

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) : ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้านการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thai Community Product Standards : Public Trust and Impact on Product
Improvement



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) : ความเชื่อมั่นและ
ผลลัพธ์ด้านการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์

โดย

นายธนภูมิ เครื่องทิพย์

สาขาวิชา

รัฐประศาสนศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อาจารย์ ดร.วгор พัวพันสวัสดิ์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์วันชัย มีชาติ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.วгор พัวพันสวัสดิ์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ธนภูมิ เครื่องทิพย์ : มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) : ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้าน
การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์. (Thai Community Product Standards : Public
Trust and Impact on Product Improvement) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.วอ
รวรรณ สวัสดิ์

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งตอบคำถามที่ว่า ผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทต่าง ๆ มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด และการพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพสูงขึ้น และแข่งขันได้มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานในฐานะเครื่องมือเชิงนโยบายของภาครัฐ และแนวคิดเกี่ยวกับการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการแข่งขันในตลาดมาเป็นแนวทางการทำวิจัย งานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ข้อค้นพบของงานวิจัยชิ้นนี้คือ การได้มาซึ่งเครื่องหมาย มผช. เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่ต้องอาศัยหน้าร้าน ผู้ผลิตรายใหญ่ที่อยู่ในตลาดมานานแล้วมีแนวโน้มจะได้รับประโยชน์จากการขอ มผช. มากกว่าผู้ผลิตหน้าใหม่หรือผู้ผลิตรายเล็ก ในส่วนของผู้บริโภค แม้ว่าเครื่องหมาย มผช. จะไม่เป็นที่รู้จักหรือสนใจมากนัก เพราะผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมักเลือกซื้อสินค้าจากความประทับใจในอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนมากกว่าการดูเครื่องหมาย แต่ผู้บริโภคสินค้าบางชนิด เช่น ผ้าไหม เห็นว่าเครื่องหมาย มผช. จะช่วยให้ตัวเองเลือกซื้อสินค้าได้ดีขึ้น ในส่วนของกระบวนการขอมาตรฐาน พบว่า ผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองเครื่องหมาย มผช. พึงพอใจกับการให้บริการของภาครัฐ ในกระบวนการรับรองค่อนข้างมาก ซึ่งความพึงพอใจนี้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในเครื่องหมาย มผช. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ สมอ. ควรปรับระยะเวลาการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้สั้นลงเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้ผลิตชุมชน เนื่องจาก เครื่องหมาย มผช. ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขัน และช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น และควรดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องหมาย มผช. เป็นที่รู้จัก ผู้บริโภคเชื่อมั่นและสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพสูงขึ้น

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6280047924 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD: TCPS : Thai Community Product Standards

Tanapoom Khruengthip : Thai Community Product Standards : Public Trust and Impact on Product Improvement. Advisor: VONG-ON PHUAPHANSAWAT, Ph.D.

The study aims to answer the questions about how confident the producers and customers are towards TCPS and the reasons behind it, including if TCPS Development improves Thai community products in competition and how it does. In which, using principles of standardisation as a policy tool of the public sector, marketing, product development, and capability of market competition as research guidelines. The research has been conducted with a qualitative research approach. The results of this study indicate that obtaining TCPS benefits in branding development and marketing activities, especially the on-site activities. In addition, major producers who have been in the market for a long time are likely to obtain more advantages than new or small producers. In terms of customers, although TCPS are not well-known or widely interesting since the customers purchasing community products often choose the products from their impression towards their identity rather than looking for a certified symbol, the customers who buy some types of products such as silk textiles find that TCPS symbol helpful for their shopping. In the standardisation request process, it is found that the producers whose TCPS verified have a very good satisfaction with the service provided by the public sector in which the satisfaction level affects the credibility of TCPS. For the future research suggestion, TISI should adjust the product testing time to be shorter. As TCPS impact on the capability of market competition

Field of Study: Public Administration Student's Signature

Academic Year: 2020 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.วอกร พัวพันสวัสดิ์ ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่สละเวลาให้คำปรึกษา และ ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ และรองศาสตราจารย์ วันชัย มีชาติ และอาจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง ผู้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงและแก้ไข ทำให้ได้ข้อมูล การวิจัยที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง และ ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดการศึกษา และคณะเจ้าหน้าที่ภาควิชารัฐ ประศาสนศาสตร์ทุกท่าน ที่คอยดูแลตลอดหลักสูตร

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัย ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าและได้รับความร่วมมือใน การให้ข้อมูลเพื่อทำวิจัยเป็นอย่างดี

ขอบคุณเพื่อน ร.ป.ม. รุ่น 51 ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจในการศึกษาและเป็นที่รักยิ่งของผู้วิจัย

ธนภูมิ เครื่องทิพย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

| | หน้า |
|-------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ค |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ง |
| กิตติกรรมประกาศ..... | จ |
| สารบัญ..... | ฉ |
| บทที่ 1 | 1 |
| บทที่ 2 | 5 |
| บทที่ 3 | 21 |
| บทที่ 4 | 25 |
| บทที่ 5 | 42 |
| บรรณานุกรม..... | 45 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 48 |

สารนิพนธ์ เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) : ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้านการยกระดับ
คุณภาพผลิตภัณฑ์

Thai Community Product Standards: Public Trust and Impact on Product
Improvement

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต อีกทั้งเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาและสร้างมูลค่า โดยส่วนมากเป็นงานที่ทำด้วยมือ (Handmade) ซึ่งผู้ผลิตชุมชนมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตสินค้า นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีความหลากหลายสามารถตอบสนองลูกค้าได้หลายระดับ และด้วยความสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีผลต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ตลอดจนเอกลักษณ์ทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ปรากฏเป็นที่ประจักษ์ในมุมด้านการท่องเที่ยว และด้วยจุดแข็งทางด้านการท่องเที่ยวนี้เอง ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมักได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศในการซื้อหาเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึกหรือนำไปเป็นของฝากอยู่เสมอ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนก็ยังขาดการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สามารถควบคุมผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีการจัดการด้านวัตถุดิบไม่ดีพอ ตลอดจนการบรรจุสินค้าลงบรรจุภัณฑ์ที่มีความคลาดเคลื่อนทั้งด้านน้ำหนัก สี กลิ่น รส เป็นต้น ส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และไม่มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐาน จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันได้ของผลิตภัณฑ์ชุมชน (สำนักวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์และสำนักงานจังหวัดอุตรดิตถ์, 2548, อ่างใน ธานีชัย เจริญกุล, 2557)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เป็นสาเหตุที่ทำให้ภาครัฐต้องเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนโดยมุ่งให้ความสำคัญกับเรื่องของมาตรฐานสินค้า การดำเนินการด้านมาตรฐานสินค้าของประเทศไทยมีการดำเนินการออกข้อบังคับด้านมาตรฐานเพื่อใช้ในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลายๆประเภท โดยเริ่มจากการตราพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.๒๕๑๑ และกฎกระทรวงออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.๒๕๑๑ ซึ่งเป็นกฎหมายด้านการมาตรฐานฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไทยในช่วงแรกที่มีการพัฒนาด้านการอุตสาหกรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยสำหรับการใช้งาน อันเป็นการ

คุ้มครองประชาชน อุตสาหกรรมและระบบเศรษฐกิจของประเทศ (หมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.๒๕๑๑)

ต่อมาประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจในมิติต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีกระแสของการให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัย ในการบริโภคอาหารและยา ทำให้รัฐได้มีการกำหนดมาตรฐานทางด้านอาหารและยาเพิ่มเข้ามาเพื่อเป็นมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพการผลิตอาหารและยาให้มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย โดยรัฐได้มีการตราพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ และมีการดำเนินงานภายใต้พิจารณาของคณะกรรมการอาหารและยา และเมื่อปี พ.ศ.2551 ประเทศไทยได้มีการตราพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ โดยมีเจตนารมณ์ในการตราพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตรไว้ดังนี้ คือ ประเทศไทยกำลังเร่งรัดพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานและโดยที่ในปัจจุบันสินค้าเกษตรหลายชนิดทั้งที่ผลิตขึ้นในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศยังไม่มีมาตรฐานใช้บังคับเป็นเหตุให้สินค้าเกษตรด้อยคุณภาพและไม่ปลอดภัย ต่อผู้บริโภค ประชาชนขาดความเชื่อถือและส่งผลกระทบต่อ การประกอบกิจการค้าสินค้าเกษตรของไทย ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ (หมายเหตุแนบท้ายพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑)

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชน จะเห็นได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ในระดับฐานรากซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อพิจารณาตัวเลขทางเศรษฐกิจพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 16,879,027 ล้านบาท ในขณะที่ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) ในปี 2562 มีมูลค่า 5,963,156 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.3 ต่อ GDP รวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีสัดส่วนร้อยละ 34.6 และเมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจรายย่อย (Micro) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 496,187 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.9 วิสาหกิจ ขนาดย่อม (SE) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 2,575,443 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.3 และวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) มีมูลค่า GDP เท่ากับ 2,891,526 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.1 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) โดยวิสาหกิจชุมชนเป็นวิสาหกิจจัดอยู่ในประเภทของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2563) ตามนियามการแบ่งประเภทวิสาหกิจของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจรายย่อยจึงมีมูลค่า เท่ากับ 496,187 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.9 ของ GDP

ด้วยข้อมูลตัวเลขมูลค่า GDP ของ ปี 2562 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทวิสาหกิจในประเทศไทยที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาคบริการและภาคการค้ามีบทบาทเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนลดลง แสดงถึงระบบเศรษฐกิจของประเทศที่

พึ่งพารายได้จากการส่งออกสินค้าลดลง ในขณะที่การบริโภคภายในประเทศและภาคการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญมากขึ้น และภาคค้าปลีกค้าส่งได้แรงสนับสนุนจากเทคโนโลยีออนไลน์ และความเร็วของอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อการขยายตัวของ GDP ในภาคการค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จึงเป็นมาตรฐานสำคัญที่เข้ามามีบทบาทในการยกระดับด้านการมาตรฐานสินค้าชุมชนของประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลก็ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2564)

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทต่าง ๆ มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด

1.2.2 การพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพสูงขึ้นและแข่งขันได้มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

1.2.3 กระบวนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ควรมีการพัฒนาอย่างไรเพื่อเพิ่มคุณภาพและการแข่งขันของผู้ผลิต

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลลัพธ์ของการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้เครื่องหมาย มผช. และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่ยอมรับเชื่อมั่นและแข่งขันได้

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่อยู่ในกระบวนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 9 คน

1.5 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้อาศัยแนวคิดเครื่องมือเชิงนโยบาย (policy instrument) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (policy implementation) การรับรองมาตรฐาน (standardization) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) และความสามารถในการแข่งขันในตลาด (market competitiveness) เป็นกรอบแนวคิดในการตอบคำถามวิจัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ความหมายของคำในเอกสารนี้ มีดังต่อไปนี้

1. **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)** หมายถึง ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกลักษณ์เฉพาะอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. **การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง การให้การรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ตาม มผช.
3. **หน่วยรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชนตามข้อกำหนด มผช. ในที่นี้ดำเนินการโดย สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (สอจ.) ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “หน่วยรับรอง”
4. **คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กผช.)** หมายถึง คณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งให้พิจารณากำหนดนโยบาย ทิศทาง และแนวทางในการดำเนินงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. **ผู้ยื่นคำขอ** หมายถึง ผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยื่นขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
6. **ผู้ได้รับการรับรอง** หมายถึง ผู้ยื่นคำขอที่ผ่านการตรวจประเมินสถานที่ทำผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการตัดสินให้การรับรอง มผช.
7. **เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง เครื่องหมายการรับรองคุณภาพที่แสดงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

บทที่ 2

การทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีที่มาจากนโยบายจัดตั้งโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อผลิตและจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งสนับสนุน นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้การรับรองมาตรฐานดังกล่าวสามารถยกระดับการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะยาวได้

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

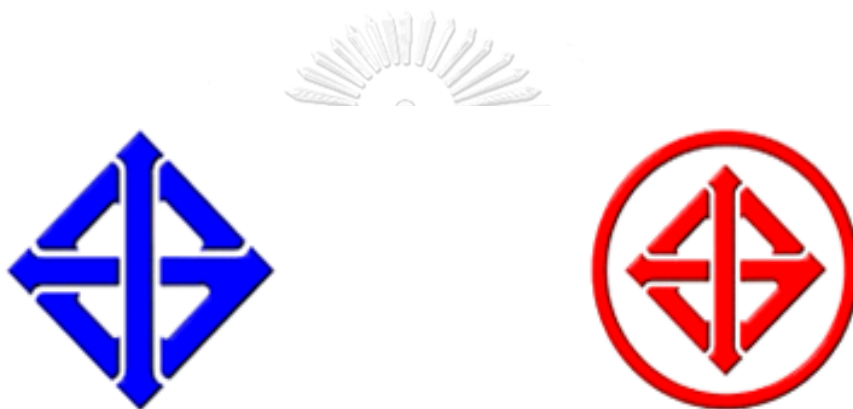
- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานในฐานะเครื่องมือเชิงนโยบาย
- 2.2 ความเป็นมาและหลักการของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
- 2.3 กระบวนการรับรองมาตรฐาน มผช. ในฐานะการนำนโยบายไปปฏิบัติ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการแข่งขันในตลาด
- 2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้า (standardization) ในฐานะเครื่องมือเชิงนโยบาย (policy instrument)

การรับรองมาตรฐาน (standardization) ของประเทศไทยมีการดำเนินงานด้านการมาตรฐานมาเป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว โดยมีการเริ่มดำเนินการอย่างจริงจังเมื่อมีการตราพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 ขึ้นในปี พ.ศ. 2511 โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวถือเป็นพระราชบัญญัติด้านการมาตรฐานฉบับแรกของประเทศไทย โดย สมอ. ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยการอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน จำนวน 2 แบบด้วยกัน คือ 1. เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ สมอ. กำหนดมาตรฐาน

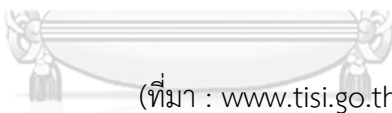
ของผลิตภัณฑ์นั้นไว้แล้วซึ่งผู้ผลิตสามารถยื่นขอการรับรองคุณภาพโดยสมัครใจ (มาตรฐานทั่วไป) เพื่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดในมาตรฐานและหลัก ประกันให้กับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพ มีความปลอดภัยคุ้มค่า และเหมาะสมกับราคา

2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เป็นเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและป้องกันความเสียหายอันอาจจะเกิดต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยส่วนรวม โดยกฎหมายบังคับผู้ผลิต ผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายแต่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไป ตามมาตรฐานแล้วเท่านั้น ซึ่งจะต้องมีเครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ติดแสดงไว้ทุกหน่วยเพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้น ได้ผ่านการตรวจสอบรับรองแล้วตามกฎหมาย



1. เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป

2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ



(ที่มา : www.tisi.go.th หัวข้อการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยเครื่องหมาย มอก. ทั้ง 2 รูปแบบข้างต้น เป็นการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการรับรองตามมาตรฐานของประเทศ ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่ประชาชนสามารถพบเห็นได้ทั่วไปบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งอุปโภคและบริโภค การดำเนินการด้านการมาตรฐานของรัฐหลังจกได้บังคับใช้พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 แล้ว รัฐก็ได้มีการดำเนินนโยบายด้านการมาตรฐานอย่างต่อเนื่องด้วยการขยายความครอบคลุมด้านมาตรฐานออกไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ ตามลำดับ เห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานถือเป็นเรื่องหลักที่รัฐให้ความสำคัญและผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้นแนวคิดด้านมาตรฐานยังเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายของรัฐที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้มุ่งศึกษามาตรฐานที่เป็นเครื่องมือเชิงนโยบายของรัฐ คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีที่มาจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อันเป็นนโยบายของรัฐบาลในขณะนั้น โครงการดังกล่าวมุ่งเน้น

กระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชน หรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีจุดเด่นและเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด (สถาบันการพัฒนาชุมชน, Model การพัฒนา OTOP สู่มิติใหม่, 2560)

สำหรับโครงการ OTOP ก็ได้นำเอาเรื่องของการมาตรฐานมาเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยรัฐได้มีการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ คือ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการแข่งขันในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตน โดยการจัดประกวดคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ (OTOP ไทย ระดับ 1 – 5 ดาว) จากการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานสูงขึ้นตามเกณฑ์การคัดสรรตามแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ สำหรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ก็ได้ถูกนำมาเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ในประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย (สถาบันการพัฒนาชุมชน, Model การพัฒนา OTOP สู่มิติใหม่, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน จากงานศึกษาระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภายใต้โครงการ “ธรรมศาสตร์โมเดล” ของหลักสูตรบัญชีและบริหารธุรกิจของคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ของชุมชนที่พบมากที่สุด และเหมือนกันทุกพื้นที่คือ สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ขาดการพัฒนาให้ชวนซื้อ ทั้งในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อหรือแบรนด์ ที่เปรียบเสมือนหน้าตาของสินค้า หากบรรจุภัณฑ์ไม่มีความดึงดูดก็อาจจะทำให้ความสนใจในตัวสินค้าของผู้บริโภคตกลง อีกทั้งยังขาดข้อมูลรายละเอียดสินค้า ทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจ และขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (วีชรี ภูรักษา, 2560) เห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานถือเป็นอุปสรรคในการแข่งขันได้ของผู้ผลิตชุมชน อีกทั้งปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นสินค้า OTOP ที่ไม่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค เนื่องจากไม่มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์และไม่ได้รับรองมาตรฐาน (สำนักวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์และสำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์, 2548 อ่างใน ธันญนัย เจียรกุล, 2557) จากบทความดังกล่าวเห็นได้ว่าการเผยแพร่หรือการเข้าถึงการรับรู้การส่งเสริมด้านการมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ

นอกจากนี้สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) ได้จัดทำรายงานการศึกษาโครงการพัฒนาเครือข่ายการค้าสินค้าเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดหนองคาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่าในการยกระดับประเทศไทยให้ก้าวออกจากประเทศในกลุ่มกับดักรายได้ปานกลางนั้น จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับท้องถิ่น ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดำเนินการโดยวิสาหกิจชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเป็นที่ยอมรับของ

ผู้บริโภคและแข่งขันได้ ในระดับสากล โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้มีการดำเนินการภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนาด้านการมาตรฐานอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานที่อยู่ในความรับผิดชอบของ สมอ.

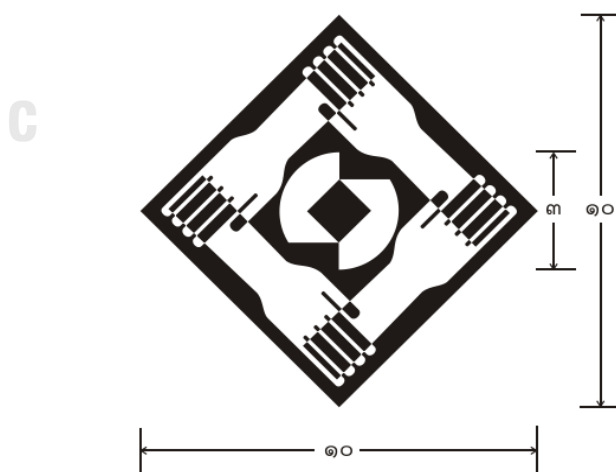
ด้วยเครื่องหมายมาตรฐานที่แสดงอยู่บนผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเครื่องหมาย ออย. ของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อาหาร (วิญวรรณ กอบัว, ปัญญา หมั่นเก็บ และ ชำรงค์ เมฆโหรา, 2559) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเครื่องหมาย ออย. ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร ผลการศึกษาพบว่าประชาชนได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ออย. จากแหล่งโทรทัศน์/วิทยุมากที่สุด การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับเครื่องหมาย ออย.อยู่ในระดับปานกลาง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่ามีเพียงปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับเครื่องหมาย ออย. และผู้บริโภคยังให้ความสำคัญและใส่ใจอ่าน วัน เดือน ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารยังมีคุณภาพก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรณิพันธ์ (2550 อ้างใน วิญวรรณ กอบัว และคณะ, 2559) ที่ได้ศึกษาการยอมรับเครื่องหมาย Q Mark ของผู้บริโภคในสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่เครื่องหมาย Q Mark เพราะมั่นใจว่ามีคุณภาพและความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการยอมรับ เครื่องหมาย Q Mark จากงานวิจัยดังกล่าว เห็นได้ว่าเครื่องหมายมาตรฐานนั้นส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้าของประชาชน ทั้งนี้เครื่องหมายมาตรฐานด้านต่างๆที่ต้องได้รับการประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่ประชาชนสามารถรับรู้ได้ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวองค์กร และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆไปยังประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในเนื้อหาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นวิชาการมากนัก

สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการให้การรับรอง มผช. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้มีการจัดทำบทวิเคราะห์ที่ได้จากการสำรวจความพึงพอใจต่อการขอรับอนุญาตเครื่องหมาย มผช. (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2563) ที่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสียงสะท้อนจากผู้ประกอบการพบว่า ระยะเวลาการขอเครื่องหมายรับรอง มผช.ใช้เวลานาน ต้องการให้ภาครัฐปรับข้อกำหนดให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ต้องการให้มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และลดปริมาณการนำส่งผลิตภัณฑ์เพื่อการทดสอบมาตรฐานลง นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเห็นว่าภาครัฐควรจัดเจ้าหน้าที่เข้าไปให้คำแนะนำในการขอรับเครื่องหมาย มผช. ยังสถานที่ผลิต จากเสียงสะท้อนเหล่านี้ จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการมองว่าต้นทุนของการขอ มผช. ค่อนข้างสูง และต้องการให้ภาครัฐลดภาระต้นทุนที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการในกระบวนการให้การรับรอง มผช.

2.2 ความเป็นมาและหลักการ มผช.

หลังจากรัฐบาลภายใต้การนำของนายทักษิณ ชินวัตร ได้ดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จนสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ก็ได้มีความพยายามที่จะกำหนดมาตรฐานของสินค้าเหล่านั้น ดังนั้นในปี พ.ศ. 2545 คณะอนุกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพและพัฒนาเทคโนโลยี ในคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ. นตผ.) จึงได้มอบหมายงานให้กระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินการให้เกิดการรับรองมาตรฐานและสร้างเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้ได้เสนอจัดสรรเงินงบประมาณปี 2546 ให้จำนวน 15 ล้านบาท โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ผู้แทน อก. ในคณะอนุกรรมการฯ) เป็นผู้ประสานงานและสนับสนุนข้อมูลของการดำเนินการในเรื่องนี้ ต่อมา ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ 400/2545 สั่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2545 แต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กผช.) คณะแรกขึ้น โดยมีเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นประธานคณะกรรมการ เห็นได้ว่านโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP มีความเชื่อมโยงและเป็นที่มาของนโยบายที่ส่งเสริมด้านมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนในเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น

ลักษณะของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีลักษณะดังนี้



เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีลักษณะเป็นรูปมือประสานต่อเนื่องกันภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัส เอียงเป็นมุม ๔๕ องศา มีสัดส่วนของเครื่องหมายตามรูปและมีขนาดเท่าใดก็ได้

ที่มา : ประกาศคณะกรรมการ กผช. ฉบับที่ 1/2564 ลงวันที่ 4 ม.ค. 64

เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

วัตถุประสงค์ของ มผช. ที่วางไว้ ดังนี้ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, มปป.)

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรอง
2. ส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ผลิตระดับชุมชนในการหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตลอดจนผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืนยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากที่มำดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ 262/2563 ลงวันที่ 15 กันยายน 2563 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กผช.) ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยคำสั่งดังกล่าวได้วางหลักการเพื่อดำเนินการด้านการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยการแต่งตั้งคณะกรรมการ กผช. ขึ้นมาเป็นคณะทำงานเกี่ยวกับการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะ โดยให้คณะกรรมการ กผช. มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ (คำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ 262/2563)

1. กำหนดนโยบาย ทิศทาง และแนวทางในการดำเนินงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. พิจารณากำหนด แก้ไข และยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน และติดตามผลภายหลังจากการได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์
4. ส่งเสริมการพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ผลิตในชุมชน และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ เพื่อช่วยปฏิบัติงานหรือดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย
6. ดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามที่ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมอบหมาย

คณะกรรมการ กผช. ประกอบไปด้วย (คำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ 262/2563)

- | | |
|--|------------------|
| 1. เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม | ประธานกรรมการ |
| 2. รองเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม | รองประธานกรรมการ |
| ที่ได้รับมอบหมายให้กำกับดูแลกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน | |
| 3. ผู้แทนกรรมการพัฒนาชุมชน | กรรมการ |
| 4. ผู้แทนกรมส่งเสริมการเกษตร | กรรมการ |

5. ผู้แทนกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรรมการ
6. ผู้แทนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรรมการ
7. ผู้แทนสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กรรมการ
8. ผู้แทนสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรรมการ
9. ผู้แทนสถาบันอาหาร กรรมการ
10. ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรรมการ
11. ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรรมการ
12. ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรรมการ
13. ผู้แทนหอการค้าไทย กรรมการ
14. ผู้แทนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กรรมการ
15. ผู้แทน บริษัท โอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด กรรมการ
16. ผู้แทนสมาคมของขวัญของข้าวสวยไทยและของตกแต่งบ้าน กรรมการ
17. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 1 กรรมการ
18. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 2 กรรมการ
19. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 3 กรรมการ
20. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 4 กรรมการ
21. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 5 กรรมการ
22. ประธานคณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินงาน
การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรกลุ่มที่ 6 กรรมการ
23. ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กรรมการและ
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เลขานุการ

24. ผู้แทนกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

กรรมการและ
ผู้ช่วยเลขานุการ

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กผช.) ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาจากกลุ่มผู้แทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกลุ่มผู้แทนของหน่วยงานด้านการรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทั้งอุปโภคและบริโภค มาร่วมกันขับเคลื่อนตามอำนาจหน้าที่ โดยคณะกรรมการจะกำหนดนโยบาย ทิศทาง และแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนา การติดตาม ประเมินผล และดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

จากเอกสารทางราชการ ผู้อ่านจะยังไม่เข้าใจพลวัตที่เกิดขึ้นในขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่าเป็นเช่นไร ผู้วิจัยจะหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับมุมมองของหน่วยงานนโยบายไปปฏิบัติต่อการกิจดังกล่าว ว่าสอดคล้องกับเอกสารนโยบายหรือไม่ โดยหน่วยงานนโยบายไปปฏิบัติ ในที่นี้คือ กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.3 กระบวนการรับรองมาตรฐาน มผช. ในฐานะการนำนโยบายไปปฏิบัติ

แนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) นั้น เป็นแนวทางและวิธีการในการขับเคลื่อนนโยบายที่วางไว้มาสู่การปฏิบัติเพื่อให้นโยบายต่าง ๆ ที่วางไว้ได้ขับเคลื่อน โดยเป็นการกำหนดวิธีการ หลักเกณฑ์ เงื่อนไข ตลอดจนรูปแบบการประเมินผล เพื่อให้ฝ่ายปฏิบัติ กล่าวคือข้าราชการประจำสามารถดำเนินการตามนโยบายได้อย่างตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ออกนโยบายได้วางไว้ และเพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ของการดำเนินนโยบายว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ (สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทร์แดง, 2561)

กระบวนการนำเอานโยบายมาปฏิบัติของการรับรองมาตรฐาน มผช. มีภารกิจที่สำคัญอยู่ 4 ด้าน ได้แก่

- 2.3.1 งานด้านการกำหนดมาตรฐาน
- 2.3.2 งานด้านการให้การรับรองมาตรฐาน
- 2.3.3 งานด้านการตรวจติดตาม
- 2.3.4 งานพัฒนาผู้ผลิตชุมชน

ในการดำเนินนโยบายด้านการรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชน จะมีหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติหลัก ๆ คือ สมอ. โดย กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งหน่วยงานย่อยของ

กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนภารกิจในแต่ละด้านให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกัน โดยมีอยู่สี่หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามภารกิจข้างต้น ได้แก่

ภารกิจแรกคือการกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไขในการขอรับเครื่องหมาย มผช. ซึ่งเป็นภารกิจงานของกลุ่มงานกำหนดมาตรฐานมีหน้าที่ในทางวิชาการการกำหนดมาตรฐานอันเป็นที่มาของการกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การขอรับเครื่องหมาย มผช.

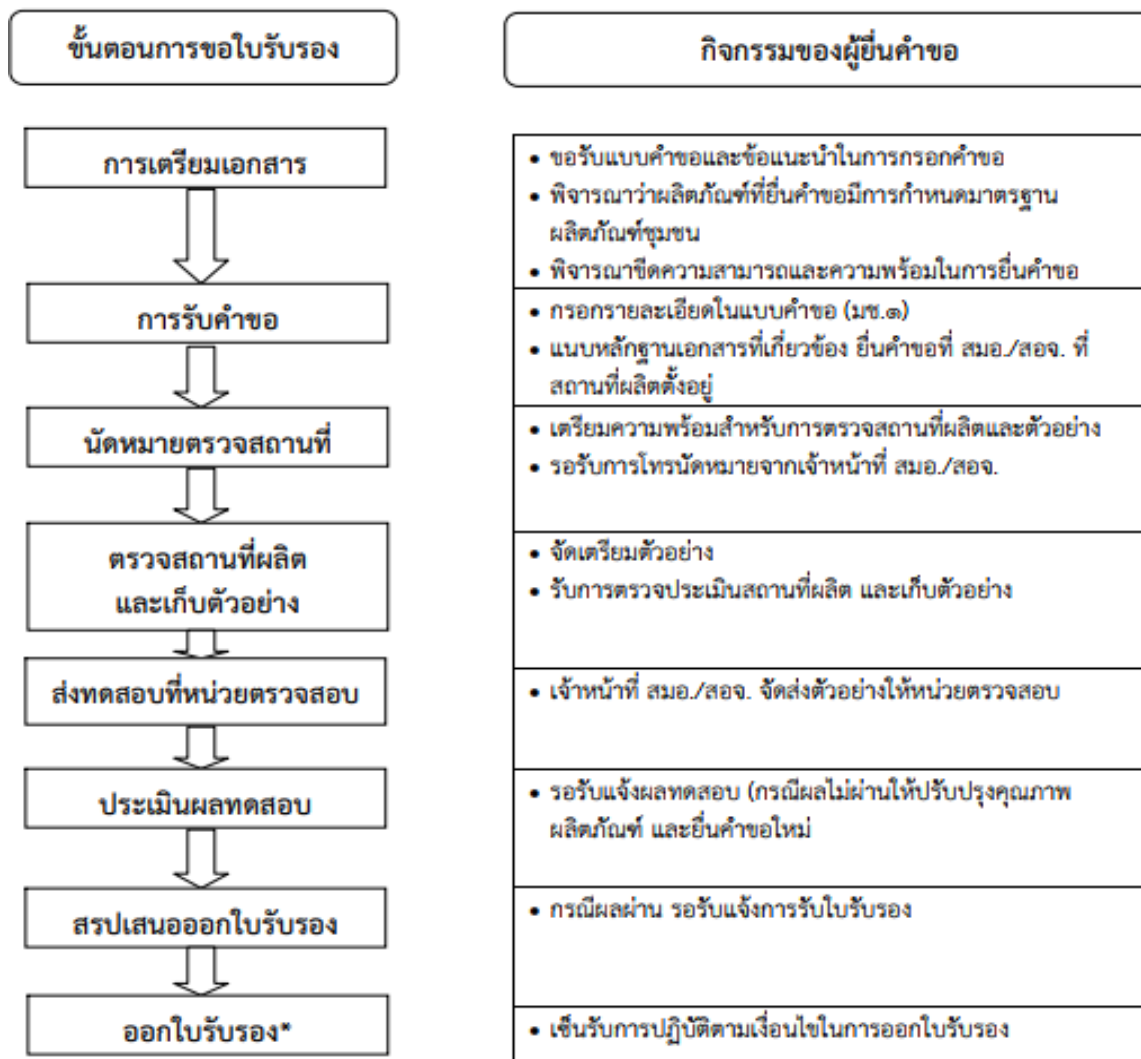
ภารกิจที่สองคือภารกิจการให้การรับรองมาตรฐาน ซึ่งเป็นภารกิจของกลุ่มงานรับรองคุณภาพ ซึ่งมีหน้าที่ในการรับแบบคำขอรับการรับรองเครื่องหมาย มผช. และนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณา ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการนำมายื่นขอ มผช. ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่สำนักงานกำหนดไว้

ภารกิจที่สามคือการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นภารกิจของกลุ่มงานตรวจติดตามผล มีหน้าที่ในการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง มผช. ไปแล้ว ว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ยังคงมีคุณภาพและมีมาตรฐานเหมือนเดิมตามที่ได้ขอรับการรับรองเหมือนตอนที่นำผลิตภัณฑ์มายื่นขอหรือไม่

ภารกิจสุดท้ายคือภารกิจด้านการพัฒนาผู้ผลิตชุมชน ซึ่งเป็นภารกิจของกลุ่มงานพัฒนาวิชาการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภารกิจพัฒนานี้จะเป็นการดำเนินงานในส่วนของการจัดทำสื่อ คู่มือ มผช. และการจัดสัมมนาพัฒนาผู้ผลิตชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ในส่วนของหน่วยงานรัฐผู้ให้การรับรองนี้ จะต้องใช้ทรัพยากรในส่วนของเงินงบประมาณแผ่นดินและบุคลากร ในการดำเนินงานตามกระบวนการให้การรับรอง มผช. โดยงบประมาณที่กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในฐานะหน่วยงานหลักของการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ใช้ในการดำเนินงานตามแผนการเบิกจ่ายตลอดปีงบประมาณ ที่จำนวน 3,800,000 บาท (เอกสารงบประมาณประจำปี 2564) ซึ่งงบประมาณดังกล่าวเป็นงบประมาณที่กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกลุ่มภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน มผช. ทั้งสี่กลุ่มงานได้เขียนโครงการและประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไว้ร่วมกัน

สำหรับกระบวนการรับรองของ มผช. กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะนำเอาหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการ กผช. กำหนดไว้มาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผู้ประกอบการนำมาเพื่อยื่นขอรับการรับรอง โดยเจ้าหน้าที่ผู้พิจารณาให้การรับรองจะต้องมีความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องของหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เนื่องจากเป็นผู้ปฏิบัติงานและเป็นผู้ที่ต้องสื่อสารกับผู้ประกอบการที่มายื่นขอรับการรับรองผลิตภัณฑ์ โดยกระบวนการในการขอรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกระบวนการ ดังนี้



CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา : เอกสารการขอใบรับรองแสดงเครื่องหมาย

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จัดทำโดยกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

หน่วยรับรอง มผช. ที่มีหน้าที่รับยื่นแบบคำขอและพิจารณาคำขอใบรับรองแสดงเครื่องหมาย มผช. มีอยู่ด้วยกัน 2 หน่วยรับรอง ได้แก่

1. ยื่นคำขอได้ที่กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ส่วนกลาง) และ 2. ยื่นคำขอได้ที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดทั่วประเทศ (ส่วนภูมิภาค) การดำเนินงานก็จะมีเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาตรวจแบบคำขอและให้คำแนะนำ

เกี่ยวกับเครื่องหมาย มผช. จากนั้นก็จะนำเอาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการชุมชนนำมายื่นขอ มผช. เข้าสู่กระบวนการพิจารณาอนุญาตตามกระบวนการดังที่แสดงไว้ข้างต้น

เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการยื่นขอรับการรับรองเครื่องหมาย มผช. จะมีอยู่ด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ เงื่อนไขในการยื่นขอ มผช. และเงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับการรับรองแล้ว (ประกาศคณะกรรมการ กผช. ฉบับที่ 1/2564 ลงวันที่ 4 ม.ค. 64)

เงื่อนไขลักษณะแรก คือ การยื่นขอ มผช. จะมีเงื่อนไขของผู้ยื่นคำขอ ดังนี้
ผู้ยื่นคำขอ ต้อง

1. เป็นผู้ทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เป็นผู้แอบอ้าง หรือทำการผลิตแอบแฝง และมีคุณสมบัติในข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้
 - (1) บุคคลทั่วไป
 - (2) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับหน่วยงานราชการหรือกลุ่มตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน
 - (3) นิติบุคคล ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ยื่นคำขอต่อหน่วยรับรองตามแบบคำขอที่กำหนด โดยระบุรายละเอียดของผู้ยื่นคำขอผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอรับการรับรองให้ครบถ้วน พร้อมกับจัดเตรียมการทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับการตรวจประเมิน ทั้งนี้ ให้ยื่นคำขอตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน ของปีงบประมาณเท่านั้น
3. ยอมรับการปฏิบัติตามข้อกำหนดทั่วไปในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
4. ปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมก่อน ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอรับการรับรองมีกฎหมายอื่นควบคุมอยู่ เช่น ได้รับการอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข กรมสรรพสามิต

เงื่อนไขลักษณะที่สอง คือ เงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับการรับรอง

ผู้ได้รับการรับรอง ต้อง

1. รักษาระบบการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง ให้เป็นไปตามมาตรฐานตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง
2. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งที่ประกาศใช้แล้ว หรือที่จะประกาศใช้บังคับในภายหน้า
3. นำใบรับรองให้แสดงเครื่องหมาย มผช. และเครื่องหมาย มผช. ไปใช้อ้างอิงได้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้ขอบข่ายที่ได้รับการรับรองเท่านั้น
4. ยุติการใช้ใบรับรองและเครื่องหมาย มผช. เมื่อสิ้นอายุเวลาการรับรอง หรือในทันทีที่มีการพักใช้ หรือยกเลิก หรือเพิกถอนการรับรอง
5. จัดเตรียมเอกสารหลักฐานและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการร้องเรียนผลิตภัณฑ์ภายใต้ขอบข่ายที่ได้รับการรับรอง
6. แจ้งให้หน่วยรับรองทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เช่น การเปลี่ยนผู้ติดต่อประสานงาน การจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อนิติบุคคล การย้ายสถานที่ การปรับกระบวนการที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ภายใต้ขอบข่ายที่ได้รับการรับรอง

การที่คณะกรรมการ กผช. ได้กำหนดเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการยื่นขอรับการรับรองเครื่องหมาย มผช. ออกเป็น 2 ลักษณะข้างต้นนั้น จะเป็นการจำแนกผู้ผลิตชุมชนที่นำเอาผลิตภัณฑ์ของตนเองมาขอรับการรับรอง มผช. โดยลักษณะแรกจะเป็นเงื่อนไขการยื่นขอ ซึ่งจะเป็นการกำหนดเงื่อนไขและคุณสมบัติทั่วไปของผู้ประกอบการชุมชนตามที่คณะกรรมการ กผช. กำหนดไว้

เงื่อนไขลักษณะที่สอง เงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับการรับรอง จะเป็นการกำหนดว่าเมื่อผู้ประกอบการได้รับการรับรองให้แสดงเครื่องหมาย มผช. บนผลิตภัณฑ์ที่นำมายื่นขอแล้วนั้น จะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเงื่อนไขอย่างไรบ้าง โดยมีการกำหนดเงื่อนไขที่ผู้ผลิตชุมชนต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง

สำหรับต้นทุนของกระบวนการขอรับการรับรองและการให้การรับรองนั้น ผู้ประกอบการจะมีต้นทุนในการดำเนินการตามนโยบายด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์หลักๆ คือ ค่าธรรมเนียมการขอใบรับรอง มผช. ที่ต้องนำมาดำเนินการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผู้ประกอบการนำมายื่นขอ โดยมีการส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไปทดสอบยังสถานที่ทดสอบเฉพาะของแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ภาครัฐได้ยกเว้นการเก็บค่าทดสอบจากผู้ประกอบการตามที่

ระบุไว้ในคำชี้แจงประกอบการยื่นคำขอรับใบรับรองแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับผลิตภัณฑ์ (แบบ มช.๑) ดังนั้นต้นทุนในการตรวจสอบ ทดสอบ รับรองผลิตภัณฑ์จึงเป็นต้นทุนที่ภาครัฐให้การสนับสนุน รวมถึงค่าใช้จ่ายในส่วนของ การดำเนินการภายใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนการจัดสัมมนาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมาจากเงินงบประมาณแผ่นดินที่ สมอ. ได้รับการจัดสรรไว้

2.4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการแข่งขันในตลาด

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญแก่มุมมองของผู้ผลิตที่มุ่งผลิตสินค้าเพื่อสร้างกำไรและความเติบโตให้กับธุรกิจ โดยจะพิจารณาแนวคิดที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดความสามารถในการแข่งขันในตลาด และแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.4.1 แนวคิดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

สำหรับการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่จะต้องพึงกลไกของตลาดในการขายสินค้าหรือบริการ กล่าวคือ การทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการต้องมีการทำการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการหรืออุปสงค์ เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคในทางตลาดแล้ว การที่ผู้ผลิตจะสามารถประสบความสำเร็จทางการตลาดได้จะต้องมีการวางแผนและบริหารแนวคิดการตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การตลาด และบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจและผู้บริโภคได้ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2545 อ่างใน กรมการพัฒนาชุมชน, 2560) เช่นเดียวกัน สอดคล้องกับ สุตาพร กุณฑลบุตร 2557 อ่างใน กรมการพัฒนาชุมชน, 2560) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารการตลาด หมายถึง แนวทางในการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคความต้องการของตลาดเป้าหมาย และสามารถที่จะนำเสนอสิ่งตอบสนองความต้องการในสิ่งนั้นหรือความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อมากกว่าคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จของกิจการ ซึ่งมีแนวความคิดในการบริหารทางการสมัยใหม่คือพยายามจะเชื่อมโยงกิจการเข้ากับลูกค้าด้วยวิธีต่าง ๆ มีการพัฒนาและศึกษาเพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ และมีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความรู้อันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับผู้บริโภค

จากที่ได้กล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสามารถสรุปได้ตั้งนี้ว่าการตลาดถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้ผู้ประกอบการสามารถทราบถึงวิธีการนำผลิตภัณฑ์ของตนไปอยู่ในตลาดและเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ หากผู้ประกอบการสามารถ “ตีโจทย์แตก” ด้วยการมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของตนอย่างแท้จริงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด

ความสามารถในการแข่งขันในตลาด (market competitiveness) หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการที่มีต่อกิจกรรมในตลาด ในการแข่งขันในตลาดที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญนั้นสามารถแบ่งเป็นคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม (นภวรรณ คณานุรักษ์, 2557) คู่แข่งทางตรงซึ่งประกอบด้วยการแข่งขันระดับผลิตภัณฑ์ (product competition) และการแข่งขันระดับตราสินค้า (brand competition) และการแข่งขันอีกสองลำดับต่อมาจัดเป็นการแข่งขันทางอ้อม คือ การแข่งขันระดับงบประมาณ (total budget competition) การแข่งขันระดับทั่วไป (generic competition) เห็นได้ว่า การแข่งขันในตลาดของผู้ประกอบการมีความท้าทายเนื่องปัจจุบันการแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้นและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางตลาดอย่างรวดเร็ว กอรปกับมีผู้ประกอบการที่เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น การแข่งขันด้านต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถมีพื้นที่อยู่ในตลาดได้ ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่แตกต่างกัน

ความท้าทายด้านการแข่งขันในตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน อยู่ที่การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และความสามารถในการสร้างแบรนด์ของตนเอง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยึดโยงกับอัตลักษณ์ ความเป็นมา หรือภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกันออกไป ความท้าทายด้านการแข่งขันประการแรกของผู้ผลิตชุมชน คือความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมักเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะ ซึ่งการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าวก็จะมีความท้าทายของผู้ประกอบการว่าต้องรู้ว่าการเข้าถึงพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าของตนนั้นอยู่ที่ไหนบ้าง และมีช่องทางใดในตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางมากที่สุด เช่น การให้ความสำคัญกับการออกร้านแสดงสินค้า ออกบูธ ออกงานสินค้าชุมชน ต่าง ๆ ซึ่งพื้นที่เหล่านี้จะเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าร่วมอยู่เสมอ และความท้าทายอีกประการของการแข่งขันในตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ความสามารถในการสร้างแบรนด์ของตนเอง ในการสร้างแบรนด์ของตนเองนี้ผู้ผลิตชุมชนต้องเข้าใจถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์ตัวเองอย่างแท้จริง เพื่อประโยชน์ในการนำเสนออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของตนมาสร้างมูลค่าเพิ่มและผู้บริโภคสามารถเห็นถึงที่มาและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจนจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อและการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ๆ

ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละแห่งก็จะมีความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งความแตกต่างที่ว่านั้นเป็นความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากตัวผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ของผู้ประกอบการเอง การแข่งขันในตลาดถือว่าผู้บริโภคเป็นคนตัดสินใจว่าจะให้ใครเป็นผู้ชนะก็มาจากการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นนั่นเอง และการที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนเข้าไปอยู่ในใจ หรืออยู่ในความคิดอ่านของผู้บริโภคให้ได้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2560.) เมื่อใดก็ตามที่ผู้บริโภคเกิดความไว้นือเชื่อใจในตัวผลิตภัณฑ์หรือความ

จงรักภักดีในแบรนด์สินค้าแล้ว ผู้ประกอบการก็สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ผู้บริโภคสะท้อนกลับมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนและเป็นตัวชี้บ่งในเรื่องของความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ เช่น ผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าไหม จะนำเอาอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเองโดยมักนำเสนอออกมาในรูปแบบของลวดลายผ้าไหม ความพิถีพิถันในการทอ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.4.2 แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือเป็นการเปิดโอกาสให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองในการสร้างจุดขายใหม่ๆ รวมถึงเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเป็นที่ต้องการของตลาด ด้วยปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคมีความหลากหลายและมีค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าทั้งประเภทอุปโภคและบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัวโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมที่เกิดขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นมีทั้งการพัฒนาโดยอาศัยเทคโนโลยีสูงและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูง ความแตกต่างกันของรูปแบบการพัฒนาอยู่ที่ว่าผู้ประกอบการมีความสามารถและความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลตอบรับที่ได้หลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปแล้วมีความคุ้มค่าและช่วยยกระดับแบรนด์ของตนเองได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ในด้านหนึ่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็จัดเป็นกิจกรรมทางการตลาด และเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ด้วย

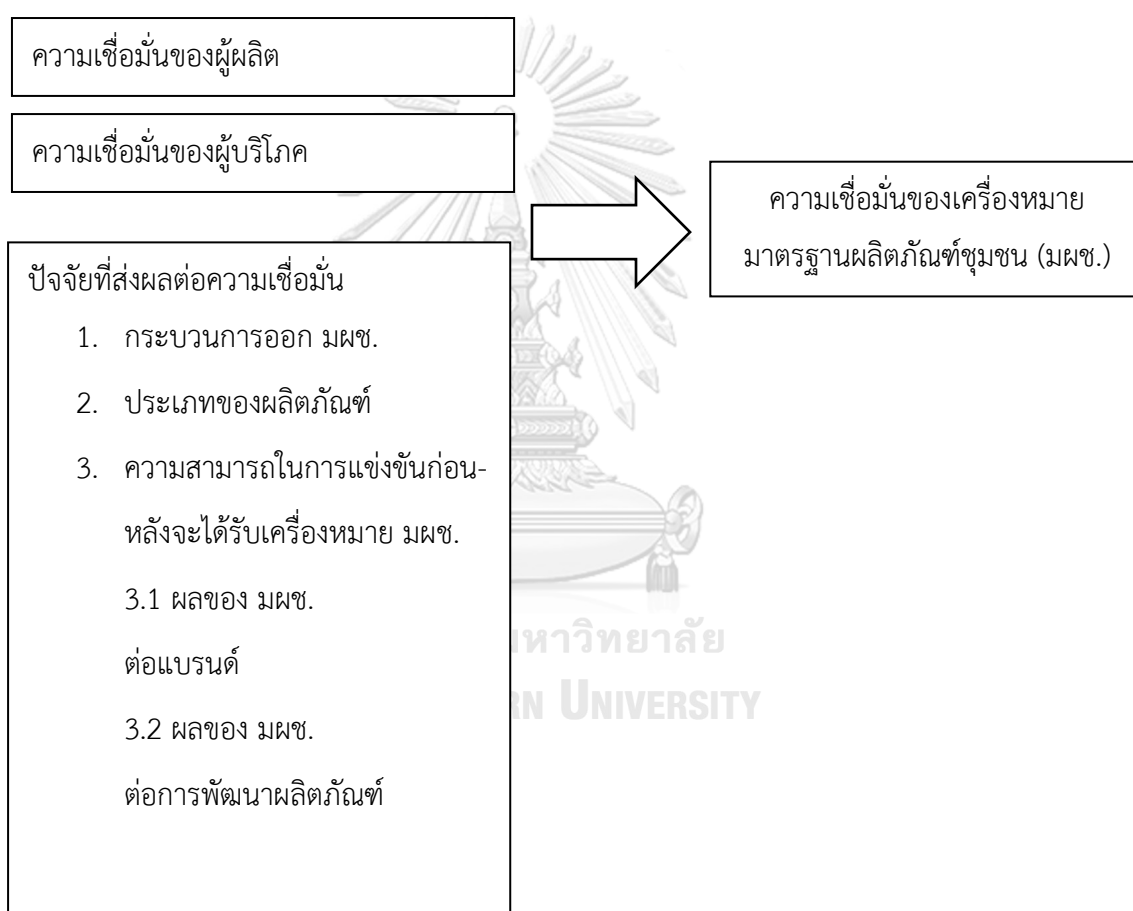
แนวคิดอีกประการหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือการควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถทำการผลิตสินค้าออกมาได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสมกับราคา มีความเรียบร้อย ประณีตสวยงาม และสามารถนำไปใช้งานได้เป็นอย่างดี (กิตติคุณ แจ่มโสภณ, 2552, น.3) การควบคุมนี้ทำได้ทั้งในระดับผู้ประกอบการเอง และระดับรัฐ โดยการควบคุมคุณภาพระดับผู้ประกอบการนั้นจะเป็นการควบคุมกระบวนการผลิตของตนให้มีประสิทธิภาพโดยอาศัยเครื่องมือ ชั่ง ตวง วัด ที่มีมาตรฐานมาเข้ามาเป็นตัวช่วยในกระบวนการผลิต ส่วนการควบคุมคุณภาพในระดับรัฐนั้นจะเป็นการดำเนินการเชิงนโยบายในการนำเอาหลักการด้านการมาตรฐานให้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีคุณภาพมากขึ้น ดังนั้น การควบคุมคุณภาพกระบวนการผลิตจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจากกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการนั้นมีคุณภาพเหมือนกันทุกชิ้น ซึ่งทำให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตชุมชนสูงขึ้นตามไปด้วย

สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างท้าทาย เพราะปัจจุบันปัจจัยการเลือกซื้อหรือเทรนด์ของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึง

ถือเป็นการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หากมีอยู่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในด้านความสามารถของการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะตลาดในปัจจุบันได้

2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยขึ้นนี้ได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ความเชื่อมั่นของเครื่องหมาย มผช. นั้นเกิดจากหลายปัจจัย ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ มผช. ในแง่มุมต่าง ๆ ทั้ง ผู้ผลิต ผู้บริโภค และภาครัฐที่มีหน้าที่ในการดำเนินการด้านการให้การรับรอง มผช. ว่ามีมุมมองหรือเสียงสะท้อนอย่างไรมาเป็นสิ่งบ่งชี้ต่อความเชื่อมั่นของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่อง ความเชื่อมั่นของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึกและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดย ออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) กล่าวคือเป็นการสัมภาษณ์แบบมีชุดคำถามที่เหมือนกันสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคน แต่เปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์ถามนอกเหนือจากรายการคำถามดังกล่าวได้ ซึ่งเป็นกระบวนการ วิจัย (methodology) ที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง เบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูลโดย การทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มผช.) มาเป็นแนวทางในการคิดข้อคำถามในการสัมภาษณ์รวมถึงการ ดำเนินการวิจัยนี้ด้วย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ตั้งแต่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ มผช. ตั้งแต่ต้นทาง ไปถึงปลายทางของ กระบวนการออกเครื่องหมายมผช. ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผู้ให้ข้อมูล ออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ข้าราชการสังกัดกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
2. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผู้วิจัยแสดงตารางแหล่งข้อมูลของงานวิจัย (ผู้ให้สัมภาษณ์) โดยเป็นการใช้นามแฝงในการ นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ข้าราชการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้แก่

| ชื่อ นามสกุล | ความเกี่ยวข้องกับเครื่องหมาย (มผช.) | วิธีการสัมภาษณ์ |
|---------------------------|--|---|
| 1. นายประสงค์ ประสงค์เพชร | ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน และเลขานุการคณะกรรมการ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กผช.) | สัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face) 22 เมษายน 2564 |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| 2. นางสาวสุมาลี (นามสมมติ) | นักวิชาการมาตรฐานชำนาญการพิเศษ (ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาวิชาการมาตรฐาน) | สัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face) 29 มีนาคม 2564 |
| 3. นางสาวสุชมาล (นามสมมติ) | นักวิชาการมาตรฐานชำนาญการพิเศษ (ผู้อำนวยการกลุ่มกำหนดมาตรฐาน) | สัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face) 29 มีนาคม 2564 |

2. ผู้ผลิตชุมชน ได้แก่

| ชื่อ นามสกุล | ความเกี่ยวข้องกับเครื่องหมาย (มผช.) | วิธีการสัมภาษณ์ |
|--------------------------|--|---|
| 1. คุณแดง (นามสมมติ) | กลุ่มน้ำพริก OTOP และ อาหารทะเลแปรรูป (ได้รับเครื่องหมาย มผช.) | สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และ ขออนุญาตบันทึกเสียง 31 มีนาคม 2564 |
| 2. คุณพจน์ (นามสมมติ) | ผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้ จังหวัดภูเก็ต (ได้รับเครื่องหมาย มผช.) | สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และ ขออนุญาตบันทึกเสียง 19 เมษายน 2564 |
| 3. คุณหนามเตย (นามสมมติ) | ผู้ผลิตกล้วยฉาบ จังหวัดเพชรบุรี (ไม่ได้รับเครื่องหมาย มผช.) | สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และ ขออนุญาตบันทึกเสียง 20 เมษายน 2564 |

3. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่

| ชื่อ นามสกุล | ความเกี่ยวข้องกับเครื่องหมาย (มผช.) | วิธีการสัมภาษณ์ |
|--------------------------|--|---|
| 1. คุณณัฐธิดา (นามสมมติ) | ผู้บริโภคสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประเวศ กทม.) | สัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face) 29 มีนาคม 2564 |

| | | |
|--------------------------|---|--|
| 2. คุณศรินทรา (นามสมมติ) | ผู้บริโภคนสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ ชุมชน (จังหวัดเพชรบุรี) | สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และ ขออนุญาตบันทึกเสียง 1 เมษายน 2564 |
| 3. คุณสุภัทรา (นามสมมติ) | ผู้บริโภคนสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ ชุมชน (คลองสามวา กทม.) | สัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face) 4 เมษายน 2564 |

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ใช้การเก็บข้อมูลเชิงลึก (in-depth interview) จากการสัมภาษณ์รายบุคคลแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) โดยใช้ชุดคำถามปลายเปิดจำนวน 3 ชุดคำถาม แตกต่างกันตามกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คำถามมีลักษณะปลายเปิดเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้ขยายบทสัมภาษณ์ไปจนถึงประเด็นสำคัญที่อยู่ในการศึกษาวิจัย โดยที่ผู้วิจัยได้วางโครงสร้างในประเด็นที่สำคัญๆไว้ในแบบสัมภาษณ์ของทั้ง 3 กลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ มผช. ดังนี้

3.2.1 ข้อมูลเชิงลึกจากข้าราชการ สมอ.

- ความคาดหวังต่อเครื่องหมาย มผช.
- ปัญหาด้านการกำหนดมาตรฐาน
- การนำนโยบายไปปฏิบัติ

3.2.2 ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ผลิตชุมชน

- ความสามารถในการแข่งขัน
- ความเชื่อมั่นต่อ มผช. รัฐ
- การให้ความรู้ด้านมาตรฐานจากภาครัฐ

3.2.3 ข้อมูลเชิงลึกจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์ชุมชน
- การรับรู้เครื่องหมาย มผช.

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์สำระสำคัญ (thematic analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูลบทสัมภาษณ์ตามประเด็นหลักที่พบ จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย และหัวข้อย่อย อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์ที่ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพที่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องของความเชื่อมั่นของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล มีนาคม 2564 – เมษายน พ.ศ. 2564



บทที่ 4 บทวิเคราะห์ผลการศึกษา

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลจากการสัมภาษณ์โดยสังเขป พบว่า ประเภทของสินค้า และลักษณะของผู้ผลิต มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและผู้บริโภคต่อเครื่องหมาย มผช. โดยในส่วนของผู้ผลิต พบว่า การได้มาซึ่งเครื่องหมาย มผช. เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่ต้องอาศัยหน้าร้าน ผู้ผลิตรายใหญ่ที่อยู่ในตลาดมานานแล้วมีแนวโน้มจะได้รับประโยชน์จากการขอ มผช. มากกว่าผู้ผลิตหน้าใหม่หรือผู้ผลิตรายเล็ก ในส่วนของผู้บริโภค แม้ว่าเครื่องหมาย มผช. จะไม่เป็นที่รู้จักหรือสนใจมากนัก เพราะผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมักเลือกซื้อสินค้าจากความประทับใจในอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและการพูดถึงคุณภาพของสินค้ากันแบบปากต่อปากมากกว่าการดูเครื่องหมาย แต่ผู้บริโภคสินค้าบางชนิด เช่น ผ้าไหม เห็นว่าเครื่องหมาย มผช. จะช่วยให้ตัวเองเลือกซื้อสินค้าได้ดีขึ้น ในส่วนของกระบวนการขอมาตรฐาน พบว่า ผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองเครื่องหมาย มผช. พึงพอใจกับการให้บริการของภาครัฐในกระบวนการรับรองค่อนข้างมาก ซึ่งความพึงพอใจนี้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในเครื่องหมาย มผช. ด้วย

โดยการนำเสนอข้อมูลจะแบ่งหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

- 4.1 การดำเนินงานด้าน มผช. ในมุมมองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ
- 4.2 ความสำคัญและความเชื่อมั่นของ มผช. ในมุมมองของผู้ประกอบการ
 - 4.2.1 ประสบการณ์การขอ มผช. ของผู้ผลิตน้ำพริก อาหารทะเลแปรรูป
 - 4.2.2 ประสบการณ์การขอ มผช. ของผู้ผลิตสร้อยมุก
 - 4.2.3 กรณีผู้ผลิตที่ยังไม่ได้ขอ มผช. ของผู้ผลิตกล้วยฉาบ
- 4.3 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อเครื่องหมายมผช.
- 4.4 ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.1. การดำเนินงานด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในมุมมองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยก็ได้ลงไปเจาะลึกยังกลุ่มงานกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการกลุ่มงานกำหนดมาตรฐาน กระบวนการกำหนดมาตรฐาน มผช. เริ่มตั้งแต่การกำหนดเกณฑ์รับรองสำหรับสินค้าประเภทต่าง ๆ หากเป็นสินค้าที่ สมอ. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้แล้ว ผู้ประกอบการสามารถยื่นคำขอรับรองมาตรฐานได้ ส่วนกรณีที่มีผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ๆที่ยังไม่เคยมีการกำหนดไว้เป็นมาตรฐานหรือไม่เคยมีใครผลิตขึ้นมาก่อน สมอ. ก็จะดำเนินการศึกษา

ผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ออกมามีมาตรฐานรองรับและครอบคลุมชนิดผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางผลิตภัณฑ์มากที่สุด สถานที่ยื่นขอได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำหรับผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ และยื่นขอได้ที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดทุกจังหวัด สำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในแต่ละจังหวัด

จากการเข้าสัมภาษณ์ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เกี่ยวกับมุมมองการนำเอานโยบายด้านการมาตรฐานมาสู่การปฏิบัติ ผู้วิจัยก็ได้ข้อมูลในภาพรวมของภารกิจ มผช. ดังนี้

“ รับผิดชอบในเรื่องของการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มาของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจากโครงการนโยบายของรัฐบาล มาตั้งแต่สมัยยุค เราพูดถึงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นะครับ ซึ่งเรียกย่อ ๆ ว่าโอท็อป (OTOP) เนี่ยแหละ อันนี้ก็จากนโยบายรัฐบาลที่อยากจะให้ผู้ผลิตชุมชนนำเอาความรู้ภูมิปัญญาในชุมชน นำวัตถุดิบในชุมชน นำแรงงาน นำอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ของชุมชนมาผลิตเป็นสินค้าหรือการให้บริการอันจะนำไปสู่เรื่องของการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ในเรื่องของแนวปฏิบัติตรงเนี่ย ก็คือจากนโยบายของโอท็อปก็นำพามาสู่ในเรื่องของการสร้าง การมีโครงการที่จะให้เรื่องของสินค้าและบริการนั้น ๆ มีคุณภาพเป็นที่น่าเชื่อถืออย่างไร นั่นก็คือจุดก่อเกิดของกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับรองตัวผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่นี้การรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้นน้ำที่สำคัญก็คือในเรื่องของการที่ต้องมีการกำหนดมาตรฐาน เพราะฉะนั้นกองมาตรฐาน ซึ่งกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดูแลตรงนี้อยู่เนี่ย งานหลัก ๆ ที่สำคัญมีทั้งหมด 4 เรื่อง เรื่องที่หนึ่งคือกำหนดมาตรฐานให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ อันที่สองคือมาตรฐานที่ผลิตออกมาแล้วก็มีกลไกในเรื่องที่จะรับรองว่าสินค้านั้นมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดก็คือในเรื่องของการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน แล้วหลังจากนั้น หลักจากรับรองไปแล้วการรับรองมีอายุการรับรอง 3 ปี ก็จะมีการตรวจติดตามเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าชุมชนเหล่านั้นยังมีคุณภาพสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะในเรื่องกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเนี่ยมันมีเรื่องของความปลอดภัยของการบริโภคนั้นด้วยนะครับ แล้วงานที่สี่ก็คือในเรื่องของการที่จะต้องพัฒนาผู้ผลิตชุมชนเนี่ย พยายามยกระดับให้มีการพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพมากขึ้นนะครับ อันนี้ก็คือกรอบงานหลัก ๆ สี่อย่างของงานที่ผมรับผิดชอบอยู่ครับ ”

ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์แสดงให้เห็นถึงกระบวนการที่สำคัญของการออกใบรับรอง มผช. คือ การติดตามตรวจสอบ โดยเจ้าหน้าที่ผู้พิจารณา ให้การรับรองจาก สมอ. (สังกัดสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) และเจ้าหน้าที่ผู้พิจารณาจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม) ลงพื้นที่ไปตรวจสอบดูสถานประกอบการว่ามีการ

ผลิตจริงตามที่มายื่นขอหรือไม่ และเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับแรกๆที่ภาครัฐสามารถดำเนินการตรวจสอบได้

การเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชุมชนเพื่อขอรับการรับรอง เครื่องหมาย มผช. จะมีการเข้าสู่กระบวนการตามที่อยู่อาศัยการกลุ่มกำหนดมาตรฐาน มผช. กล่าวไว้ ดังนี้

“ ถ้าผู้ประกอบการยื่นทำผลิตภัณฑ์ที่เรามีกำหนดมาตรฐานอยู่แล้วเขาก็สามารถมายื่นขอได้ โดยที่ในกรุงเทพฯก็มายื่นขอที่ สมอ. ถ้าต่างจังหวัดก็ยื่นขอที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเพราะว่าทาง สมอ. เนี่ย ได้ถ่ายโอนงานในส่วนของงานให้การรับรองให้กับทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดไปแล้ว นะคะ เพราะฉะนั้นทุกจังหวัดสามารถให้การรับรองได้ ให้การรับรองกับชุมชนได้ ก็มายื่นขอก็จะมี เรื่องของการแสดงหลักฐาน หลักฐานก็จะเป็นเรื่องของทะเบียนบ้าน บัตรประชาชนอะไรอย่างเนี่ย กรณีที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนก็ต้องมีหนังสือรับรองกลุ่มนะอันนี้หลัก ๆ นะคะ แล้วก็เอามายื่นขอเสร็จ เราก็จะมีการไปตรวจสอบสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ มผช. จะต้องมีการไปดูสถานที่ผลิตเพื่อที่จะให้เห็นว่า เพื่อจะ ให้มั่นใจว่าผู้ผลิตชุมชนนั้นทำผลิตภัณฑ์นั้นจริงไม่ได้เป็นहारซื้อมาขายไป ไม่ใช่ลักษณะการที่ต้องเป็น คนที่ทำจริงเราก็จะมีการไปดูสถานที่ผลิต ดูว่าเขาทำจริงไหม มีวัตถุดิบมีอะไรครบถ้วนไหม แล้วเราก็ จะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างโดยที่จะสุ่มเก็บตัวอย่างก็จะดูทุกอย่างจากระเบียบปฏิบัติตามข้อกำหนดที่อยู่ใน ตัวมาตรฐาน เก็บมาแล้วตรวจสอบ ส่งหน่วยตรวจสอบ ซึ่งหน่วยตรวจสอบก็จะเป็นเอ่อหน่วย ตรวจสอบที่ยื่นแจ้งความประสงค์กับ สมอ. ให้เขาตรวจสอบ ตรวจสอบเสร็จแล้วผลตรวจสอบ ก็จะ ประเมินผลตรวจสอบทางแล็บเขาก็จะส่งผลตรวจสอบมาให้ สมอ. หรือ สอจ. ที่ส่งตัวอย่างให้เขานั้น แหละ แล้วก็เราก็จะมีการประเมินผล ถ้าผลผ่านเป็นไปตามมาตรฐานเราก็จะออกใบรับรองให้”

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เราทราบถึงภาพรวมของกระบวนการขอ มผช. ว่ามีแนวทางอย่างไร โดยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตชุมชนที่ต้องการขอรับการรับรอง มผช. และการเข้าสู่กระบวนการ ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชุมชนนั้น เป็นการยืนยันว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตนำมาขอรับใบอนุญาต แสดงเครื่องหมาย มผช. นั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน ผ่านเกณฑ์ มผช. ตามที่สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้วางไว้

สำหรับประเด็นภารกิจการพัฒนาผู้ผลิตชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดูแลก็จะดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริม การให้ความรู้กับผู้ผลิตชุมชน ซึ่งผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนา วิชาการได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้ว่า

“ เขามีการตื่นตัวมากขึ้นจากการที่เจ้าหน้าที่ทั้งในส่วนของการพัฒนาผู้ประกอบการที่ให้ ความรู้ทางด้านการควบคุม ทางด้านการเลือกวัตถุดิบหรืออะไร หรือแม้กระทั่งการตรวจติดตามผล ซึ่ง ได้การรับรองไปแล้วเราก็ตรวจติดตามผล พอเราให้ความรู้เขาเนี่ยก็มียุุ่มเริ่มตื่นตัวเริ่มรู้ว่า

กระบวนการที่ควบคุมการผลิตเป็นอย่างไร ที่ว่าก็มีผลอะไรอย่าง **ที่เวลาไปพัฒนาไปให้ความรู้**เนี่ย คำถามที่ผู้ประกอบการถามเรามันสื่อให้เห็นว่า **เขาเริ่มมีการเรียนรู้ทางด้านวิชาการที่เอามาผสมกับ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของเขา**นะ อย่างที่แต่ก่อนเป็นกรดเป็นด่างอะไรตรวจสอบอะไรไม่รู้ต้องปรับ PH อย่างไร คือตอนนี้ก็เวลาคุยเขาก็จะบอกไปอบรมที่นั่นมาที่นี้มา ตอนนั้นมาตรฐานไม่ผ่าน ทำไมไม่ผ่าน เพราะเขาไปชวนขายปรึกษาเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ก็ได้ให้ความรู้เขาก็ไปปรับเอาจนผ่าน เพราะฉะนั้น ที่ว่าก็มีผลอะไรทำให้ชาวบ้านเขา Alert เขาใช้สามารถใช้ศัพท์ทางวิชาการได้มากขึ้นจากเดิมที่ไม่รู้”

ข้อความข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าในมุมมองของหน่วยปฏิบัติ ภารกิจที่สำคัญในกระบวนการรับรองมาตรฐาน คือ การติดตามตรวจสอบ และการพัฒนาผู้ผลิตชุมชน ซึ่งแทบจะเป็นภารกิจที่ไม่แยกจากกัน นอกจากนี้ ยังสะท้อนให้เห็นผลลัพธ์ต่อผู้ประกอบการหลังจากเข้ากระบวนการรับรองมาตรฐาน ว่าพวกเขาจะมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตของตัวเองอย่างเป็นวิชาการมากขึ้น และมีการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น

จากที่ผู้วิจัยได้เข้าสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการของ มผช. แสดงให้เห็นถึงหลักคิดที่ยึดเอาแนวนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากชุมชนให้สามารถเป็นที่ยอมรับ แข่งขันได้ และเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น โดยเน้นมาที่เรื่องของมาตรฐานเพื่อเป็นตัวควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่รับนโยบายมาก็ได้แปลงสู่การไปปฏิบัติโดยเป็นการวางกรอบการทำงานในลักษณะของการนำเอากระบวนการเป็นที่ตั้ง ซึ่งจะดำเนินการตั้งแต่การกำหนดมาตรฐาน การให้การรับรอง การติดตามตรวจสอบ และการพัฒนา ซึ่งจากที่ได้รับฟังข้อมูลมานั้น การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นการตอบสนองต่อนโยบายที่มีขึ้น และเป็นการดำเนินการที่ต่อยอดมาโดยต่อเนื่อง เพราะนโยบายดังกล่าวมาจากนโยบายผลักดันและสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจฐานราก หรือโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีที่มาจากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ซึ่งการตอบสนองนโยบายในทางปฏิบัติก็ได้มีการดำเนินการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยการให้นำหนักความสำคัญเชิงนโยบายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน นั้น หน่วยงานนโยบายไปปฏิบัติก็จะให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ในเรื่องของการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน เพราะการเริ่มต้นเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ และการมีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตชุมชนต้องมีองค์ความรู้เบื้องต้นในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการมาตรฐานที่ภาครัฐให้การสนับสนุน ทำให้ธุรกิจได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมและสามารถต่อยอดได้ดียิ่งขึ้น

จากกรอบการทำงานที่กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนวางไว้จะเป็นในลักษณะของการดำเนินการครบกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งวิธีการดำเนินการดังกล่าวก็เป็นวิธีการดำเนินการที่หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีภารกิจเฉพาะด้านมักเลือกนำมาใช้เป็นกรอบการทำงาน เพื่อให้เกิด

ความคล่องตัวและเป็นเอกภาพในการนำเอานโยบายที่ได้รับจากรัฐบาลมาสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2. ความสำคัญและความเชื่อมั่นของ มผช. ในมุมมองของผู้ประกอบการ

สำหรับผู้ประกอบการชุมชนแล้ว การได้รับเครื่องหมายใดๆ บนผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของตนเองมีคุณภาพ มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ นั้น ก็มองว่าเป็นผลดี เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากเครื่องหมายที่ได้มาในการโฆษณาสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ได้ โดยพบว่าเครื่องหมาย มผช. จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการชุมชนที่ให้ความสำคัญในเรื่องของที่มาหรือเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ผู้ประกอบการสามารถเล่ากระบวนการที่ตนได้มาซึ่งเครื่องหมาย มผช. ให้เป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวผลิตภัณฑ์ ดังตัวอย่างของผู้ประกอบการผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูป และผู้ผลิตสร้อยมุกแท้ ดังที่จะได้กล่าวต่อไป ความสำคัญของเครื่องหมาย มผช. อีกประการหนึ่งก็คือเป็นใบเบิกทางเพื่อเข้าไปสู่การแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อภาครัฐกำหนดให้การได้รับรอง มผช. เป็นเงื่อนไขของการขำประกวดสินค้า OTOP 5 ดาว และการออกร้านแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามผู้ประกอบการชุมชนที่ได้รับเครื่องหมาย มผช. ในการแสดงบนผลิตภัณฑ์ โดยได้สอบถามมุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าบริโภค คือ กลุ่มน้ำพริก OTOP และอาหารทะเลแปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภค คือ ผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้ จังหวัดภูเก็ต โดยจะขอเล่าประสบการณ์การขอ มผช. ของผู้ผลิตทั้งสองรายโดยสังเขป ดังนี้

4.2.1 ประสบการณ์การขอ มผช. ของผู้ผลิตน้ำพริก OTOP และอาหารทะเลแปรรูป

ผู้ประกอบการรายนี้เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดมาอย่างยาวนาน ทำธุรกิจมาก่อนที่จะมีโครงการ OTOP และก่อนเกิดเครื่องหมาย มผช. ขึ้น จุดแข็งของสินค้าแต่ดั้งเดิมคือการนำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปจำหน่ายเป็นเจ้าแรกๆ ส่งมอบประสบการณ์ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เรื่อยมาจนเป็นที่รู้จักและมีกลุ่มลูกค้ามากขึ้น สำหรับจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ ผู้ผลิตน้ำพริกก็ได้ให้ข้อมูลว่าจุดเริ่มต้นก็คือเป็นรุ่นสู่รุ่น เป็นรุ่นต่อเนื่องมาจากคุณตาคุณยายแล้วก็มารุ่นต่อมาก็คือคุณป้าที่ทำต่อเนื่องมา แล้วก็หลักเด่น ๆ ที่ทำก็คือเป็นอาหารทะเลแปรรูป แล้วก็น้ำพริกกุ้งเสียบ ซึ่งแต่ก่อนการดำเนินกิจการเป็นการขายหน้าร้านและมียอดรายได้ต่อเดือนจากการขายอยู่ที่ประมาณเดือนละหลักหมื่นบาท แต่เมื่อมีการยื่นขอและได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. นั้นรายได้ต่อเดือนของการขายน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูปอยู่ที่ประมาณหลักแสนบาท

จากข้อมูลที่ผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูปให้มาว่ารายได้เพิ่มขึ้นถึงหลักแสนบาทเป็นเพราะได้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยปัญหาที่เคยพบในการนำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบเพื่อขอรับ มผช. คือ การเกิดเชื้อราในอาหารทะเลแปรรูป ผู้ประกอบการก็ได้ทำการแก้ไขและพัฒนาจนสามารถผ่านเกณฑ์ มผช. หลักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วผู้ผลิตก็นำเอาผลิตภัณฑ์ที่ออกมาไปขอรับการรับรอง มผช. จากนั้น ก็ได้มีการใช้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เป็นการออกร้านผลิตภัณฑ์ชุมชน และใช้เครื่องหมาย มผช. มาเป็น story ของการทำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองขึ้นนี้ขึ้นมา ผู้บริโภคก็เกิดความสนใจและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูป อันเป็นที่มาของรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นหลังจากได้รับการรับรอง มผช.

ผู้ประกอบการน้ำพริกรายนี้มองว่า มผช. มีส่วนอย่างมากต่อการเพิ่มขึ้นของยอดขายของเขา โดยได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

“หลังจากที่เรา มผช. แล้วก็รับดาวมาเนี่ยนะคะเราก็กิจการเราขายดีขึ้น ผู้ตอบรับดีขึ้นเยอะเมื่อปีแรก ๆ ที่เรายังไม่มี มผช. มีแค่ OTOP ธรรมดา ไม่มี มผช. ยังไม่ได้คัดสรรดีดาว เราจะได้เดือนหนึ่งแค่ประมาณสองสามหมื่นถึง ห้าหมื่น แต่ตอนนี้เราได้ประมาณเดือนหนึ่งหลักแสนแล้ว ซึ่งมันดีกว่าเดิมเยอะแยะถ้าเรามี มผช. เพราะคนที่รับบริโภคเขาจะมั่นใจมากขึ้น ถ้าเรามี มผช.”

บทบาทของ มผช. ที่มีต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูปนั้น เป็นการทำให้ผู้ผลิตมียอดขายเพิ่มขึ้นโดยการส่งเสริมช่องทางการตลาด ช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคให้กับผู้ประกอบการ สำหรับผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูปก็ได้เข้าร่วมโครงการคัดสรรดาว ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมสินค้าโอท็อปที่จัดขึ้นโดยกรมการพัฒนาชุมชน โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ประกอบการที่จะเข้าร่วมโครงการนั้น จะต้องผ่านการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งเครื่องหมาย มผช. ก็เป็นหนึ่งในหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูปก็ได้นำเอาเครื่องหมาย มผช. ที่ตนได้รับมาใช้เป็นใบเบิกทางเพื่อเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายที่กว้างขึ้น และเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนให้มีมูลค่าทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

สำหรับประสบการณ์ในการขอ มผช. ของผู้ประกอบการรายนี้ ได้มีการขอ มผช. โดยติดต่อที่อุตสาหกรรมจังหวัดยะลา และได้มีการยื่นขอต่อใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. อย่างต่อเนื่องจากที่ได้รับมาในครั้งแรก และผู้ประกอบการรายนี้ยังได้มีการออกร้านแสดงสินค้าอยู่อย่างเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานแสดงสินค้า OTOP 5 ดาวที่จัดขึ้นที่ อิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งการออกร้านที่เกี่ยวกับสินค้าชุมชนที่จัดโดยภาครัฐ จะเป็นการเข้าร่วมออกร้านโดยต้องผ่านเกณฑ์การขอรับเครื่องหมาย มผช. จึงจะสามารถเข้าร่วมได้ โดยจะกล่าวถึงในลำดับถัดไปในประเด็นข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การคัดสรรดาวหมายถึง การคัดเลือกสินค้า OTOP การเป็นสินค้าที่ดีที่สุดจะต้องผ่านการรับรอง มผช. ด้วย จึงจะสามารถประกวดสินค้า OTOP ห้าดาวได้ สำหรับการได้รับสินค้า OTOP ห้า

ดาว มีที่มาจาก กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ซึ่งการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) เป็นโครงการตามนโยบายการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1 – 5 ดาว) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เช่น อย. และหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างใด อย่างหนึ่ง ก่อนวันสมัครเข้ารับการ คัดสรรฯ เช่น มผช., มอก. , ฮาลาล, คิว (Qmark), GAP, GMP, HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมด้านการมาตรฐาน เพราะเป็นเป้าหมายหลักที่องค์กรกำหนดมาตรฐานวางไว้เพื่อเป็นสิ่งที่ชี้ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใด ๆ ที่ได้รับการรับรองด้านการมาตรฐานได้ผ่านกระบวนการควบคุมคุณภาพ และผ่านการรับรองจากหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานแล้ว ดังนั้นผู้ผลิตชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการควบคุมคุณภาพ ความจำเป็นในการควบคุมคุณภาพของผู้ผลิตจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขอรับการรับรองด้านมาตรฐาน จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตชุมชน ผู้วิจัยได้มีการสอบถามถึงปัญหาในการควบคุมคุณภาพของผู้ประกอบการชุมชนว่ามีปัญหาการควบคุมคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อการขายหรือไม่อย่างไร ผู้ผลิตชุมชน นำพริกอาหารทะเลแปรรูป ได้ให้ข้อมูลประเด็นดังกล่าวไว้ว่า

“อุปสรรคการขายไม่มี แต่ว่ามีอุปสรรคเวลาเราจะทำ มผช. ส่วนใหญ่มันจะมีจะนำมาทางด้านเชื้อราหรือที่เรียกว่าสารหนู คือ ตัวนี้มันจะไม่ค่อยผ่านเพราะว่าเครื่องอบเราไม่มาตรฐานเหมือนโรงงานอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ มันเป็นเครื่องอบธรรมดาเล็ก ๆ เป็นตู้เท่านั้นเองมันจะมีอุปสรรคตรงนี้ บางทีเราส่ง มผช. แล้วมันไม่ได้ อย่างเราได้ตัวที่หนึ่งเราก็อยากได้ตัวที่สองที่สามที่สี่ที่ห้า แต่มันไม่ได้”

การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นอาจเป็นต้นทุนของผู้ประกอบการที่จะต้องลงทุนเพิ่มเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้นก็เป็นที่ต้องการและช่วยเพิ่มการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมาย มผช. ส่วนมากมีความเชื่อมั่นในตัวเครื่องหมาย มผช. โดยได้ให้เหตุผลว่า มผช. ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยประเด็นนี้กลุ่มนำพริกอาหารทะเลแปรรูป ได้ให้ข้อมูลเป็นบทสัมภาษณ์ไว้ว่า “เมื่อปีแรก ๆ ที่เรายังไม่มี มผช. มีแค่ OTOP ธรรมดา เราจะได้เดือนหนึ่งแค่ประมาณสองสามหมื่นถึงห้าหมื่นบาท แต่ตอนนี้เราได้ประมาณเดือนหนึ่งหลักแสนบาทแล้ว ถ้าเรามี มผช. เพราะคนที่รับบริโภคเขาจะมั่นใจมากขึ้นถ้าเรามี มผช.” ซึ่งสอดคล้องกันกับ ผู้ผลิตสร้อยไข่มุกที่ได้ให้ข้อมูลเป็นบทสัมภาษณ์ไว้ว่า “แตกต่างกันเยอะครับ ก่อนเราได้ใบ มผช. เราก็ขายไม่ค่อยดีเพราะว่าความเชื่อมั่นของประชาชนไม่ค่อยมี แต่พอเราได้

ไบ มฝช. มา เราขึ้นตั้งให้เขา โชวีให้เขาดู เขาก็มีความมั่นใจว่าสินค้าของเราผ่านกระบวนการทดสอบตรวจสอบ”

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในรายที่มีความเชื่อมั่นในตัวของตัวเองของเครื่องหมาย มฝช. นั้น จะเป็นในรูปแบบของการใช้เครื่องหมาย มฝช. มาเป็นตัวต่อยอดให้กับธุรกิจ หรือนำมาเป็นสิ่งแสดงให้สามารถเพิ่มความเชื่อมั่นทางการตลาดของแบรนด์สินค้าของตนเองได้ และยังมีผู้ประกอบการกลุ่มน้ำพริกอาหารทะเล แปรรูป ได้ข้อมูลไว้ว่าถ้า “เกิดว่าของเรามี มฝช. แล้วเราทำอร่อย ความถูกต้องที่เราทำ มฝช. เขาก็จะมั่นใจมากขึ้นแล้วผู้บริโภคก็จะซื้อเรามากขึ้นแล้วเขาก็จะบอกต่อ ๆ กันไปคะ ว่าของเรามีความอร่อย” จากความเชื่อมั่นในเครื่องหมาย มฝช. ของผู้ผลิตชุมชน เห็นได้ว่า ผู้ผลิตชุมชนมักมองไปถึงการนำเสนอ หรือการใช้ประโยชน์สูงสุดของใบรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์ของเราได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือและมีกระบวนการ มีที่มา ผู้ประกอบการก็สามารถใช้สิ่งเหล่านี้ในลักษณะของการเล่าเรื่องราว (Story) ของผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ ว่าผลิตภัณฑ์ตัวนั้นมีคืออะไรและทำไมถึงต้องเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา เป็นต้น ซึ่งจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างแบรนด์ (branding) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.2.2 ประสบการณ์การขอ มฝช. ของผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้ จังหวัดภูเก็ต

ผู้ประกอบการรายนี้เดิมเปิดร้านที่เกาะพีพี ตอนหลังจึงย้ายมาอยู่จังหวัดภูเก็ต และมีหน้าร้านในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สร้อยไข่มุกของตนเอง ขายเกี่ยวกับสร้อยไข่มุกซึ่งวัตถุดิบที่นำมาผลิตก็ได้มาจากท้องถิ่น ซึ่งผู้ผลิตรายนี้ได้มีการขอ มฝช. ที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต และได้มีการต่อใบอนุญาตแสดงเครื่องหมาย มฝช. มาอย่างต่อเนื่อง นับรวมถึงปีปัจจุบันเป็นปีที่ 7 ของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสร้อยไข่มุกแท้ ช่องทางการจำหน่ายมุกของผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้นั้น นอกจากมีรูปแบบการขายแบบมีหน้าร้าน ผู้ผลิตสร้อยไข่มุกยังมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเองในแบบออนไลน์ด้วย โดยได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายทาง Facebook ซึ่งเป็นช่องทาง Social media ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางและหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้ประกอบการให้มาว่า ช่องทางการจำหน่ายที่สร้างรายได้ยอดขายผลิตภัณฑ์สร้อยไข่มุกแท้ของตัวนั้น มาจากช่องทางออนไลน์

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสร้อยไข่มุกยังได้นำเอาผลิตภัณฑ์ของตนเข้าสู่กระบวนการขอรับการรับรอง มฝช. ซึ่งนับเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าว่าสินค้านั้นได้รับการรับรอง ตรวจสอบด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยจะยกตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้ ดังนี้

“ก่อนเราได้ใบ มฝช. เราก็ขายไม่ค่อยดีเพราะว่าความเชื่อมั่นของประชาชนไม่ค่อยมีของผู้ซื้อของผู้บริโภคอะน้อย แต่พอเราได้ใบ มฝช. มาเราขึ้นตั้งให้เขาโชวีให้เขาดูเขาก็มีความมั่นใจว่าสินค้า

ของเราผ่านกระบวนการทดสอบตรวจสอบจากกระทรวงอุตสาหกรรมมาแล้วเขาก็เลยมีความมั่นใจมากขึ้น ขายดีกว่าเดิมเยอะครับ”

การใช้ประโยชน์จากเครื่องหมาย มผช. ในทางการตลาดยังมีผู้ผลิตสร้อยไข่มุกที่ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“เพราะว่าถ้าเกิดไม่มีตัวนี้ลูกค้าบางคนเขาไม่เชื่อมั่นเลยนะว่ามุกเรามุกแท้หรือเปล่า ผ่านกระบวนการตรวจสอบพวกนี้มาหรือเปล่า เขาไม่เชื่อมั่นเลย”

ทั้งนี้ลักษณะการใช้ประโยชน์ทางหน้าร้านและทางหน้าร้านออนไลน์ของผู้ผลิตไข่มุก เป็นไปในลักษณะของการตั้งโชว์โบ มผช. ที่ได้รับมาไว้ที่หน้าร้าน ส่วนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของร้านผู้ผลิตไข่มุกก็ได้มีการสแกนใบรับรอง มผช. ควบคู่ไปกับรูปภาพจากการเข้ารับมอบใบรับรองที่จัดขึ้น ณ หน่วยงานราชการ อันเป็นการยืนยันว่า การได้รับใบรับรอง มผช. เป็นผลดีในทางการตลาดต่อผู้ผลิตชุมชนที่ใช้ในการสร้างความเชื่อมั่นทั้งต่อตัวผลิตภัณฑ์ของตนเองและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้

เห็นได้ว่าเนื่องจากผู้ผลิตสร้อยไข่มุกได้นำเอาเครื่องหมาย มผช. และรูปภาพที่ได้จากการขึ้นรับใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. จากหน่วยงานของรัฐแสดงไว้บนช่องทางจำหน่ายออนไลน์ และผลที่ได้หลังจากการใช้ประโยชน์จากเครื่องหมาย มผช. คือการมียอดขายที่สูงขึ้น เมื่อเทียบกับการที่ขายโดยไม่ได้มีการแสดงเครื่องหมาย มผช. ควบคู่ไปด้วย

ในการยื่นขอ มผช. ของผู้ผลิตสร้อยไข่มุกแท้ เป็นการขอ มผช. มาอย่างต่อเนื่อง เพราะเหตุผลในการใช้ประโยชน์ทางการตลาด และการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิตสร้อยไข่มุก เริ่มจากการนำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่และขึ้นชื่อของชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มก็คือ ไข่มุก ซึ่งผู้ประกอบการเล่าว่าได้นำมาจากพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ตรวมถึงบริเวณเกาะพีพีมาใช้ทำสร้อย ซึ่งกรรมวิธีการผลิตส่วนใหญ่เป็นแฮนด์เมด โดยนำเอามุกที่ได้มาทำความสะอาดและร้อยเข้ากับเส้นไหมญี่ปุ่น และใส่ตะขอยึดที่ปลายของสร้อยไข่มุก ด้วยกรรมวิธีการผลิตที่ผู้ผลิตเล่ามานั้น สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ ก็คือ คุณภาพและมาตรฐาน และผู้วิจัยได้ถามประเด็นของการส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์เข้ารับการตรวจสอบด้านคุณภาพดังนี้ “ผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปตรวจสอบเป็นนำเสนออะไรบ้างครับ” เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการอย่างละเอียดในขั้นตอนการพิจารณาให้การรับรอง มผช. ผู้ผลิตชุมชนสร้อยไข่มุกแท้ ได้มีการให้ข้อมูลไว้ดังนี้ว่า

“ เริ่มต้นเราก็ไปติดต่ออุตสาหกรรมจังหวัดฝ่าย จำฝ่ายไม่ได้ อุตสาหกรรมจังหวัดอะครับ เราก็ไปยื่นคำร้องขอเพื่อขอใบรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมเกี่ยวกับไข่มุก ทางพี่เจ้าหน้าที่เขาก็จะแนะนำมานั่น เราก็กรอกรายละเอียดอะไรเสร็จ แล้วเวลานั้นแล้วพี่เราก็นำสินค้าของเราไปให้ทางอุตสาหกรรมจังหวัดส่งไปตรวจสอบ รู้สึกว่าผมจะตรวจสอบที่สงขลา ไปทั้งหมดเลยครับไปทั้งหมด มีทั้งตะขอ มีทั้งไข่มุก มีแหวน มีข้อมือ มีทุกอย่างเลย ไปทั้งหมดเลย”

จากข้อมูลของผู้ผลิตข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการดำเนินการตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต ซึ่งในชื่อมาตรฐาน คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ไข่มุก นั้น จะเป็นการตรวจสอบคุณภาพที่ไม่ใช่แค่ตรวจสอบเฉพาะตัวไข่มุกเท่านั้น แต่ยังเป็น การตรวจสอบไปถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ที่รวมอยู่ในเซตของสินค้าด้วย อาทิ ไข่มุก ตัวจับยึดไข่มุก สายสร้อย และตะขอ เป็นต้น เห็นได้ว่ากระบวนการขอ มผช. ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้ผลิตสร้อยมุกยังได้ให้ข้อมูลที่ ได้รับจากการขอรับบริการจากหน่วยงานราชการว่าเจ้าหน้าที่ในฐานะผู้ให้บริการมีความใส่ใจ แนะนำ และอธิบายถึงขั้นตอนการขอรับ มผช. เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ผลิตเกิดความประทับใจในการรับบริการ

ดังนั้นวิเคราะห์ได้ดังนี้ว่าการควบคุมคุณภาพด้านมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และการนำเสนอตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อการทดสอบด้านคุณภาพ และมาตรฐานที่อยู่ในกระบวนการหลักในการยื่นขอ มผช. นั้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความ เชื่อมั่นในการของเครื่องหมาย และเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ของตนหลังจากที่ได้รับการรับรองแล้วจะเป็นที่ ยอมรับและแข่งขันได้ในทางการตลาดมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ขาดการควบคุมคุณภาพการผลิต

การซื้อซ้ำ Brand Loyalty เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของทฤษฎีทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคมี พฤติกรรมการเจาะจงซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ตรายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งเป็นการเฉพาะ โดยเป็นการซื้อซ้ำ ในครั้งที่สองและครั้งต่อ ๆ มา เนื่องจากผู้บริโภคมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เมื่อพิจารณาในทาง เดียวกัน การที่ เครื่องหมาย มผช. สามารถจูงใจผู้ประกอบการที่เคยขอรับ มผช. ให้กลับมาต่อ ใบอนุญาตในผลิตภัณฑ์ตัวเดิม หรือเข้ามาขอรับการรับรอง มผช. ในผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ก็ตาม ถือเป็น สิ่งที่แสดงในเห็นได้ว่า การส่งเสริมด้านการมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ชุมชนของประเทศไทยที่ดำเนินการ อยู่ในปัจจุบันนั้นเป็นไปในลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตชุมชนได้มากน้อย เพียงใด จากการที่ได้มีการสอบถามถึงประเด็นดังกล่าว ก็มีผู้ผลิตชุมชนสร้อยไข่มุกได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้ ว่า “หากใบอนุญาต มผช. ปัจจุบันใกล้หมดอายุก็จะต่อไปตลอด อะครับ トラバแต่ที่ยังขายผลิตภัณฑ์ นี้อยู่ก็ต้องต่อ” และสอดคล้องกับผู้ผลิตชุมชน น้ำพริกอาหารแปรรูป ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า “แล้วก็ มผช. นี้ มันจะมีอายุหมดเพราะฉะนั้นต้องมีการให้ตัวนี้ได้มากขึ้น” (หมายความว่า ผู้ผลิตรายดังกล่าวมีความ ต้องการในการต่ออายุใบอนุญาต มผช. และ เพิ่มชนิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะไปขอรับเครื่องหมาย มผช.) สำหรับการต่ออายุใบรับรอง มผช. นั้น เป็นที่ต้องการของผู้ผลิตในรายเก่าที่สามารถนำเอา มผช. ที่ได้รับการรับรองไปต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ ซึ่งเมื่อผลิตภัณฑ์ของตนเองได้รับการ ตอรับที่ดีจากผู้บริโภคโดยมีที่มาจากปัจจัยของเครื่องหมาย มผช. นั้น ผู้ประกอบการรายดังกล่าวก็ จะยังมีความเชื่อมั่นและมีความต้องการต่ออายุใบรับรอง มผช. และอยากรนำเอาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของ ตัวเองมาขึ้นสมัครเพื่อขอรับการรับรอง มผช. เพิ่มขึ้น

4.2.3 กรณีผู้ผลิตที่ยังไม่ได้ขอ มผช. ของผู้ผลิตกล้วยฉาบ

การให้การส่งเสริมด้านการมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการให้การรับรอง มผช. นั้น ในผู้ผลิตชุมชนบางรายก็ยังไม่ได้ขอรับเครื่องหมาย มผช. ซึ่งผู้วิจัยจะนำเอากรณีของผู้ผลิตกล้วยฉาบ มาวิเคราะห์ ผู้ผลิตกล้วยฉาบ จังหวัดเพชรบุรี เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทการแปรรูปสินค้า เกษตร โดยใช้วัตถุดิบคือกล้วยหอมทอง ซึ่งเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี ผู้ผลิต กล้วยฉาบรายนี้ได้เริ่มดำเนินธุรกิจมาแล้วหนึ่งปี ถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนรายใหม่เมื่อเทียบกับผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูป และผู้ผลิตสร้อยมุกแท้ ซึ่งมีความแตกต่างจากผู้ผลิตชุมชน สองเจ้าแรกที่ได้ออกรับ มผช. เนื่องจากสองเจ้าแรกเป็นผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดมานานและต้องการการสร้าง แปรนด์ของตนโดยอาศัยคุณสมบัติของเครื่องหมาย มผช. มาเป็นจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตน

ผู้ผลิตกล้วยฉาบได้ให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์ของตนนั้นขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการ ขอจดทะเบียน อย. และยังไม่เคยได้ยื่นขอรับการรับรองเครื่องหมาย มผช. ผู้วิจัยได้สอบถามถึงเรื่อง ของการรับรู้ในการให้การรับรอง มผช. ในผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตกล้วยฉาบก็ได้บอกว่าไม่เคยรู้จัก เครื่องหมาย มผช. มาก่อน ผู้วิจัยจึงได้อธิบายถึงรายละเอียดของเครื่องหมาย มผช. ว่ามีหลักเกณฑ์ และประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง ซึ่งผู้ผลิตกล้วยฉาบได้ให้ข้อมูลเป็นบทสัมภาษณ์ไว้ว่า การ ดำเนินการขอเครื่องหมายอาจเกิดความยุ่งยากและเสียเวลาในการขอรับเครื่องหมาย และมองว่าการ ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นการขายออนไลน์และฝากขายตามร้านกาแฟก็สามารถขายได้อย่างสม่ำเสมอ

ลักษณะธุรกิจของผู้ผลิตกล้วยฉาบ เป็นการผลิตในครอบครัว โดยมีกระบวนการผลิตอย่าง ง่าย ในการนำเอากล้วยหอมทองมาผานให้เป็นแผ่น ทอดด้วยน้ำมันใหม่ และอบไล่ไขมันเพื่อเพิ่ม ความกรอบของกล้วยฉาบ และมีรสชาติแตกต่างกันออกไปตามผงปรุงรสที่ผู้ผลิตทำออกมาเป็นรสชาติ ให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ

ช่องทางการจำหน่ายของผู้ผลิตกล้วยฉาบมีด้วยกันสองช่องทางคือ ฝากขายหน้าร้าน เช่นร้าน กาแฟ ร้านขนม ตัวแทนจำหน่ายในหมู่บ้านจัดสรร และช่องทางออนไลน์ เช่น Instagram, Facebook เป็นต้น

ซึ่งจากมุมมองของผู้ประกอบการที่ยังไม่เชื่อมั่นในเครื่องหมาย มผช. นั้น เป็นเรื่องของความ เชื่อมั่นในกระบวนการออกเครื่องหมายด้านการมาตรฐานที่ดำเนินการโดยภาครัฐ เห็นว่าการ ดำเนินการของภาครัฐนั้นอาจก่อให้เกิดความยุ่งยากและใช้เวลานานในการขอรับใบอนุญาตให้แสดง เครื่องหมายได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยก็ได้มีการเล่าถึงกระบวนการและรายละเอียดต่าง ๆ ในการยื่นขอ เครื่องหมาย มผช. ให้กับผู้ประกอบการที่ยังขาดความเชื่อมั่นในการขอรับ มผช. ซึ่งผู้ประกอบการราย ดังกล่าวก็มีแนวโน้มที่จะมาขอ มผช. ในอนาคต

จากการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของการดำเนินธุรกิจและการขอเครื่องหมาย มผช. ของผู้ประกอบการชุมชน 2 รายดังที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมถึงผู้ผลิตที่ยังไม่ได้มีการขอรับเครื่องหมาย มผช. วิเคราะห์และสะท้อนให้เห็นได้ว่า ผู้ประกอบการชุมชนที่มีการดำเนินธุรกิจมายาวนานและเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญในตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน เลือกที่จะยื่นขอเครื่องหมาย มผช. และยื่นขอต่ออายุใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. อย่างต่อเนื่อง เพราะเกิดความเชื่อมั่นในตัวขอเครื่องหมาย มผช. และมีข้อมูลที่ยืนยันได้ว่า เครื่องหมาย มผช. สามารถทำให้รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการสูงขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายผลิตภัณฑ์ต่อเดือนก่อนที่จะได้รับเครื่องหมาย มผช.

อย่างไรก็ดี ด้วยการที่กระบวนการในการออกใบรับรอง มผช. มีขั้นตอน หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ ทำให้มีผู้ผลิตชุมชนบางรายที่ยังไม่เชื่อมั่นในเครื่องหมายด้านมาตรฐานที่ออกโดยรัฐ โดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้าประเภทสินค้าบริโภค เพราะเนื่องจากการยื่นขอ มผช. จะต้องควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การยื่นขอ มผช. กำหนด ด้วยเหตุดังกล่าวอาจทำให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนรายใหม่ๆ หรือผู้ผลิตที่ยังไม่เคยยื่นขอเครื่องหมาย มผช. นั้นเกิดความไม่เชื่อมั่นในการขอรับ มผช. ด้วยเหตุผลในกระบวนการผลิตที่ยังไม่มีความแน่นอน และอาจไม่สามารถทำให้ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน มผช. ได้ รวมถึงการรับรู้จากประสบการณ์ส่วนตัวเกี่ยวกับการติดต่อหน่วยงานราชการที่มองดูว่ามีความยุ่งยาก ใช้เวลาในการยื่นขอและพิจารณานาน

4.3 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อเครื่องหมายมผช.

การรับรู้ถึงความสำคัญและที่มาของเครื่องหมาย มผช. ที่แสดงอยู่บนผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค สินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้า OTOP ทั้งประเภทอุปโภคและบริโภค โดยผู้บริโภค (คุณณัฐธิดา นามสมมติ) ได้ให้ข้อมูลถึงความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ว่า

“จริง ๆ สินค้าชุมชนส่วนมากก็จะเป็น เขาเรียกไรนะ เหมือนภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งมันก็หาซื้อง่ายตามท้องตลาด และก็เวลาเราเดินทางไปต่างจังหวัดมันก็เหมือนว่าไปสนับสนุนให้ชาวบ้านมีรายได้ด้วย”

จากข้อมูลที่ได้จากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนวิเคราะห์ได้ว่า ความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคคือความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ มีความเป็นมา และต้องการที่จะสนับสนุนผู้ผลิตชุมชนให้มีรายได้จากการผลิตสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองว่า เครื่องหมาย มผช. มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เพราะมีความมั่นใจว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ โดยผู้บริโภคได้ให้ความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหม ที่มองว่าเมื่อบนผลิตภัณฑ์มีการแสดงเครื่องหมาย มผช. ก็จะทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น โดยมองว่าเราซื้อของที่เป็นพวกผ้าไหม เราก็จะมั่นใจได้ว่าสิ่งที่เขาใช้ในการผลิตมันเป็นสิ่งที่มีคุณภาพ ไม่อันตรายต่อผิว เป็นต้น ส่วนความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนก็เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจ ดังนี้

คุณศิรินทรา (นามสมมติ) ได้ให้ข้อมูลถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ว่า

“ที่ชอบเพราะว่ามันมีความเป็นเอกลักษณ์อะค่ะ อย่างพวกผ้าทอที่เคยซื้อถ้าเป็นของเชียงใหม่มันก็จะมีความเป็นล้านนา คือมันจะสื่อถึงความเป็นประเทศไทยด้วยแล้วก็คุณภาพมันก็ดี”

เห็นได้ว่าทัศนคติในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคนั้นมองสินค้าชุมชนว่าเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ รวมถึงความต้องการในการอุดหนุนชาวบ้านหรือคนในแต่ละชุมชนให้มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย ดังนั้นพอจะอนุมานได้ว่า การได้รับเครื่องหมาย มผช. ของสินค้า อาจจะไม่มีผลมากนักต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่สนใจเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับชุมชนมากกว่าคุณภาพของสินค้า

อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้บริโภคที่สนใจคุณภาพของสินค้ามากกว่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์หรือความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มผช. อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

สำหรับการรับรู้ถึงเครื่องหมาย มผช. ที่แสดงอยู่บนผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือแสดงอยู่ตามหน้าสื่อสารมวลชนช่องทางต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สอบถามถึงการรับรู้และความเชื่อมั่นในตัวเครื่องหมาย มผช. ซึ่งมีผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนที่รับรู้และไม่รับรู้ถึงเครื่องหมาย มผช. โดยได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้ ผู้บริโภค (คุณณัฐริดา นามสมมติ) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อเครื่องหมาย มผช. ไว้ว่า

“รู้จักจากที่ผู้ประกอบการแนะนำว่านี่คือเครื่องหมายที่จะให้เห็นว่าสินค้าของเขาได้รับมาตรฐานผ่านการพัฒนาแล้ว เราก็เชื่อมั่นค่ะ” และผู้บริโภคที่ยังไม่รับรู้ถึงเครื่องหมาย มผช. คือ (คุณสุภัทรา นามสมมติ) ได้พูดไว้ว่า “ยังไม่เคยเห็นนะรู้จักผลิตภัณฑ์ที่มีแต่ตรา OTOP ค่ะ” และผู้บริโภคชื่อ คุณศิรินทรา (นามสมมติ) ได้บอกไว้ว่า “ไม่รู้จักค่ะ”

จากข้อค้นพบการรับรู้และความเชื่อมั่นที่มีต่อเครื่องหมาย มผช. ในกลุ่มผู้บริโภคนั้น จะมีผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนบางส่วนรับรู้ถึงเครื่องหมาย มผช. และมีความเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบด้านมาตรฐานความปลอดภัยมาแล้ว และผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนอีกบางส่วนยังไม่รับรู้และยังไม่เคยรู้จักเครื่องหมาย มผช. โดยมองว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ที่ความเป็นอัตลักษณ์ หรือความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เฉพาะในแต่ละพื้นที่มากกว่าดูที่เครื่องหมายบนผลิตภัณฑ์

4.4 ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.4.1 ต้นทุนในการขอ มผช.

สำหรับการดำเนินการของผู้ประกอบการเพื่อขอรับใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ มผช. นั้น เนื่องจากมีนโยบายในการยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต ซึ่งผู้ประกอบการชุมชนจะไม่เสียค่าธรรมเนียมในการยื่นขอรับเครื่องหมาย มผช. ที่ออกให้โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แต่ด้วยเรื่องของข้อกำหนดการประเมินด้านมาตรฐานของตัวผลิตภัณฑ์ที่ตั้งไว้เป็นเกณฑ์ในการขอ มผช. นั้น อาจทำให้เกิดต้นทุนแฝงมาในรูปแบบของการปรับปรุงกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการได้ ซึ่งต้นทุนในลักษณะนี้มักเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการที่กระบวนการผลิต ยังมีข้อบกพร่องในเรื่องของมาตรฐาน เช่น การบรรจุสินค้าลงบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้น้ำหนัก หรือการผสมวัตถุดิบที่การผลิตในแต่ละครั้งมีส่วนที่ต่างกัน หรือการเกิดสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ในผลิตภัณฑ์ ดังที่ผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูป ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“อุปสรรคการขายไม่มี แต่ว่ามีอุปสรรคเวลาเราจะทำ มผช. ส่วนใหญ่มันจะมีจะนำมาทางด้านเชื้อราหรือที่เรียกว่าสารหนู คือ ตัวนี้มันจะไม่ค่อยผ่านเพราะว่าเครื่องอบเรามันไม่มาตรฐานเหมือนโรงงานอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ มันเป็นเครื่องอบธรรมดาเล็ก ๆ เป็นตู้เท่านั้นเองมันจะมีอุปสรรคตรงนี้ บางทีเราส่ง มผช. แล้วมันไม่ได้ อย่างเราได้ตัวที่หนึ่งเราก็อยากได้ตัวที่สองที่สามที่สี่ที่ห้าแต่มันไม่ได้”

ต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการที่จะเกิดขึ้นจากการขอ มผช. หลัก ๆ คือการปรับปรุงกระบวนการผลิต ซึ่งจริง ๆ แล้วคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่สำหรับผู้ผลิตบางราย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นต้นทุนที่สูงเกินไป

โดยปัญหาด้านกระบวนการผลิตที่ตั้งได้ยกตัวอย่างมาจึงเป็นสาเหตุทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการผลิตมานั้นไม่มีมาตรฐาน ซึ่งเป็นจุดบกพร่องในเรื่องคุณภาพของสินค้าและความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้ ปัจจัยเรื่องมาตรฐานในกระบวนการผลิตจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวกับต้นทุนในการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามเกณฑ์ที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดขึ้น

ในประเด็นข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของต้นทุนในการได้มาซึ่งใบอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. นั้น ผู้วิจัยได้ถามข้อคำถามดังนี้กรณีที่เกิดว่าทางหน่วยงานแจ้งว่าผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาบางส่วนหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตบางกระบวนการ อาจจะเล็กน้อยหรืออาจจะบางส่วนทางผู้ประกอบการยินดีที่จะปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิตจากเดิมให้ดีขึ้นตามที่ได้รับคำแนะนำหรือไม่อย่างไร คุณหนามเตย (นามสมมติ) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และยังไม่เคยได้รับเครื่องหมาย มผช. ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า

“ จริง ๆ เนี่ย ถ้าพูดโดยตรงตามตรงเลยนะคะ เรายินดีนะคะที่จะปรับปรุงถ้ามันดีต่อผู้บริโภค แต่ว่าในส่วนของการที่จะต้องปรับปรุงเราต้องดูด้วย สมมุติเข้าห้อง LAB ไซ้ใหม่คะไม่รู้จะอันนี้คิดเอง อมน้ำมันมากไป หรือว่าหวานมากน้ำตาลเยอะไปอะไรอย่างเนี่ย **บางทีมันก็ต้องให้สอดคล้องกับสูตรที่เราคิดมา บางทีจะปรับแล้วรสชาติมันเปลี่ยนหรือมันไม่เหมือนเดิมเราก็อาจจะไม่ได้จริง ๆ** หรืออาจจะหาวิธีทำที่มันแบบให้มันเป็นตามที่เขากำหนดแล้วก็อร่อยเหมือนเดิม อาจจะดูมาดูด้วยคะว่าปรับตรงไหน อะไร อย่างเนี่ย มันก็ต้องแล้วแต่ตรงนั้นว่าปรับอะไรอะเนาะ ประมาณนี้คะ ”

บทสัมภาษณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นความกังวลของผู้ประกอบการต่อกระบวนการควบคุมมาตรฐานของรัฐ ว่าอาจจะนำไปสู่การสูญเสียแบรนด์หรือตัวตนในตลาด ผู้ประกอบการรายดังกล่าวยินดีที่จะลงทุนเพิ่มในส่วนที่ต้องปรับปรุงเพื่อทำให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามเกณฑ์ที่ มผช. กำหนด แต่กังวลว่า หากผู้ประเมินเรียกร้องให้ผู้ประกอบการปรับสูตรก็อาจจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกันระหว่างเรื่องของมาตรฐานที่กำหนดกับสูตรที่ผู้ประกอบการคิดค้นขึ้นมา ในด้านหนึ่งสะท้อนให้เห็นความไม่เชื่อมั่นในมาตรฐานที่กำหนดโดยสมอ. เพราะผู้ประกอบการยังคิดว่าตนสมควรที่จะยังสามารถขายสินค้าที่ถูกประเมินว่าไม่ได้มาตรฐานต่อไป หากเป็นสูตรที่ทางร้านคิดขึ้นเอง โดยเฉพาะหากเป็นมาตรฐานเกี่ยวกับส่วนประกอบทางสารอาหาร ซึ่งกระทบผู้ประกอบการสินค้าประเภทอาหารเป็นการเฉพาะ

4.4.2 การส่งเสริมการออกร้านแสดงสินค้า

ภาครัฐมุ่งเน้นให้เกิดการแข่งขันกันด้านการตลาดเชิงคุณภาพ เพื่อให้นำไปสู่การเป็น Brand royalty หรือความน่าเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่วางขายอยู่ในท้องตลาดทั้งหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มสิทธิประโยชน์ของรัฐในการขยายช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ เช่น สมอ. จัดให้มีงานออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยไม่เสียค่าเช่าพื้นที่ เพื่อกระตุ้นตลาดให้เกิดการรับรู้ถึงความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพของผู้บริโภค และเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ความสนใจในเรื่องของมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้นจะเห็นได้ว่าการขอรับเครื่องหมาย มผช. นอกจากประเด็นเรื่องของความเชื่อมั่นยังมีประเด็นในเรื่องของผู้ชนะในเกมส์ทางการตลาดด้วย โดยเป็นการใช้ช่องทางที่ให้สิทธิประโยชน์เฉพาะผู้ผลิตที่ได้รับ มผช. ในการแข่งขันทางการค้า โดยผู้ผลิตชุมชน น้ำพริกอาหารทะเลแปรรูป ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“ สิ่งสำคัญที่สุดก็หมายถึง มผช. เนี่ยคะที่สำคัญที่สุดแล้วที่ อย. ปกติมันก็สำคัญจริง แต่ มผช. นี้สำคัญที่สุด หมายถึงว่าเป็นเครื่องหมายที่เรามีคุณภาพและเราสามารถไปต่อเนื่องต่อยอดได้แล้วก็ไป

ต่อที่จะทำดาว ถ้าเราไม่มี มผช. เลยจะทำดาวไม่ได้ วันที่ 24 – 2 เมษายน นี้ ที่เมืองทองน้องไปดูก็ได้ นะคะ เมืองทองธานี ซาเลนเจอร์ 1-3 ค่ะ เมืองทองนี่ก็เนื่องมาจาก มผช. ถ้าเกิดว่าเราได้ มผช. เราก็ จะทำได้ทำดาว ถ้าทำดาวเราก็จะได้เข้าเมืองทอง”

เห็นได้ว่าการขายแบบมีหน้าร้าน เครื่องหมาย มผช. บนผลิตภัณฑ์จะสำคัญในแง่ที่เป็น ใบบิกทางให้สามารถเข้าถึงการส่งเสริมการขายสินค้าประเภทสินค้าจากชุมชนของหน่วยงานรัฐ เช่น การออกร้านในงานแฟร์ OTOP รวมถึงการเข้าร่วมการประกวดคัดสรรดาวของสินค้า OTOP ด้วย ซึ่ง จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตชุมชนทั้งการขายหน้าร้านและออนไลน์

ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการได้เล่าถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจหลังได้รับเครื่องหมาย มผช. ก็ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์เฉพาะกลุ่มของผู้ผลิตชุมชนภายใต้กระบวนการ รับรอง มผช.

สำหรับการดำเนินการด้านการส่งเสริมเรื่องของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ผลิตชุมชนนั้น ภาครัฐมีความมุ่งหวังในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ของผู้ผลิตชุมชนมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดและสามารถแข่งขันได้ ดังนั้น จึงเป็นที่มาของ นโยบายในการส่งเสริมและให้สิทธิประโยชน์กับผู้ผลิตชุมชนที่มาขอรับการตรวจรับรองคุณภาพของ สินค้าและได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) โดยภาครัฐได้ดำเนินการส่งเสริมและให้ สิทธิประโยชน์เฉพาะกลุ่ม ดังนี้ เช่น

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP 5 ดาว (กรมการพัฒนาชุมชน ,2562) เป็นโครงการที่อยู่ในกำกับดูแลของ กรมการพัฒนาชุมชนซึ่งได้รับมอบหมายจาก คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ) ให้รับผิดชอบดำเนินการคัด สรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) ต่อเนื่องจากการลงทะเบียน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เป็นประจำทุก 2 ปี เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ผลิต OTOP ได้มีโอกาสพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้าง รายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีมาตรฐานในระดับสากล

สรุปได้ว่าเครื่องหมาย มผช. ส่งผลให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความเชื่อมั่นและมีความสนใจที่จะขอรับเครื่องหมาย มผช. เนื่องจากมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงยังได้รับสิทธิประโยชน์ที่เป็นสิทธิพิเศษเฉพาะกลุ่ม ที่ผู้ผลิตชุมชนในรายที่สามารถทำคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามที่เกณฑ์ มผช. กำหนด และสามารถได้รับใบ มผช. มาเพื่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเรื่องของมาตรฐานที่มีต่อผู้ผลิตชุมชนของรัฐ เช่น งานออกร้านแสดงสินค้า อันเป็นการส่งเสริมให้ผู้ผลิตชุมชนมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันได้



บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

สารนิพนธ์ เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) : ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้านการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ว่าการให้การส่งเสริมด้านการมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ขึ้นที่เป็นการให้การรับรอง เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) นั้น ผู้ผลิตชุมชนมีความเชื่อมั่น และสามารถยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้

5.1.1 ผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทต่าง ๆ มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด

จากการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้วมีแนวโน้มจะเชื่อมั่นในเครื่องหมายมผช. มากกว่าผู้ผลิตที่ยังไม่ได้รับการรับรอง ทั้งนี้เพราะ 1. ในกระบวนการขอการรับรอง ผู้ผลิตสามารถยกระดับคุณภาพการผลิตสินค้าได้จริง 2. ผู้ผลิตสามารถเพิ่มยอดขายได้จริงจากการได้รับการรับรอง และ 3. ผู้ผลิตได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการบริการของเจ้าหน้าที่ สมอ. ในกระบวนการรับรอง ซึ่งนโยบายด้านการมาตรฐานที่ถูกนำมาสู่การปฏิบัติคือ การให้การรับรองมผช. นั้น ผู้ประกอบการชุมชนที่อยู่ในตลาดมานาน ทั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคต่างมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมาย มผช. ที่ออกให้โดยหน่วยงานรัฐ เพราะผู้ผลิตได้รับประโยชน์จากการให้การส่งเสริมด้านช่องทางตลาด การควบคุมคุณภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ผลิตชุมชนมียอดขายเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันได้

จากข้อมูลพบว่า ในฝั่งผู้บริโภค ความรับรู้ต่อมผช. ยังไม่กว้างขวางมากนัก โดยผู้วิจัยพบว่ามผช. จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเฉพาะในบางกรณีเท่านั้น เพราะส่วนใหญ่การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคนั้นมักตัดสินใจเลือกซื้อที่อัตลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ และการบอกต่อกันแบบปากต่อปากมากกว่าเครื่องหมายที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ ส่วนกรณีที่ มผช. ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคนั้น เกิดจากผู้ขายแนะนำและเล่าถึงที่มาของการได้มาซึ่งการรับรอง มผช. จนผู้บริโภคเกิดการรับรู้และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

5.1.2 การพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพสูงขึ้นและแข่งขันได้มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

จากประสบการณ์ของผู้ผลิตที่เข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้พบว่า มผช. สามารถช่วยยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริง โดยมีสาเหตุสำคัญจากเกณฑ์มาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้น และการให้การสนับสนุนของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ สมอ. ดังเช่นกรณีของผู้ผลิตน้ำพริกและอาหารทะเลแปรรูป ที่บอกว่าการขอรับ มผช. ในช่วงแรกๆ จะเจอกับปัญหาการเกิดเชื้อราในสินค้า แต่ผู้ผลิตได้ทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานจนสามารถผ่านเกณฑ์ตรวจสอบประเมินของการรับรอง มผช.

อย่างไรก็ตามข้อมูลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ต้นทุนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อได้รับเครื่องหมาย มผช. ยังตกอยู่ที่ผู้ผลิตเป็นหลัก ซึ่งทำให้ผู้ผลิตรายใหญ่ที่ อยู่ในตลาดมานานแล้ว อาจจะเปรียบกว่าผู้ผลิตรายเล็กที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด เช่น ผู้ผลิตกล้วยฉาบที่ยังไม่ตัดสินใจขอรับการรับรอง มผช. เพราะเหตุผลเรื่องของการลงทุนในการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่อาจเกิดขึ้นหากผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานตามที่เกณฑ์ที่ มผช. กำหนด

นอกจากนี้ ยังพบว่าในหลายกรณี ผู้ผลิตยังมองว่าการปรับผลิตภัณฑ์ให้เข้ามาตรฐานที่สมอ. กำหนด จะนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์ของตนในตลาด ดังเช่น กรณีของผู้ผลิตกล้วยฉาบ ที่มีข้อกังวนในเรื่องสูตรของกล้วยฉาบ เพราะหากนำผลิตภัณฑ์เข้าขอรับการรับรอง มผช. และมีการให้ปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนสูตรที่ผู้ผลิตคิดค้นขึ้นมา อาจทำให้เสียความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ได้

5.1.3 กระบวนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ควรมีการพัฒนาอย่างไรเพื่อเพิ่มคุณภาพและการแข่งขันของผู้ผลิต

กระบวนการรับรอง มผช. ควรปรับระยะเวลาการพิจารณาตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สั้นลง เนื่องจากการได้รับเครื่องหมาย มผช. ของผู้ผลิตชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญในการนำไปสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ และส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตชุมชนสูงขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยเห็นว่า การบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการเพิ่มขีดความสามารถด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน สมอ. ควรการปรับระยะเวลาการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้สั้นลงเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้ผลิตชุมชน เนื่องจาก เครื่องหมาย มผช. ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันและช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น และควรดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ เครื่องหมาย มผช. เป็นที่รู้จัก ผู้บริโภคเชื่อมั่นและสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพมากขึ้นได้

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์

การดำเนินการให้การรับรอง มผช. ควรเพิ่มความครอบคลุมในการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันได้มีผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มาตรฐานที่จะนำมาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานนั้น ๆ ต้องทันต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น และต้องทันต่อความต้องการในการขอรับการรับรอง มผช. ของกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งถือเป็นการดำเนินการเพิ่มศักยภาพการให้การรับรองในเชิงรุก เพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการแข่งขันได้ของผู้ผลิต

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ เงื่อนไขการขอรับรอง และการสร้างการรับรู้

สมอ. ควรเพิ่มกระบวนการให้คำแนะนำวิธีการปรับปรุงกระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การแนะนำผู้ผลิตควรควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญในเรื่องของต้นทุนที่ผู้ผลิตต้องแบกรับ เพื่อเป็นการลดต้นทุนของผู้ประกอบการชุมชน ส่วนของเงื่อนไขการขอรับการรับรองนั้น สมอ. ควรปรับเงื่อนไขให้ง่ายต่อการยื่นขอการรับรองในส่วนของเอกสารประกอบแบบคำขอ เพื่อลดระยะเวลาการพิจารณาและลดภาระในการจัดเตรียมเอกสารของผู้ผลิต และข้อเสนอแนะด้านการสร้างความรับรู้ ทั้งในหมู่ผลิต และผู้บริโภค นั้น สมอ. ควรเพิ่มช่องทางการสร้างความรับรู้ให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของเครื่องหมาย มผช. เพื่อให้ เครื่องหมาย มผช. เป็นที่รู้จักและสามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานได้อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วัชร ภูรักษา. (2560, 26 สิงหาคม). “สินค้าไม่ได้มาตรฐาน” ปัญหาธุรกิจสำคัญของทุกชุมชน แนะนำใช้ “ธรรมศาสตร์โมเดล” ลองแก้ดู. *เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.sentangsedtee.com/thinking-executive/article_42103 เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 เม.ย. 64

สถาบันการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560, กันยายน) รายงานผลการศึกษา เรื่อง Model การพัฒนา OTOP สู่มิติใหม่. กรุงเทพฯ.

ฉันทมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. กรุงเทพฯ.

กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กองนโยบายการสร้างความเข้มแข็งทางการค้า. (2563, ธันวาคม). วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยุคโควิด 19. สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพฯ.

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. (2564). ข้อมูลทั่วไป โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ One Tambon One Product (OTOP). กระทรวงมหาดไทย. สืบค้นจาก shorturl.asia/Aq9QR เข้าถึงเมื่อวันที่ 29 เม.ย. 64

วิญวรรณ กอบัว, ปัญญา หมั่นเก็บ และ อารงค์ เมฆโหรา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเครื่องหมาย ออย. ของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อาหาร. คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ.

กลุ่มยุทธศาสตร์และติดตามประเมินผล กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. (2563). รายงานสำรวจความเชื่อมั่น/ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.). สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ.

สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทร์แดง. (2561). ตัวแบบทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น : ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (2562) : มกราคม-เมษายน.

กิตติคุณ แจ่มโสภณ. (2552). การควบคุมกระบวนการโดยใช้หลักการทางสถิติในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้. สารนิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

กรมการพัฒนาชุมชน. (2562). การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP 5 ดาว เรื่อง แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย. สืบค้นจาก shorturl.asia/u7ZiF เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พ.ค. 2564

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2562). รายงาน ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (มปป.). โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.). *เว็บไซต์สมอ.* เข้าถึงจาก https://www.tisi.go.th/website/thaicommunity/cps_history เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 พ.ค. 2564

นภวรรณ คณานุรักษ์. (2557). การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ : การทำความเข้าใจลูกค้าธุรกิจ และ คู่แข่งขัน. วารสาร Marketing & Branding ฉบับ กรกฎาคม 2557. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



ประวัติผู้เขียน

| | |
|-------------------|---|
| ชื่อ-สกุล | Tapoom Khruangthip |
| วัน เดือน ปี เกิด | 14 August 1992 |
| สถานที่เกิด | Petchaburi |
| วุฒิการศึกษา | รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 38/221 Indy (Bangna - Ramkhamhaeng 2) Sai 8, Dok Mai,Prawet, Bangkok, 10250 |
| ผลงานตีพิมพ์ | - |
| รางวัลที่ได้รับ | - |



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY