผู้วิจัย เห็นว่าภาครัฐควรหันกลับมาเริ่มต้นที่ความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการสร้างเครือข่ายต่างๆในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดังนั้นควรที่จะเริ่มจากการพัฒนาส่วนที่เล็กก่อน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงการอย่างแท้จริง เช่น การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ เพราะที่ผ่านมารัฐได้สร้างยอดขยายและการแข่งขัน โดยหวังว่าจะให้การพัฒนามนุษย์ตามมาภายหลัง ซึ่งอาจมองได้ว่าเป็นหลักการของระบบทุนนิยม
2. การที่จะทำให้ประเทศสามารถพัฒนาได้ตามหลักการที่เหมาะสมกับประเทศของเราเอง ควรที่จะพัฒนาในหลักการของ เศรษฐกิจชุมชน เพราะต้องยอมรับว่าประเทศของเรานั้นไม่มีพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี หรือ ระบบอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งพอ เราจึงควรที่จะทำการพัฒนาในสิ่งที่เรามี สิ่งที่มีคุณค่ากับเรา และเป็นจุดแข็งของเรามากที่สุด นั่นคือ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของเรานั้นเอง โดยพัฒนาตามความพอเพียง ตามหลักคำสอนพุทธศาสนาที่เป็นศาสนาที่สำคัญของประเทศเรา โดยไม่จำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้เท่าเทียมทันและแข่งขันกับต่างประเทศตลอดเวลา แต่ให้พัฒนาตามความพอดีของประเทศเอง แต่ไม่เสียเปรียบประเทศอื่น ๆ นั้นเอง

5.2 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับแนวทางการพัฒนาประเทศ โดยการใช้ วิสาหกิจชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา

จากการศึกษา ค้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนนั้นมีการคงอยู่มาช้านาน เพียงแต่ไม่ได้มีการกล่าวถึง จนเมื่อมีการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นจึงได้รับการกล่าวอ้างขึ้นอย่างแพร่หลาย

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นการพัฒนาชุมชน โดยมีหลักการที่ว่า เป็นการดำเนินงานโดยชุมชน และเพื่อชุมชน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนจะแตกต่างจากธุรกิจชุมชนอยู่บ้างในเรื่องของจุดประสงค์

ในธุรกิจชุมชนนั้น สามารถกล่าวได้ว่าจุดประสงค์ของการพัฒนานั้นอยู่ที่การสร้างกำไรเป็นหลักการที่สำคัญ แต่ทั้งนี้ ก็ได้หมายความว่า เป็นการมุ่งเน้นที่การหากำไรเพียงอย่างเดียว แต่ก็มีมีการเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งด้วย แต่ในส่วนของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ และสามารถพออยู่พอกิน ไม่มีการขาด

แคลน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนยังหมายถึงการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีวัฒนธรรมหรือประเพณีร่วมกันมายาวนาน มีความผูกพันกัน มีการจุดยึดเหนี่ยวจิตใจที่เหมือนกัน เป็นต้น

ทั้งนี้ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนจะประกอบไปด้วย

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน เป็นหลัก
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
- 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆอย่างเป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย
- 8) ส่งผลประโยชน์ที่ได้รับกลับคืนสู่สังคม

และกฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร ดังต่อไปนี้

- 1) ระดับปฐมภูมิ มีการส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัย ในการนำทุนชุมชนมาใช้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้
- 2) ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานของแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลาง ต่อไป
- 3) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้ง การประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นๆเพื่อขยาย และสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

ในการพัฒนาประเทศตามแนววิสาหกิจชุมชนนั้น คือการพัฒนาประเทศจากความเข้าใจในตัวของเราเอง เป็นการพัฒนาประเทศโดยเริ่มจากฐานรากที่แข็งแรงโดยชุมชน ก่อให้เกิดความแข็งแรงทางด้านเศรษฐกิจ ลดการพึ่งพาจากโลกภายนอก ไม่ได้มีการตัดขาด

จากโลกภายนอก เป็นการนำวัฒนธรรมที่ยึดโยงประชาชนไทยเข้าด้วยกัน และพัฒนาตามแบบฉบับของความเป็นไทย ที่มีเอกลักษณ์ และลักษณะของตนเองอย่างแท้จริง

5.3 เพื่อศึกษาความสอดคล้องสัมพันธ์ของแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคมกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้

จากการศึกษา อาจสามารถที่จะกล่าวได้ว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กล่าวคือ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นมีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการในการเสริมสร้าง ชุมชน เหมือนกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แต่แตกต่างกันที่ การให้ความสำคัญ ในส่วนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจกล่าวได้ว่า เป็นการพัฒนาตามรูปแบบ ธุรกิจชุมชน คือเน้นผลกำไรเป็นอันดับแรก แต่ในส่วนของวิสาหกิจชุมชนนั้นไม่ได้เน้นที่ผลกำไร เป็นอย่างแรก จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมโครงการพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ที่ประสบความสำเร็จในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น มีพื้นฐานมาจากการที่ได้ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวมาเป็นเวลานาน มีการบริหารจัดการที่ดีอยู่แล้ว และมีความเข้าใจในกิจกรรมดังกล่าวเป็นอย่างดี ทั้งนี้ยังมีความผูกพันกันภายในกลุ่มที่สูงอีกด้วย

จากการศึกษาและวิจัย ค้นพบว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถเป็นได้ทั้งธุรกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน กล่าวคือ ในแง่ของธุรกิจชุมชนนั้น โดยส่วนใหญ่เพียงมีการรวมกลุ่มภายในชุมชนหลังจากการมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยผู้นำชุมชนบางท่าน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า หากการดำเนินงานไม่มีกำไร กลุ่มคงต้องแตกในที่สุด แต่ในขณะเดียวกัน หากการดำเนินงานนั้นเป็นรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน คือมีการรวมกลุ่มกันมานาน มีจุดมุ่งหมายที่ชุมชนแข็งแรง โดยการเข้าร่วมโครงการไม่ได้หวังว่ายอดขายจะต้องสูง แต่หวังว่าทุกๆคนภายในกลุ่มจะสามารถมีรายได้ ทั้งนี้ หากการประกอบการนั้น ไม่ได้กำไร การรวมตัวของกลุ่มก็ยังคงมีอยู่ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กองทุนพัฒนาภาคอีสาน. มุลนิธิชุมชนอีสาน.2540.

กาญจนา แก้วเทพ. “ภาพรวมของการพัฒนาขององค์กรชุมชน” ใน องค์กรชุมชนกลไกเพื่อ
แก้ปัญหาและพัฒนาสังคม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2540.

โครงการศึกษาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมภาคนอกเกษตร.2541.

ใจมานัส พลอยดี. ปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน:

เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540.

จำนง แรกพินิจ. ธุรกิจ-อุตสาหกรรม แนวคิดและประสบการณ์ในการสร้างระบบเศรษฐกิจ
ชุมชน ใน วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อ
ชุมชน) 20. ธรรม์ เพ็ชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ :เอดิสัน
เพรส โปรดักส์ .2545

นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์หุตานุวัตร. การพัฒนาองค์กรชุมชน. คณะเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ศาสตราจารย์ พรจิต สมบัติพาณิชย์. การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.2547.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์สร้างสรรค์. 2548.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
2527.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภาและคณะ. ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา. กรุงเทพฯ :
อมรินทร์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. 2541.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2544-2545
.การประเมินผลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.2545.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย. 2542.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ). วิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐาน
ราก. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน) 20. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2.เอดิ
สันเพรส. 2545.

บริษัทซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน).การประเมินโครงการหนึ่งตำบล

- หนึ่งผลิตภัณฑ์.** รายงานการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.2547.
 ประเวศ วะสี. **ประชาคมตำบล.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มติชน.2541.
 ประเวศ วะสี. **เศรษฐกิจพอเพียงและประชาคม แนวทางพลิกฟื้นเศรษฐกิจสังคม.**
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.2542
 ปรัชญา เวสารัชช. **ปัญหาการพัฒนาชนบทไทย.**เอกสารการสอนหน่วยที่ 1 – 7.
 นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.2537
 พิทยา ว่องกุล. **วิธีทำเงินล้านในหมู่บ้าน.** กรุงเทพฯ : ชุมชนพัฒนา. 2533.
 พิทยา ว่องกุล. “หลักคิดและการพัฒนาธุรกิจ-วิสาหกิจชุมชนแบบองค์รวมที่ยั่งยืน” ใน
วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน)
 20.2545
 ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). **ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้.** กรุงเทพฯ : สำนักงาน
 กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
 ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ). **วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐาน
 ราก.** กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2. เติสันเพรส โปรดักส์. 2545.
 เศรษฐสยาม. “คำประกาศแห่งยุคสมัย”. ใน **วิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก.**
 เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน) 20. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล
 (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2. เติสันเพรส โปรดักส์. 2545.
 สยมพร ลิ้มไทย. “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ในวารสารการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ
 : มปท,2545
 เสรี พงศ์พิศ. “วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่ธุรกิจชุมชน” ใน **วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจ
 ฐานราก.** เศรษฐศาสตร์การเมือง (เพื่อชุมชน) 20. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
 เติสันเพรส โปรดักส์.2545
 สิษฐ์ สโรบล. (2548). **กระบวนการค้นวิจัยเพื่อท้องถิ่น จุดเปลี่ยนการพัฒนา.** กรุงเทพฯ : ศูนย์
 หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

<http://www.thaitambon.com>

<http://www.cdd.moi.go.th>

<http://edu.ac.th/ae/websnong/web451/community2.htm>

<http://ayutthaya.doae.go.th/latbualuang/smcesyss.htm>

<http://chanthaburi.doae.go.th/visahakit.htm>

<http://farmdev.doae.co.th/Enterprise/EnterpriseDoc.html>

ภาคผนวก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

กลุ่มลานค้าชุมชนบ้านกล้วย: หมู่ 5 ต.บ้านกล้วย อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี 15110

ผลิตภัณฑ์ : ผ้าไหมทอด้วยกี่กระตุก

- ข้อดีและข้อเสียของโครงการ OTOP

ข้อดี : มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์กลุ่ม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และถ้าหากทางรัฐมีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องก็จะดีมาก มีการให้ความรู้ และคำแนะนำต่างๆแก่กลุ่ม

ข้อเสีย : ผลิตภัณฑ์บางชิ้นไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของสินค้าอื่นในโครงการ อยากให้ OTOP มีการจัดระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่านี้
- รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง

รัฐเข้ามามีบทบาทในระยะแรก เกี่ยวกับการจัดการและการบริหารกลุ่ม รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายแก่ชุมชน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ระดับตำบล ไปสู่ระดับอำเภอ และไปสู่ระดับจังหวัด
- OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งหรือไม่

โครงการ OTOP มีส่วนช่วยในการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ทำให้ความเข้มแข็งของชุมชนเป็นผลพลอยได้ที่ตามมา แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการ OTOP ของกลุ่ม ว่ามีความตื่นตัว มีการเคลื่อนไหวของกลุ่มมากน้อยแค่ไหน หากหยุดซึ่งการพัฒนา กลุ่มก็จะหยุดชะงักไป ในกลุ่มจะต้องมีจุดมุ่งหมายว่า ผลิตภัณฑ์ของตนจะเน้นที่จุดใด อย่างเช่นบางกลุ่มเน้นที่จำนวนยอดขาย ซึ่งหมายความว่าสินค้าจะต้องมีการผลิตจำนวนมาก ดังนั้นจะต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้สามารถรองรับการผลิตได้ กลุ่มจะต้องมีการพัฒนาในส่วนนั้น และหากเมื่อใดที่ทางรัฐมีการอบรมในเรื่องนั้น เราก็ต้องติดตามเพื่อเข้าร่วมเพื่อให้ได้รับความรู้มาพัฒนา ในบางครั้งการจะไปเรียนเองก็มีค่าใช้จ่ายมาก
- มีแผนรองรับตลาดอย่างไร

เราจะมีการแบ่ง zone ของตลาด มีการเปิดร้านค้า จำหน่ายของกลุ่ม มีการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด และมีการตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มเพื่อปรึกษาหารือหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป
- เป้าหมายของกลุ่มเน้นไปที่จุดใด

เราจะมุ่งเน้นให้ชาวบ้านได้มีการจำหน่ายสินค้าอย่างทั่วถึงกันทุกคน ไม่ได้มุ่งเน้นว่าจะต้องเพิ่มยอดขายให้มาก ๆ
- ในส่วนของผลกำไรที่เกิดขึ้นนำไปทำอะไรต่อ

กำไรของกลุ่มเราจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ซึ่งส่วนแรกเป็นการปันหุ้นให้กับผู้ถือหุ้น ซึ่งก็คือชาวบ้านในกลุ่มนั่นเอง ส่วนที่ 2 จะนำไปเป็นส่วนการขยายกิจการ และส่วนที่ 3 เป็น

สวัสดิการของกลุ่ม การจัดกิจกรรมย่อยภายในกลุ่ม หรือนำไปช่วยเหลือชาวบ้านเวลาเจ็บป่วย เป็นต้น

กลุ่มศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่ : 36 ถ. อินทอาษา ซ. 1 ต. พันธ์นิคม อ. พันธ์นิคม จ.ชลบุรี 20140

- **ข้อดีและข้อเสียของเข้าร่วมโครงการ OTOP**
 ข้อดี มีส่วนดีในแง่ของการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนทั่วไปได้รู้จัก มีการส่งเสริมการตั้งกลุ่ม ทำให้คนมีความตื่นตัว สนใจอยากจะทำผลิตภัณฑ์ OTOP เมื่อมีคนให้ความสนใจมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากขึ้น
 ข้อเสีย เกิดคู่แข่งด้านการตลาดมากขึ้น เกิดการตั้งกลุ่มเยอะขึ้น อย่างเช่น เมื่อก่อนมีกลุ่มผลิตสินค้าเพียงไม่กี่กลุ่ม แต่เมื่อมีการส่งเสริม ทุกคนก็หันมาสนใจหันมาผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด และเกิดการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ขึ้น ซึ่งในความคิดเห็นของผม OTOP คือการนำจุดเด่นของแต่ละชุมชนมาสร้างผลิตภัณฑ์ แต่จริงๆแล้ว ชาวบ้านยังไม่เข้าใจในจุดนี้อย่างลึกซึ้ง หากเข้าใจก็ควรจะทำการศึกษาก่อนว่าชุมชนของตนมีจุดเด่นอะไร ที่คนอื่นทำไม่ได้ แล้วจะผลิตอะไร
- **รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง**
 รัฐเข้ามาช่วยในการสร้างจุดขาย ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- **มีแผนรองรับหากกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่**
 จุดมุ่งหมายของกลุ่มเราไม่ได้เน้นว่าจะต้องขายให้รวย แต่ให้พออยู่ได้ ดังนั้นเราจะไม่มีการกักตุนสินค้า เราจะแบ่งงานกันในแต่ละกลุ่ม อย่างเช่น กระเป๋า 1 ใบ กลุ่มที่ 1 รับผิดชอบในการทำกระเป๋า ก็จะเป็นฝ่ายจัดทำด้านนั้น กลุ่มที่ 2 รับผิดชอบในการทำตัวกระเป๋า ก็จะทำหน้าที่ในการผลิตตัวกระเป๋า เมื่อเราแบ่ง line ผลิตเช่นนี้แล้ว เมื่อสินค้าในตลาดมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการ เราก็สามารถนำแต่ละส่วนมาปรับปรุงตัดแปลงเป็นสินค้าแบบใหม่ได้ เราจะเน้นการทยอยผลิต และมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปเรื่อยๆ
- **กำไรที่ได้รับมา นำไปทำอะไรบ้าง**
 กำไรของทางกลุ่มจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1: ส่วนหมุนเวียน นำไปใช้ในส่วน Research & development และ product และส่วนที่ 2 : เป็นส่วนของทุนการศึกษา เช่น อาจนำไปช่วยเหลือ ตามโรงเรียน หรือ โรงพยาบาลในชุมชน
- **OTOP ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนหรือไม่**
 เมื่อแต่ก่อนทุกคนจะอยู่กันเป็นกลุ่มไม่ใหญ่ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ค่อยๆ โตไปพร้อมกัน แต่เมื่อมี OTOP เกิดขึ้น ก็เกิดการแยกกลุ่มเพื่อไปสร้างกลุ่มของตนเอง โดยที่ยังไม่มีความรู้อย่างแท้จริงในเรื่อง OTOP และการบริหารกลุ่ม ซึ่งจริงๆแล้ว ก่อนที่รัฐจะส่งเสริมการขาย ควรจะเน้นส่งเสริมที่การพัฒนา ก่อน การอบรมไม่ควรข้ามตอน ถ้าเทียบกับประเทศญี่ปุ่น ซึ่งญี่ปุ่นจะเน้นการส่งเสริมให้แต่ละกลุ่มดึงเอาจุดเด่นของตนออกมาเพื่อ

ให้แต่ละกลุ่มไม่ซ้ำกัน หากซ้ำกันก็ให้พัฒนาต่อไปเป็นลักษณะการต่อยอด แต่ของไทย กลายเป็นการลอกเลียนแบบ ดังนั้น OTOP ควรจะเน้นที่บุคคลากรก่อน ไม่เช่นนั้น เมื่อมีการแตกกลุ่มไปเรื่อยเช่นนี้ และแยกไปก็ไม่ประสบความสำเร็จ ถ้าเป็นแบบนี้ชุมชนจะ เข้มแข็งได้อย่างไร

กลุ่มอาชีพสตรีจักสานป่านศรหารายณ์ : 25 ม.8 บ้านหุบกระพง ต.เขาใหญ่ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี 76120

ผลิตภัณฑ์ : กระเป่า,หมวก,เข็มขัด, รองเท้า,เฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ที่ทำจากป่านศรหารายณ์

- **ข้อดีและข้อเสียของโครงการ OTOP**
 ข้อดี ทำให้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ มีการประกวดต่างๆเกิดขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ เหล่านั้นเป็นของเด่นของจังหวัดขึ้นมา อย่างแต่ก่อน ในกลุ่มมีสมาชิกเพียง 10 คน แต่ ปัจจุบันกลุ่มมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจนจำนวนสมาชิกเป็น 60 คนแล้ว มีการรวมตัวกันที่ เข้มแข็งขึ้น
 ข้อเสีย ในบางครั้งพอดึงกลุ่มขึ้นมาแล้วมีการสนับสนุนไม่ทั่วถึงเท่าไรนักทำให้บางกลุ่ม เกิดความไม่มั่นใจเลยทำแบบไม่จริงจัง ไม่มีความตั้งใจ ทำให้บางกลุ่มก็ต้องประสบความ ล้มเหลวไปในที่สุด
- **รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร**
 รัฐมีส่วนช่วยในการตลาด เช่น มีการจัดนิทรรศการต่างๆขึ้น อย่างเช่น ที่ Impact เมืองทองธานี ซึ่งถือว่าเป็นงานใหญ่ มีคนให้ความสนใจกันอย่างมากมาย ซึ่งตรงจุดนี้ ทำให้เรามี โอกาสนำเสนอและขายสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งกลุ่มของเราก็ได้ลูกค้าในกลุ่มต่างประเทศด้วย นอกจากนี้มีการลงใน internet ใน www.thaitambon ทำให้เราเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขึ้น
 มีส่วนในการจัดสัมมนาต่างๆ พอเมื่อเข้าร่วม OTOP แล้ว จะมีการสัมมนาอยู่เป็นระยะๆ เช่น พาณิชย์จังหวัดบ้าง หรือ ของกรมอุตสาหกรรมบ้าง ซึ่งในบางช่วงเวลา ดิฉันเองซึ่งเป็น ผู้นำของกลุ่มแทบจะไม่มีเวลาเลย เพราะต้องเข้าสัมมนาอยู่ตลอด
- **ปัญหาที่เกิดขึ้น**
 สิ่งที่เกิดขึ้น คือ สัดส่วนของกำไรน้อยลง ถึงแม้ว่ายอดขายจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากว่าเวลา มีการจัดนิทรรศการ แต่ละกลุ่มก็อยากที่จะขายสินค้าของตนให้ได้มากๆ โดยใช้การตลาด ราคาก่อนการดึงดูลูกค้า เมื่อเป็นเช่นนั้นสัดส่วนของกำไรก็ลดลง
- **มีแผนรองรับอย่างไรในกรณีที่กลุ่มมียอดขายไม่ประสบความสำเร็จ**

ทางกลุ่มของเราเอง มีโซว์รูมร้านค้าของเราเองอยู่แล้ว นอกจากนี้ได้จากการพูดปากต่อปากของลูกค้าต่อกันไป แต่ถ้าเป็นไปได้ เราเองก็อยากที่จะมีร้านค้าตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือตามถนนเส้นใหญ่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

- OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งได้อย่างไร
OTOP มีส่วนช่วยอย่างมากในการผลักดันสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักและสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มอย่างมาก และเมื่อกลุ่มมียอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านั้น ก็คือรายได้ของชาวบ้าน มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ มีความสามัคคีกันซึ่งก็ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งตามมา
- มีวิธีการอย่างไร ในการพัฒนาของกลุ่มของตนให้เข้มแข็งขึ้น
ถ้ามียอดขายเพิ่มขึ้น กลุ่มของเราจะไม่แตก ดังนั้นเราจึงเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าของเรา และจะได้กลับมาซื้อสินค้ากับเราอีกเมื่อขายได้เยอะ ทุกคนก็พอใจในรายได้ เป็นแรงจูงใจให้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อไป

กลุ่มอนุโรจน์ แชนด์เพนท์ : 16/1 ม.8 บ้านปลักปลา ถ.รพช ต.ลำภู อ.เมือง จ.นราธิวาส 96000

ผลิตภัณฑ์ : งานเพนท์ต่าง ๆ เช่น กระเป่าเพนท์ , เสื้อยืดเพนท์ , สิ่งตัดเย็บแฟชั่นร่วมสมัยต่าง ๆ

- ข้อดีและข้อเสียของการร่วมโครงการ OTOP
กลุ่มอนุโรจน์จัดตั้งมานานแล้ว ตั้งแต่ปี 2523 และเมื่อรัฐบาลมีโครงการ OTOP ทางกลุ่มจึงเข้าร่วมและเมื่อได้เข้าร่วมกับโครงการOTOP ซึ่งก็สร้างผลดีให้กับกลุ่ม ในด้านของการเปิดโอกาสให้รากหญ้าได้นำผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน แต่ก็ได้พบข้อเสียเช่นกัน คือ ในบางครั้งผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมามีมาตรฐานไม่แน่นอน เมื่องานไม่ได้มาตรฐานส่งผลต่อภาพรวมของสินค้า OTOP อื่นๆไปด้วย
- มีแนวทางในการขยายงานอย่างไร
กลุ่มอนุโรจน์เป็นวิสาหกิจชุมชน เป็น SME ในส่วนของผม เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องของงานการออกแบบงานเพนท์ต่างๆ ซึ่งกลุ่มของเราจะมีการแบ่งงานเป็นฝ่ายๆ มีการกระจายงานออกไปตามความถนัดของแต่ละฝ่าย เมื่อมีการสั่งสินค้าเพิ่มมากขึ้น เราก็สามารถรองรับกับยอดสั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้น
- รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร
ทางรัฐได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ช่วยเหลือให้ความรู้ในด้านต่างๆแก่กลุ่ม รวมทั้งช่วยในการขยายตลาด แต่ก็ไม่ได้ช่วยมากเท่าไรหรอก เพราะกลุ่มอนุโรจน์ของเรามีมานานแล้ว และ

เราเองก็มีกลุ่มลูกค้าเดิมอยู่แล้ว ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในต่างประเทศ ลูกค้าหลัก คือ ประเทศญี่ปุ่น และรัฐมีส่วนช่วยเหลือในเรื่องเงินลงทุน

- โครงการสร้างงานให้แก่คนในชุมชนจริงหรือไม่
ช่วยสร้างงานให้กับคนในชุมชนได้จริง ทำให้หลายๆครอบครัวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น บางครอบครัวก็สามารถยึดงานนี้เป็นงานประจำ ไม่ต้องไปหางานทำต่างถิ่น
- OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้นหรือไม่อย่างไร
OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น มีเงินเลี้ยงปากเลี้ยงท้อง เมื่อชาวบ้านมีรายได้มากขึ้น ความเข้มแข็งของชุมชนก็ตามมา
- OTOP มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องหรือไม่
สำหรับกลุ่มอนุโรจน์ เรามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้ทันสมัยตามแฟชั่นและเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่นเรามีการส่งบุคลากรของเราไปเรียนด้านออกแบบที่ศิลปากร ผมเลยคิดว่า OTOP มีส่วนช่วยกลุ่มของผมแค่ในด้านประชาสัมพันธ์ มีความต่อเนื่องในการจัดนิทรรศการอยู่เป็นระยะ แต่ในช่วงเวลานี้ ทุกอย่างขาดความต่อเนื่องอาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนรัฐบาล ดังนั้นในส่วนของการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เราต้องพึ่งพาตนเอง

กลุ่มสมุนไพรเสริมความงามเอิร์บแคร์ : 57 ม.1 ต.บางขาม อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี 15110

ผลิตภัณฑ์ : แชมพู,สบู่,ครีมต่าง ๆ

- ข้อดีและข้อเสียของ OTOP
ข้อดี ทางกลุ่มของเราเริ่มเข้าสู่การเป็นโครงการ OTOP โดยการแนะนำจากทางราชการ เมื่อเข้ามาร่วมโครงการแล้ว มีส่วนช่วยในเรื่องการตลาดอย่างมาก เช่นการได้ไปออกงานต่าง ๆ ช่วยให้มียาได้เพิ่มขึ้นถึง 100 %
ข้อเสีย ไม่เห็นว่ามียาเสียแต่อย่างใด
- รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร
รัฐบาลเดิมมีส่วนช่วยอย่างมาก เช่น ในเรื่องของการผลิต ช่วยดูแลในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และในเรื่องของการอบรมบุคลากร นอกจากนี้ทางรัฐได้มีการจ้างวาน ให้บริษัทเอกชนเข้ามาช่วยในเรื่องการตลาด การจัดการทางด้านบัญชี รวมทั้งรัฐยังมีส่วนเข้ามาช่วยเหลือดูแลเครือข่ายของสมาชิกของเครือข่ายชุมชนด้วย
- แผนและแนวทางของกลุ่มเป็นอย่างไร

เราก็จะมีการกระจายสินค้าของเราออกไปตามแหล่งสินค้าต่างๆ ซึ่งเราจะใช้วัตถุดิบที่เรามีในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นผลผลิตจากชุมชนเราจริงๆ และในส่วนของกำไร เราจะแบ่งกระจายส่วนของกำไรไปให้ชาวบ้าน และอีกส่วนนำไปเพิ่มกำลังการผลิตแผนต่างๆ เป็นไปได้ด้วยดี เนื่องจากการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล แต่เมื่อเปลี่ยนรัฐบาลทุกอย่างก็หยุดชะงัก ทำให้รายได้ของกลุ่มลดลงไปด้วย

กลุ่มแปรรูปผลไม้แม่บ้านวัดประดับ : 21 ม. 10 ต.บางระจัน อ. ค่ายบางระจัน จ.

สิงห์บุรี

ผลิตภัณฑ์ : ผลไม้แปรรูปต่าง ๆ

- **ข้อดีและข้อเสียของโครงการ OTOP**

ข้อดี : มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีการส่งเสริมชุมชน มีการตั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้

ข้อเสีย : ในเรื่องของการตลาด เนื่องจากชาวบ้านเราไม่ใช่นักการตลาดมืออาชีพ ดังนั้นในบางครั้ง ผลิตภัณฑ์บางอย่างโดนกดราคา จริงๆแล้วเป็นโครงการที่ดี แต่เนื่องจากว่าแต่ละจังหวัดมีวัตถุดิบคล้ายๆกัน ซึ่ง OTOP ไม่มีกรอบบังคับที่แน่นอน ทำให้เกิดการซ้ำกันของสินค้า เกิดภาวะ สินค้าล้นตลาด เกิดการแข่งขันกันเอง ทำให้ในบางครั้งมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าด้อยลง พอต่อยลงก็ขาดไม่ได้ สุดท้ายก็ขาดทุน ในที่สุดบางกลุ่มก็ต้องล้มไป

- **รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร**

รัฐเข้ามาส่วนช่วยในเรื่องด้านความรู้ เช่นการได้ไปดูงานของกลุ่มต่างๆ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่ม แล้วเราก็สามารถนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาของกลุ่มของตนเองได้ รัฐมีส่วนในเรื่องของการจัดทำบัญชี การหาวัตถุดิบ การลดต้นทุนการผลิต ขั้นตอนการทำงาน มีการสาธิตในเรื่องต่างๆ และ กศน.ก็มีส่วนเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้ด้วย

- **กำไรที่ได้มานำไปทำอะไร**

ในการรวมกลุ่ม เราได้ระดมทุนจากสมาชิก เมื่อเกิดกำไรขึ้น จะมีการปันผลให้กับสมาชิก อีกส่วนเก็บไว้เป็นค่าใช้จ่ายส่วนกลางในการผลิต และอีกส่วนเป็นสวัสดิการของชุมชน เป็นเงินที่เอาไว้ช่วยเหลือเวลาสมาชิกได้รับความเดือดร้อน แต่เราจะเป็นลักษณะประชุมกันตามวิถีชาวบ้าน ไม่ได้มีการตั้งคณะกรรมการแต่อย่างใด กำไรในส่วนที่นำไปพัฒนาการผลิตเราจะนำมาเพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้กลุ่มของเราสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

- **OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้นหรือไม่**

หลังจากที่เราเข้าร่วมโครงการ เรา ไม่ได้เห็นว่าจะต้องได้รายได้มากมาย แต่เราเห็นว่าให้มีการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง ดังนั้นสมาชิกในกลุ่มก็จะมีคามเสมอภาคกัน ไม่เกิดช่องว่าง

ความแตกต่างให้แตกความสามัคคี ทำให้สมาชิกมีการร่วมมือร่วมใจ ทำให้ชุมชนของเราเข้มแข็งขึ้น และเป็นความภาคภูมิใจของกลุ่ม

กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักสันป่าตอง สหกรณ์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้สันป่าตอง : 236/2 หมู่ 10 ตำบลบ้านแม่ อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
ผลิตภัณฑ์ : ไม้แกะสลักต่าง ๆ

- **ข้อดีและข้อเสียของ OTOP**
 ข้อดี ได้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากขึ้น เป็นการนำเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนออกมาแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน
 ข้อเสีย ในบางครั้งสินค้าที่ไปแนะนำ ก่อนข้างช้า มีหลายกลุ่มที่ผลิตสินค้าแบบเดียวกัน ซึ่งในจุดนี้ OTOP ควรมีการสำรวจให้เกิดการซ้ำกันของผลิตภัณฑ์ให้น้อยลง
- **รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร**
 ให้การสนับสนุนในส่วนการผลิต และการตลาด การประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้กลุ่มก้าวไปสู่ตลาดต่างประเทศด้วย
- **OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้นหรือไม่**
 มีส่วนช่วยอย่างเยอะมากในการช่วยเศรษฐกิจของชุมชน ทำให้ทุกคนครีมีรายได้ ทำให้สภาพเศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นความภาคภูมิใจในการนำเสนอเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับ และเมื่อชุมชนมีอาชีพในพื้นที่ ก็ไม่ต้องออกไปหางานทำที่ต่างถิ่น ขณะเดียวกันทำให้การที่ได้อยู่เป็นครอบครัวทำให้สถาบันครอบครัวในชุมชนมีความอบอุ่น มีความสามัคคีมากขึ้น
- **แผนรองรับของกลุ่ม**
 ชาวบ้านก็จะไปหาบูชตามต่างจังหวัดเพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าให้คนต่างพื้นที่ได้รู้จักสินค้าของเรา และมีช่องจำหน่ายมากขึ้น สำหรับในกรุงเทพ เราจะไปออกงานที่ Impact เมืองทองธานี ซึ่งทำให้เราได้พบกับลูกค้าโดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่ในส่วนของบูชหรือร้านค้าประจำในกรุงเทพมีราคาที่สูง เราไม่สามารถสู้ราคาได้ จึงอาศัยแค่ช่วงที่มีงานนิทรรศการ
- **ถ้าไรที่ได้มานำไปพัฒนาชุมชนหรือไม่**
 ถ้าไรที่ได้มานำไปใช้ทางตรงคือไปใช้ในส่วนของการผลิตสินค้า และทางอ้อม จะนำไปพัฒนาชุมชน อย่างเช่นการสร้างศาลา หรือเป็นเงินสนับสนุนโครงการเล็กๆในชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแกะสลักไม้บ้านถวาย :127 หมู่ 2 บ้านถวาย ตำบลขุนคอง อำเภอ
หางดง จังหวัดเชียงใหม่ 50230

คุณ ยรรยงค์ คำยวง

วันที่ 8 พฤษภาคม 2550

ผลิตภัณฑ์: ไม้แกะสลักต่าง ๆ

- ข้อดีและข้อเสียของโครงการ OTOP
ข้อดี : ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เงินลงทุน ทาง ธกส. ได้ให้เงินช่วยเหลือกลุ่มละ 500,000 บาท ช่วยในการดำเนินงานสินค้า อย่างเช่น เชิญกลุ่มไปงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ด้วย และยังเป็นความร่วมมือกันสมัครสมาชิก และยังคงสร้างความสามัคคีให้ภายในกลุ่มด้วย
ข้อเสีย : ไม่เห็นว่ามีข้อเสียแต่อย่างใด
- รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร
รัฐเข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องของเงินลงทุนและในเรื่องของการตลาด
- โครงการOTOP มีส่วนช่วยในการสร้างเข้มแข็งให้กับชุมชนหรือไม่
มีส่วนอย่างมาก เมื่อมีโครงการนี้ ทำให้ชาวบ้านมีงานทำ สร้างรายได้ให้กับครอบครัว ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น มาตรฐานของชีวิตดีขึ้น และเมื่อทุกคนมีงานทำในท้องถิ่นของตนเอง ทำให้เกิดการรวมกันเป็นกลุ่ม เกิดความสามัคคีของคนในชุมชน
- มีแผนในการพัฒนากลุ่มอย่างไร
เราก็จะมีการขยายงานให้เป็นระบบ เป็นสัดส่วน มีการขยายในส่วนของการตลาดด้วยตนเองไม่พึ่งรอให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือ อย่างเช่น เราเปิดร้านค้าจำหน่ายเอง
- มีการจัดสรรในส่วนของการทำอย่างไร
ถ้าใครจะมีการแบ่งผลกำไรให้กับสมาชิก ส่วนที่ 2 จะนำไปใช้ในส่วนของการทำกิจกรรมภายในกลุ่ม พวกค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นเวลาที่มีการอบรม หรือสัมมนา และส่วนที่ 3 นำมาพัฒนาชุมชน
- ข้อเสนอแนะ
อยากให้รัฐบาลมีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมการตลาดให้มากกว่านี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว(สหกรณ์การเกษตรพนมวัง) : 168 ม.3 บ้านควน
น้อย ต.พนมวัง อ.ควนขนุน จ.พัทลุง 93110

ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกะลามะพร้าว เช่น แก้วไวน์

- ข้อดีและข้อเสียของโครงการ OTOP

ข้อดี ทำให้ทางกลุ่มได้มีโอกาสไปร่วมงานแสดงสินค้า ได้กลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รูปแบบการผลิต รูปแบบต่างๆของชุมชน

ข้อเสีย พอมีการเจอกันของสินค้า ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบของสินค้า ทำให้เกิดตีตลาดกันเองภายในกลุ่มที่เป็นสมาชิก OTOP เหมือนกัน และขณะเดียวกันก็ทำให้กลุ่มมีส่วนของค่าใช้จ่ายในด้านการตลาดมากขึ้น เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จัก
- รัฐเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร

มีส่วนเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องของเงินลงทุน การตลาด มีการส่งเสริมให้มีการขายสินค้าไปยังต่างประเทศ มีการสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้า
- โครงการ OTOP มีความต่อเนื่องหรือไม่ในการพัฒนา

ในช่วงปีก่อนยังมีความต่อเนื่องในการพัฒนาโครงการ แต่ในปัจจุบันไม่มีความต่อเนื่องซึ่งผมคิดว่าขึ้นอยู่กับ รัฐบาล และนักการเมืองว่าให้ความสำคัญมากแค่ไหน อย่างแต่ก่อนจะมีการอบรมบุคลากรเป็นระยะๆ แต่ตอนนี้ไม่มีเลย ก็อยากจะให้มีความต่อเนื่องมากกว่านี้
- โครงการ OTOP มีส่วนช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งหรือไม่

มีส่วนทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น เมื่อก่อนไม่มีใครสนใจที่จะทำ แต่พอมีการรวมกลุ่มตั้งแต่ปี 2536 ทุกคนมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ชาวบ้านคนอื่นๆสนใจอยากจะทำ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น มีความเป็นปึกแผ่น มีทั้งคนหนุ่มสาวซึ่งถือว่าเป็นอนาคตของชุมชนเข้าร่วมด้วย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นาย ดนัยเทพ ศรีธัญรัตน์ เป็นชาวกรุงเทพมหานคร เกิดเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2521 สำเร็จการศึกษา บริหารธุรกิจ จากภาควิชาการจัดการการตลาดและโรงแรม คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย อัญสัมชัญ ในปีการศึกษา 2543 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร เศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546 ระหว่างการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 เป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย