



ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธี ในจังหวัดอุดรธานี*

THE PROBLEMS AND SOLUTION OF OTOP PRODUCTS BASED ON THE METHODS OF BUDDHISM IN UDON THANI PROVINCE

กศิพัชญ์ ทองแกม

Kasiphat Thongkaem

โฆสิต แพงสร้อย

Kosit Phaengsoi

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Maharakrm university, Thailand

E-mail pamon2527@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธี ในจังหวัดอุดรธานี วัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และความเป็นมาของสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานี 3) แนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลจากภาคสนาม โดยใช้แบบสังเกต สัมภาษณ์ สทนากลุ่ม และแนวทางประชุมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มผู้รู้ 25 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ 50 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป 25 คน รวม 100 คน โดยในงานวิจัยนี้เลือกศึกษาชุมชนบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นชุมชนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาแห่งหนึ่งที่น่าประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มาประยุกต์และพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าและบริการในชุมชนสืบต่อกันมารุ่นต่อรุ่น

ผลการวิจัยพบว่า

การผลิตสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชาวบ้านและวิถีชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อันเกิดจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิต การผลิตสินค้าโอท็อปมักจะใช้เวลาว่าง หลังจากการประกอบอาชีพทางการเกษตรของประชาชนในชุมชน เป็นการผลิตสินค้าในครัวเรือน เพื่อการใช้สอย มี

* Received 5 September 2019; Revised 17 September 2019; Accepted 18 September 2019



การนำไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ และจำหน่ายในสถานที่ผลิต ชุมชน และสถานที่ ส่วนราชการจัดขึ้น

สภาพปัจจุบันและปัญหาของสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานีพบว่า ยอดจำหน่าย สินค้าโอท็อป ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัว อยู่ในกิจการบางกลุ่มหรือบางชุมชน เช่น ร้านวีที แหนมเนือง ร้านผ้านาข้าวและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดบางแห่ง ไม่ได้เกิดการกระจาย รายได้ไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ทั้งจังหวัดอย่างแท้จริง ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถยื่นหยัดทำธุรกิจ ได้ด้วยตนเองตามหลักการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ปัญหาและสังเคราะห์แนวทางในการแก้ไขปัญหาในงานวิจัยนี้พบว่า แนวทางการ แก้ไขปัญหาและแนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีเพื่อส่งเสริมและพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานีควรมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้ 1) สร้างมาตรฐานใน กระบวนการและขั้นตอนการผลิตสินค้าและการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐาน เดียวกันหรือสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้าเช่น ผ้า ควรมีความกว้างและยาวเท่ากัน หรือ การผลิตไวน์ ควรมีรสชาติเหมือนกัน ในการผลิตแต่ละครั้ง 2) การสร้างและพัฒนาส่งเสริม ผู้ประกอบการโอท็อป รุ่นใหม่ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการโอท็อป 3) การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบโดยเริ่มตั้งแต่การเตรียมพื้นที่ การปลูก การบำรุงรักษา เพื่อลดการพึ่งพา วัตถุดิบภายนอกชุมชน ลดการขึ้นราคาของพ่อค้าคนกลาง เพื่อทำให้กลุ่มมีวัตถุดิบในการผลิต อย่างต่อเนื่อง และมีคุณภาพ

คำสำคัญ: สินค้าโอท็อป, หลักพุทธวิธี, จังหวัดอุดรธานี

Abstract

This research entitled “The problems and solution of OTOP products based on the methods of Buddhism in Udon Thani Province”. The objectives of this research were 1) to study the product knowledge, and OTOP story in Udon Thani province 2) to study problems of OTOP at present time in Udon Thani province 3) to guide the development of OTOP products based on methods of Buddhism and to promote the local economy in Udon Thani province. This is Qualitative Research, collecting data from documents, and information outreach such as observation, interview, group conversation, and workshop. The sample selected from a specific person (Purposive Sampling); the knowledge group 25 people, next group OTOP manufacturer 50 people, and the last group was general information providers 25 people; total 100 people. The research located in Ban Chiang, Ban Chiang sub-district, Nong Han district, Udon Thani province.



This location was folk wisdom learning that brought history, and culture to adapt and develop products from generation to generation.

The results of the research:

provided that manufacturing of OTOP in Udon Thani province has been relating to folkways, and community lifestyles that create from folk wisdom. The manufacturing of OTOP would be started in their free time which was the end of the agricultural season. The manufacturing was household products to sell in communities and government events. Currently, the problems of OTOP products in Udon Thani province were few stores to sell products such as VT Namnueng shops, Pha Na Kha shop, and the tourist locations in the province. This was not distributing the income to other communities that effect to manufacturer OTOP could not stand on one's own as the concept of One Tambon, One Product.

The problem analysis from data collection and data synthesis of solution have provided that solving problems, and product development of OTOP based on the methods of Buddhism to promote and develop the community's economy in Udon Thani province should follow the guidelines 1) standardization to production process and quality control with creating a brand identity such as size of fabric, taste of wine 2) to create a brand with developing and promote manufacturer OTOP 3) to manage the material by planted in own land to reduce cost with lack of material and quality control, therefore having material to produce and able to control quality.

Keywords: OTOP Product, Methods Of Buddhism, Udon Thani Province

บทนำ

ในโลกปัจจุบันพฤติกรรม การดำรงชีวิต และการปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนปรับเปลี่ยนไปจากเดิมเนื่องจากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้กระทบชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยเฉพาะสังคมเมืองเกิดความสะเทวศบายมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามความสุขลดลง รายได้ไม่พอกับรายจ่าย หนี้สินเพิ่มขึ้น และความสัมพันธ์ของคนในชุมชนลดน้อยลง มีลักษณะต่างคนต่างอยู่มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) จาก



วิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ส่งผลให้ไทยต้องเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจดังจะเห็นได้จากดัชนีของผลกระทบที่มีต่อภาคชุมชนและครัวเรือน อาทิเช่น ในช่วง 3 ปีแรกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540–2542) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยติดลบเท่ากับร้อยละ 2.6 ประเทศไทย มีจำนวนคนยากจน 6.8 ล้านคนในปี 2539 และเพิ่มเป็นร้อยละ 15.9 หรือคิดเป็นจำนวนคนยากจน 9.9 ล้านคนในปี 2542 หรือเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3.1 ล้านคนและมีจำนวนคนว่างงานมากกว่าช่วงก่อนการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจถึง 1.4 ล้านคน ซึ่งการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นจำเป็นต้องใช้หลักธรรม คำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาชีวิตให้ดีขึ้น และหลักธรรมนั้นคือ หลักทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์

ทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์ เป็นหลักธรรมในพุทธศาสนา คือ ประโยชน์ในปัจจุบัน 4 อย่าง บ้างเรียกว่า หัวใจเศรษฐกิจ "อุ อา กะ สะ" อาจเรียกสั้น ๆ ว่า ทฤษฎีธัมมิกัตถะ (เนื่องจากอตัละ แปลว่า ประโยชน์อยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมีประโยชน์ ซ้ำซ้อนกันสองคำก็ได้) หรืออาจเรียกเต็ม ๆ ว่า ทฤษฎีธัมมิกัตถสังวัตตนิกรมม 4 หมายถึง ธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน หลักธรรมอันอำนวยการประโยชน์สุขขั้นต้น เพื่อประโยชน์สุขสามัญที่มองเห็นกันในชาตินี้ที่คนทั่วไปปรารถนา มี ทศพิธ ยศ เกียรติ ไฉไล เป็นต้น อันจะสำเร็จด้วยธรรม 4 ประการ คือ 1) อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น เช่น ขยันหมั่นเพียร เลี้ยงชีพด้วยการหมั่นประกอบกิจการงาน เป็นผู้ขยันไม่เกียจคร้านในการงานนั้น ประกอบด้วยปัญญาเครื่องสอดส่องอันเป็นอุปายในการงานนั้น ให้สามารถทำได้สำเร็จ 2) อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษาโภคทรัพย์ (ที่หามาได้ด้วยความขยันหมั่นเพียร โดยชอบธรรม) เขารักษาคุ้มครองโภคทรัพย์เหล่านั้นไว้ได้พร้อมมูล ไม่ให้ถูกลัก หรือทำลายไปโดยภัยต่าง ๆ 3) กัลยาณมิตตตา คบคนดีไม่คบคนชั่ว อยู่อาศัยในบ้านหรือนิคมใด ย่อมดำรงตน เจริญ สนทนากับบุคคลในบ้านหรือนิคมนั้น ซึ่งเป็นผู้มีสมาจารบริสุทธิ์ ผู้ถึงพร้อมด้วยศรัทธา ศีล จาคะ ปัญญา 4) สมชีวิตา อยู่อย่างพอเพียง รู้ทางเจริญทรัพย์และทางเสื่อมแห่งโภคทรัพย์ แล้วเลี้ยงชีพพอเหมาะ ไม่ให้สุรุษสุรายพุ่มพายนัก ไม่ให้ผิดเคืองนัก ด้วยคิดว่า รายได้ของเราจักต้องเหนื่อรายจ่าย และรายจ่ายของเราจักต้องไม่เหนื่อรายได้ (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539)

รัฐบาลภายใต้การนำของพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ในขณะนั้นได้ริเริ่มโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ OTOP (One Tambon One Product) ขึ้นในช่วงปี 2544 ด้วยการนำเอาภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นมาปรับใช้เพื่อการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ตลอดจนเป็นการสร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชน อันเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้รัฐบาลให้ การช่วยเหลือและสนับสนุนความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การบริหาร จัดการ การตลาด โฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งสอดรับในการพัฒนาประเทศตาม



แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยนับตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504 – 2509) จนถึงฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 – 2539) ได้มีการพัฒนาการอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงในบริบทด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศผลของการพัฒนาเทคโนโลยีในช่วงที่ผ่านมาถือว่าเป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุลและยั่งยืนเนื่องจากแผนพัฒนาประเทศที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับแนวคิดเศรษฐกิจระบบทุนนิยมที่มุ่งพัฒนาเพื่อสร้างความมั่งคั่งและรายได้มาสู่ประเทศเป็นหลักและใช้การเติบโตของรายได้ต่อหัวเป็นเครื่องมือวัดผลสำเร็จด้วยความคาดหวังว่าการเพิ่มปริมาณสินค้าและบริการ จะส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแล้วจะสามารถกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศทำให้ปัญหาความยากจนหมดไปได้ในที่สุด แต่การพัฒนาเศรษฐกิจตามกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของประชาชนและปัญหาสังคมตามมามากมาย ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลทำให้เกิดการตื่นตัว และย้อนกลับมาพิจารณาสิ่งใกล้ตัวมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในชนบทควบคู่กับการทำเกษตรกรรมจากเดิมที่ทำการผลิตเพื่อใช้สอยในครัวเรือนโดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ การส่งเสริมเพื่อพัฒนาคุณภาพของอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยพยุงเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ (สุชาติดา โพธิ์เจริญ, 2542)

จากนโยบายของรัฐบาลที่ได้สนับสนุนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภาครัฐได้จัดสรรงบประมาณปีละ 1,000 ล้านบาท ในการดำเนินโครงการโดยจะนำไปใช้ในโครงการดำเนินการคัดสรร สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ การอบรมพัฒนาเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น การจัดงาน OTOPT City ซึ่งจัดในทุกเดือนธันวาคมเป็นประจำทุกปี ทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทั้งในและต่างประเทศมากกว่า 5,000 ล้านบาทต่อปี จึงนับเป็นโครงการที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่น มีรายได้เพิ่ม มีงานทำ มีความเป็นอยู่ที่ดี อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนให้มีสภาพคล่องมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากยอดขายในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ในปี 2558 มียอดขายโอท็อปทั่วประเทศ 109,000 ล้านบาท ในปี 2559 มียอดขาย 120,000 ล้านบาท และในปี 2561 มียอดขายสูงถึง 190,320 ล้านบาท โดยในปี 2561 มีผู้ผลิตผู้ประกอบการที่มาลงทะเบียนจำนวน 80,141 กลุ่ม/ราย มีผลิตภัณฑ์จำนวน 167,403 ผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็นประเภท อาหาร จำนวน 63,753 ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 7,778 ผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 30,096 ผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้



ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 44,790 ผลิตภัณฑ์ และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 20,985 ผลิตภัณฑ์ (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2546)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้และความเป็นมาของสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non- Participatory Observation) สัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Non Structured Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)) โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการศึกษาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบพรรณนาวิเคราะห์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษาเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนบ้านเชียง ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นพื้นที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) จำนวนรวมทั้งหมด 100 คน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มจำนวนรวม 25 คน ประกอบด้วย
 - 1.1 กลุ่มผู้รู้ภาครัฐ (Government Sector) ได้แก่
 - 1.1.1 พัฒนาการจังหวัดอุดรธานี 1 คน
 - 1.1.2 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 สภาอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี หอการค้าจังหวัดอุดรธานี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี สำนักงานจังหวัดอุดรธานี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุดรธานี สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีหน่วยงานละ 1 คน รวมเป็น 10 คน
 - 1.1.3 พัฒนาการอำเภอ วัฒนธรรมอำเภอ นายกเทศมนตรีตำบลรวมเป็น 3 คน



1.2 กลุ่มผู้รู้ภาคเอกชน (Private Sector) ได้แก่ เจ้าของร้านจำหน่ายสินค้าโอท็อป ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของชำร่วย ร้านค้าพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อสินค้าโอท็อปจากกลุ่มผู้ผลิตมาขายอีกทอดหนึ่งอาจจะเป็นการค้าปลีกหรือค้าส่งในอำเภอเมืองอุดรธานี 3 คน อำเภอหนองหาน 3 คน รวมเป็น 6 คน

1.3 กลุ่มผู้รู้ที่เป็นบุคคลทั่วไป (General Sector) ได้แก่ ชาวบ้านหรือผู้อาวุโสในชุมชนหรือหมู่บ้านที่ศึกษา จำนวน 5 คน

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต (Casual Information) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม รวมจำนวน 50 คน ประกอบด้วย

2.1 ประธานกลุ่ม 6 กลุ่มละ 1 คน รวม 6 คน

2.2 กรรมการประจำกลุ่มได้แก่ รองประธาน กรรมการฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบริการ ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด หรือที่เรียกชื่ออย่างอื่น กรรมการและเลขา โดยศึกษากลุ่มละ 4 คน รวมเป็น 24 คน

2.3 สมาชิกในกลุ่มละ 3-4 คน จำนวน 6 กลุ่ม รวมเป็น 20 คน

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) จำนวน 25 คน ได้แก่ บุคคลที่ซื้อสินค้าโอท็อป 15 คน ชุมชนใกล้เคียง 5 คน และกลุ่มคนทั่วไป 5 คน เพื่อศึกษาลักษณะความต้องการเชิงพาณิชย์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ประการ ดังนี้

ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 องค์ความรู้และความเป็นมาของสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี องค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี สินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี เกิดจากการที่รัฐบาลปัจจุบันมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจโดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ คือ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตม.) เป็นผู้ขับเคลื่อน และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงาน OTOP จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 17 ปี โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนส่งเสริม และพบว่าการดำเนินโครงการดังกล่าว ของจังหวัดอุดรธานียอดจำหน่ายสินค้าโอท็อปส่วนใหญ่อยู่ในกิจการบางกิจการ ซึ่งไม่ได้เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง ถึงแม้ภาครัฐจะเข้าให้การสนับสนุนส่งเสริมในทุกปีภายใต้งบประมาณยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ผู้ประกอบการผลิตสินค้าโอท็อป



ออกจำหน่ายเป็นจำนวนมากแต่ไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงทำให้เกิดภาวะขาดทุน และเลิกกิจการไปในที่สุด เกิดความสูญเสียงบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ และพึ่งพาภาครัฐไม่สามารถพึ่งพาตนเองตามหลักการของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในปี 2547 เป็นปีแห่งการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Quality & Standard) ส่งเสริมและสนับสนุนให้สินค้า OTOP ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มอก. อย. ฮาลาล ฯลฯ

การผลิตสินค้าโอท็อปในจังหวัดอุดรธานี เกี่ยวข้องกับวิถีชาวบ้านและชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญาชาวบ้านอันเกิดจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตการผลิตสินค้าโอท็อปจะใช้เวลาวางจากการทำการเกษตรของชาวบ้านในชุมชนเป็นการผลิตสินค้าในครัวเรือน เพื่อใช้สอย มีการนำไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ และจำหน่ายในสถานที่ผลิตและสถานที่ส่วนราชการจัดขึ้น กระบวนการผลิตและวิธีการผลิตจะใช้ครัวเรือนเป็นศูนย์กลาง และใช้แรงงานในครัวเรือนและชุมชนเป็นหลัก ขั้นตอนการผลิตและเทคนิคต่าง ๆ ได้รับการถ่ายทอดวิชาความรู้กันมาตั้งแต่บรรพบุรุษสืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบันจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะด้านความรู้ความสามารถหรือภูมิปัญญาที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างสรรค์สินค้าโอท็อปสืบเนื่องต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนานจนกระทั่งถึงปัจจุบัน 1. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองเทศบาลตำบลบ้านเชียง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 108 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี 1) กลุ่มสตรีทอผ้าพื้นเมืองบ้านเชียง เริ่มเมื่อปี 2514 มีคุณยายทองลั่น สิทธิพรหม เป็นประธานกลุ่ม ซึ่งมีการทอผ้าแบบพื้นเมืองและย้อมสีธรรมชาติ ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและในปี 2516 ได้พัฒนารูปแบบเป็นที่กระตุกซึ่งได้รับการสนับสนุนด้านวิชาและงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพผ้าทอพื้นเมือง และสีย้อมให้มีคุณภาพดีมาตลอด (ทองลั่น สิทธิพรหม, 2561) 2) กลุ่มจักสานบ้านดงเย็น ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 93 หมู่ 4 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี กลุ่มจักสานบ้านดงเย็นมีสมาชิกทั้งหมด 24 คน ส่วนมากจะเป็นผู้สูงอายุมีนางไพจิตร จันดาตาล อายุ 62 ปี เป็นประธานกลุ่ม กลุ่มตั้งขึ้นเมื่อปี 2542 โดยเงินทุนแรกเริ่มของกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากสถาบันมิสสาการ์วา ประเทศญี่ปุ่น เป็นเงินจำนวน 90,000 บาท โดยให้สมาชิกรับไป ซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า การออกแบบลวดลายส่วนใหญ่แล้วประธานกลุ่มเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาลวดลาย โดยมีลายกันหอยเป็นลายที่ขายดีสุดของกลุ่มซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของ มรดกโลกบ้านเชียง แนวคิดในการออกแบบโดยยึดหลักความต้องการในการดำเนินชีวิต เครื่องจักสาน ในระยะแรกจึงมีรูปแบบและวิธีการง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อนลักษณะของเครื่องจักสานแต่ละประเภท ผู้ผลิตจะสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยของประชาชนแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ ฉะนั้นจึงมีความต้องการด้านประโยชน์ใช้



สอย รูปร่าง ลวดลาย และวัสดุที่แตกต่างกันออกไปซึ่งทำให้เครื่องจักสานพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นของกลุ่ม คือ กระจิบข้าวลายบ้านเชียง ซึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมในการจำหน่าย คือ กระจิบข้าวลายกันหอย กระจิบลายกันหอย เป็นต้น (ไพจิตร จันดาตล, 2561) 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปั้นหม้อเขียนสี ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 207 หมู่ 13 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปั้นหม้อเขียนสี เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกในพื้นที่เป็นหลักโดยใช้ ภูมิปัญญาในการปั้นหม้อ เขียนสีลวดลาย บ้านเชียงที่ประณีต (ลายกันหอย) ที่เป็นอารยธรรม มรดกโลก บ้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี โดยจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2547 โดยมีนายชาติรี ตะโจปะรัง เป็นประธานกลุ่มในการปั้นหม้อเขียนสี และมีสมาชิกกลุ่มอีก 20 คน การพัฒนาสินค้าให้มีหลากหลายรูปแบบและทันสมัยกับยุคปัจจุบันนั้นจำเป็นจะต้องใช้เงินลงทุนสูงเนื่องจากเครื่องเผาหรือเตาเผามีราคาสูง การปั้นอาศัยความรู้ที่สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น ซึ่งใช้เครื่องปั้นดินเผาที่ขุดค้นพบเป็นแบบในการปั้นหม้อเขียนสี โดยการลองผิดลองถูกของบรรพบุรุษสืบสานถ่ายทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน เด็กสมัยใหม่มองว่าเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ตัวเองเป็อนโคลน ไม่สะอาด และรายได้น้อย จึงไม่ค่อยสนใจในอาชีพนี้ จึงไปประกอบอาชีพตามที่ตนได้ศึกษาเล่าเรียนมา จึงเป็นสาเหตุให้ขาดการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนของตนเองในปัจจุบันหน่วยงานให้เข้าไปช่วยเหลือในหลาย ๆ ด้านและได้มีการพัฒนาสามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของตลาดได้ (ชาติรี ตะโจปะรัง, 2561) 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 137 หมู่ที่ 15 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร ได้ทำการผลิตไส้กรอก หมูแดดเดียว เนื้อแดดเดียว เป็นต้น ซึ่งจัดอยู่ในหมวดสินค้าโอท็อปประเภทอาหาร อาหารแปรรูปกิ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป โดยการรวมกลุ่มกันของแม่บ้านและพ่อบ้านในหมู่บ้านเชียง หมู่ที่ 15 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เริ่มก่อตั้งกลุ่มในปี 2530 โดยการทำไส้กรอกเป็นสินค้าตัวแรกที่วางจำหน่ายและเป็นที่สนใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก ภายใต้ชื่อ “ไส้กรอก 5 พันปี” โดยใช้เรื่องเล่าที่อิงอารยธรรมบ้านเชียงหรือที่เรียกว่ามรดกโลกบ้านเชียง 5,000 ปี ซึ่งได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร อย่างเป็นทางการขึ้นเมื่อปี 2548 มีนางรำไพ นิระจันทร์ เป็นประธานกลุ่มบริหารจัดการการดำเนินกลุ่ม ซึ่งมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว คือ สมาชิกจะได้ค่าตอบแทนเป็นค่าจ้างรายวัน และสมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพ (รำไพ นิระจันทร์, 2561) 5) ห้างหุ้นส่วนจำกัดบ้านเชียงไวน์เนอร์รี่ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 213 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์ พบว่าห้างหุ้นส่วนจำกัดบ้านเชียงไวน์เนอร์รี่ได้ทำการผลิตไวน์ หมากเม่า ไวน์มั่งคุด เป็นต้น ซึ่งจัดอยู่ในหมวดสินค้าโอท็อปประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จัดอยู่ในกลุ่ม สุราแช่ สุรากลั่น สาโท ไวน์ เป็นต้น โดยการริเริ่มของนายไตรรัตน์ ทันทาหะ เจ้าของกิจการ เป็นผู้ที่ม่ประสบการณ์ทำไวน์ จากต่างประเทศมาเล็งเห็นโอกาสในธุรกิจดังกล่าว



เนื่องจากเทศบาลบ้านเชียงที่ได้ชื่อว่าเป็นถิ่นฐานของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่สำคัญแห่งหนึ่งและเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวให้แก่แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำ จึงได้ผลิตภัณฑเพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวและพักค้างคืนในชุมชนบ้านเชียง จึงได้ผลิตไวน์บ้านเชียงภายใต้ตราสินค้า “ไวน์เนอร์บ้านเชียง” (ไตรรัตน์ ทันตาหะ, 2561)

ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สภาพปัจจุบัน และปัญหาสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานี
กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองเทศบาลตำบลบ้านเชียง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 108 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการสนทนากลุ่มพบว่าวัตถุดิบหลักคือ เส้นด้ายกลุ่มซื้อมาจากร้านจุลไหมไทยที่กรุงเทพฯ โดยสั่งซื้อเมื่อเส้นด้ายใกล้หมดและสั่งซื้อ 3-5 หมืนบาทต่อครั้ง ซึ่งในบางครั้งกลุ่มได้ส่งวัตถุดิบในปริมาณมากจนเกินไปทำให้เก็บวัตถุดิบไว้นาน และยากต่อการเก็บรักษาและสูญเสียจากการที่กลุ่มเก็บรักษาไม่ดี จากการสนทนาพบว่าสมาชิกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองเทศบาลตำบลบ้านเชียงส่วนใหญ่เป็นประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้านเดียวกันหรือเป็นสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน ทำให้การรวมกลุ่มเป็นลักษณะการทำงานแบบเครือญาติ ช่วยเหลือกันมีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ทำให้สามารถตัดสินใจได้ง่ายทำให้กลุ่ม มีความสามัคคีและลดความขัดแย้งภายในการสั่งงานด้วยวาจา การมอบหมายงานและการกำหนดตัวชี้วัดในการทำงานยังไม่ชัดเจน

กลุ่มจักสานบ้านดงเย็นตั้งอยู่บ้านเลขที่ 93 หมู่ 4 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการสนทนาพบว่า กลุ่มจักสานในหมู่บ้านดงเย็นลดลงจำนวนมากเนื่องจากรุ่นลูกรุ่นหลานไม่สืบสานภูมิปัญญาด้านนี้ ส่วนใหญ่ไปทำงานที่ตนเรียนมา อีกทั้งกลุ่มไม่มีวัตถุดิบในพื้นที่ต้องสั่งซื้อไม้ไผ่ที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู และ ส.ป.ป.ลาว ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่มีความผันผวนและคุณภาพไม่ได้ตามที่ต้องการมากนัก โดยประธานกลุ่มนางไพจิตร จันดาตาล เป็นคนสั่งซื้อโดยดูจากสินค้าของกลุ่มที่เหลืออยู่และสั่งซื้อในปริมาณสูงในแต่ละครั้ง ซึ่ง 1 ปี จะสั่งซื้อ 3-4 ครั้ง ซึ่งกลุ่มเองไม่ได้วางแผนการจัดการด้านวัตถุดิบที่เป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งเสริมให้สมาชิกปลูกในพื้นที่เองเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบหรือผู้ขายวัตถุดิบขึ้นราคาในกรณีที่วัตถุดิบหายาก รวมทั้งการเก็บข้อมูลยอดขายเพื่อทำการวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่รอบการผลิต จากการสนทนาพบว่า การรวมกลุ่มของกลุ่มจักสานเกิดจากการที่หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงได้รวมกลุ่มจักสานเพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ซึ่งในอดีตเป็นเพียงการทำขึ้นมาเพื่อใช้ครัวเรือนมากกว่ามีไว้เพื่อขาย โดยทำเป็นเฉพาะครัวเรือนของแต่ละครัวเรือน ซึ่งการที่รัฐมีนโยบายให้รวมกลุ่มนั้นยังให้การสนับสนุนด้านการเงินและอุปกรณ์



การรวมกลุ่มในช่วงแรกยังไม่มีการเปรียบเทียบหรือข้อกำหนดที่ชัดเจนไม่ได้กำหนดอายุ ช่วงวัย การศึกษา และชำนาญหรือทักษะด้านอาชีพ จึงพิจารณาสมาชิกจากคนในชุมชน และความสมัครใจของคนในชุมชนเป็นอันดับแรกส่งผลทำให้ขาดแรงงานที่มีความหลากหลาย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปั้นหม้อเขียนสี ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 207 หมู่ 13 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการสนทนาพบว่า ในปัจจุบันยังเป็นผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม การประกอบอาชีพปั้นหม้อของบ้านเชียงในปัจจุบันชาวบ้านได้หันไปประกอบอาชีพอื่นเพราะในบางครอบครัวพ่อแม่สนับสนุนให้ลูกหลานเรียนหนังสือเพื่อหันไปประกอบอาชีพอย่างอื่นซึ่งอาจมีสาเหตุจากผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาในหมู่บ้านไม่ค่อยได้รับความนิยมต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นแต่ราคาไม่ค่อยสูง ทำให้ชาวบ้านโดยเฉพาะเยาวชนรุ่นหลังๆไม่ให้ความสำคัญกับอาชีพการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเนื่องจากต้องใช้ความอดทน และมีมือและยังเป็นงานที่ต้องอยู่กับดินและน้ำทำให้รู้สึกเป็นงานสกปรก การผลิตศิลปหัตถกรรมทำขึ้นมาเพื่อจุนเจือครอบครัวจากการสนทนาพบว่า กลุ่มได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 ธุรกิจที่ดำเนินการในปัจจุบัน ใหลายบ้านเชียง จาน ถ้วย แก้วน้ำ แก้วกาแฟ ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจประมาณ 14 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ของการตั้งธุรกิจเพื่อรวมกลุ่มที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกใหลายบ้านเชียง จาน ถ้วย และชุดกาแฟ โดยการลอกเลียนแบบจากไหบ้านเชียงที่ถูกขูดค้นพบและปัจจุบันอยู่ในพิพิธภัณฑ์บ้านเชียง ซึ่งเริ่มตั้งแต่การเตรียมดิน การนวดดิน การปั้นรูปหรือขึ้นรูปการเผาและการเขียนลายสถานที่ผลิตตั้งอยู่บ้านเลขที่ 207 หมู่ 13 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานีซึ่งปัจจุบันเป็นศูนย์เรียนรู้และสาธิตการปั้นไห เขียนลายปัจจุบันถึงแม้จะมีการรวมกลุ่มกัน โดยมีสมาชิก 24 คน ซึ่งแบ่งหน้าที่กันชัดเจน

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 137 หมู่ที่ 15 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมที่อาศัยความเคยชินในการผลิตจากอดีตที่ทำและถ่ายทอดสืบต่อกันมาและช่วยพ่อแม่มาตั้งแต่สมัยเป็นเด็กถึงปัจจุบัน กระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย การประกอบอาชีพอาหารแปรรูปของบ้านเชียงส่วนใหญ่ทำขึ้นเพื่อบริโภคในครัวเรือนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบ้านเชียง ซึ่งปัจจุบันทำกันไม่กี่รายโดยมีผลิตภัณฑ์ เช่น ไส้กรอก หมูแดดเดียว เนื้อแดดเดียว เป็นต้น ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันของแม่บ้านและพ่อบ้านในหมู่บ้านเชียง หมู่ที่ 15 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี โดยเริ่มก่อตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2530 โดยการทำให้ไส้กรอก ซึ่งใช้ชื่อว่าไส้กรอก 5 พันปีที่อิงอารยธรรมบ้านเชียงที่ครอบคลุมแหล่งโบราณคดีมากกว่า 5,000 ปี โดยมีส่วนผสมประกอบด้วยหมูสับส่วนสะโพก หรือต้นคอ ข้าวเหนียวสุก เกลือ พริกไทย กระเทียม ตะไคร้ ซึ่ง



เป็นวิธีทำอาหารหมักดองที่มีรสเปรี้ยวทำได้โดยการนำวัตถุดิบมาเติมเกลือและสารคาร์โบไฮเดรต

ห้างหุ้นส่วนจำกัดบ้านเชียงไวน์เนอรี่ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 213 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กิจการในสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันยังเป็นผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม และยังไม่มีการขยายการผลิตที่ทันสมัยและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย คือการต้มผลไม้ และหมักด้วยยีส การทำไวน์ของกิจการทำขึ้นเพื่อบริโภคในครัวเรือนและจำหน่ายเพื่อเป็นของฝากในชุมชน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชุมชนบ้านเชียง ซึ่งปัจจุบันเป็นรายเดียวในชุมชน โดยมีผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไวน์มังคุด ไวน์หมากเม่า วัตถุดิบโดยเฉพาะยีส หรือหัวเชื้อไวน์ ไม่มีขายในพื้นที่ต้องสั่งจากจังหวัดขอนแก่น และกรุงเทพฯ โดยการสั่งซื้อเป็นครั้งครั้งไป เฉพาะที่ทำการผลิต ในส่วนของผลไม้ในพื้นที่ปลูกมีจำกัด จำเป็นต้องใช้ผลไม้ในท้องตลาดที่มีตามฤดูกาล ทำให้กิจการขาดการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบ หรือการผลิตได้ และในส่วนของ การควบคุมพบว่ากิจการได้ให้ความสำคัญของคุณภาพของสินค้าเป็นอย่างมาก โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกผลไม้ กระบวนการผลิต และการหมัก ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนที่เป็นหัวใจสำคัญของการทำไวน์นั้น เพราะมีกระบวนการหมักที่เปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นแอลกอฮอล์ในสภาวะไร้ออกซิเจน ดังนั้นการเลือกถังหมักจึงเป็นความสำคัญในลำดับต้น ๆ ซึ่งในทางกลับกันกิจการใช้ถังพลาสติกในการหมักทำให้กลิ่นและคุณภาพอาจจะไม่สู้ดีจากไม้โอ๊กที่เป็นจุดสำคัญในขั้นตอนการทำไวน์ รวมทั้งกิจการไม่มีการนำตัวผลผลิตและการสูญเสียมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิต และต้นทุนการผลิตมาใช้ในการวางแผนการผลิตและการบริหารวัตถุดิบได้ถูกต้อง (ไตรรัตน์ ทันทาหะ, 2561) จากการสัมภาษณ์ พบว่า กิจการได้ดำเนินธุรกิจ ประมาณ 30 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ของการตั้งธุรกิจ เพื่อเป็นอาชีพหลัก เพื่อสร้างรายได้และความมั่นคงให้กับครอบครัว ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐให้จดทะเบียนโอท็อป เพื่อผลประโยชน์ในการดำเนินงานของกิจการที่จะได้รับการส่งเสริมด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า การบริหารจัดการ การเงินและบัญชี จึงได้จดทะเบียนโอท็อป เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนน้อยแต่ได้กำไรสูง เป็นการบริหารในรูปแบบธุรกิจครอบครัว เน้นการบริหารงานและการสั่งงานด้วยวาจาเป็นหลักการมอบหมายงานและการกำหนดตัวชี้วัดในการทำงานยังไม่ชัดเจน เป็นเพียงการสั่งการด้วยวาจากิจการไม่พบปัญหาด้านแรงงานใช้คนในพื้นที่เป็นหลัก โดยใช้แรงงานในเฉพาะช่วงการผลิต 1-2 คน โดยเน้นการสั่งงาน ด้วยวาจาเป็นหลักโดยคุณไตรรัตน์จะเป็นผู้ควบคุมการผลิตเองทั้งสิ้น (ไตรรัตน์ ทันทาหะ, 2561)



ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีเพื่อเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานี

1. ให้การอบรมพื้นฐานแก่กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป โดยนำหลักทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์ 4 ประการ ได้แก่ 1) อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น 2) อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษาโภคทรัพย์ 3) กัลยาณมิตตตา คบคนดี ไม่คบคนชั่ว 4) สมชีวิตา อยู่อย่างพอเพียง เพื่อนำมาเป็นหลักธรรมประยุกต์ยึดหลักเป็นแนวทางในด้านการผลิต การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้เรื่องหลักทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์จากภาครัฐและภาคเอกชนมาให้ความรู้ภาคทฤษฎีและปฏิบัติแก่ผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การตลาด การแปรรูป และการยกระดับมาตรฐานการผลิตตามแนวทางดังต่อไปนี้

1.1 อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น การอบรมพื้นฐานด้านการผลิต การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการชุมชน ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถในการประกอบกิจการด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้า การยกระดับมาตรฐานการผลิต โดยเริ่มจากการรับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปเข้าสู่กระบวนการอบรมและพัฒนาเพื่อให้ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปได้เข้าใจแนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อป ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการยกระดับมาตรฐานการผลิต

1.2 อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษาโภคทรัพย์ หลังจากให้ความรู้ภาครัฐควรจัดให้มีการคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปที่มีความพร้อม ที่จะพัฒนาโดยพิจารณาจากความตั้งใจของประธานกลุ่ม และความสามัคคีของสมาชิกที่จะเข้าร่วมพัฒนาไปกับภาครัฐ หลังจากนั้นภาครัฐหรือหน่วยงานภาครัฐควรส่งผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาด้านการบริหารธุรกิจเข้าไปช่วยเหลือกลุ่มเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนาผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อทำให้กลุ่มวิสาหกิจเกิดความมั่นใจและสามารถดำเนินธุรกิจให้เข้มแข็งต่อไปได้ ยกตัวอย่าง เช่น โครงการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ/บรรจุภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม กิจกรรม พัฒนาแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี

1.3 กัลยาณมิตตตา คบคนดี ไม่คบคนชั่ว ให้การอบรมและพัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการโอท็อปรุ่นใหม่เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการโอท็อปและผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากผู้ประกอบการโอท็อปในปัจจุบันส่วนใหญ่สูงวัยในอนาคตหากไม่มีผู้สืบทอดกิจการจะส่งผลทำให้กิจการนั้นต้องปิดกิจการไป จำเป็นอย่างยิ่งชุมชนจะต้องสร้างหรือส่งเสริมเยาวชน นักเรียน นักศึกษาในชุมชน ให้สืบสานสืบทอดภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าโอท็อป ซึ่งจะส่งผล



ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน เกิดการจ้างในชุมชน เกิดรายได้ในชุมชน ลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ส่วนกลาง ส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของจังหวัดอุดรธานีต่อไป โดยการเชิญชวนทายาทโอท็อป นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจเข้าอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านสื่อสังคม (Social Media) การพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ในรูปแบบของการบูรณาการระหว่างคนร่วมสมัยโดยเน้นการนำคน 2 วัย ให้มาทำงานร่วมกันเพื่อเสริมพลังซึ่งกันและกัน กลุ่มแรกเป็นผู้ผลิตสินค้าโอท็อป ซึ่งมีความชำนาญเชี่ยวชาญในด้านการผลิต แต่ยังขาดความรู้ความสามารถด้านดิจิทัล ถึงแม้จะได้รับการอบรมจากภาครัฐมาบ้าง แต่ยังพบว่าผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินกิจกรรมในด้านการตลาดออนไลน์ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบันอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนแรก สินค้าโอท็อปจะต้องเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจะเห็นสินค้าและเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของฝาก ของที่ระลึก และส่วนที่สอง คือ การขายสินค้าออนไลน์ หากสินค้าโอท็อปไม่สามารถอยู่ในส่วนของท่องเที่ยวหรือตลาดออนไลน์ได้นั้น จะส่งผลทำให้การดำเนินกิจการในลักษณะผลิตแล้วขายไม่ได้ ซึ่งสามารถดูได้จากที่จำนวนผู้ประกอบการที่ลดลงทุกปี

1.4 สมชีวิตา อยู่อย่างพอเพียง ความรู้ด้านคุณภาพและการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป สร้างมาตรฐานในกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตสินค้า โอท็อป อาทิ เช่น การแปรรูปจักสานไม้ไผ่ กระติบข้าวไม้ไผ่ การทอผ้า เครื่องปั้นดินเผา การทอผ้าที่ต้องอาศัยความประณีตความคงทนและความสม่ำเสมอสวยงามและได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปจำเป็นต้องมีคู่มือมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้เป็นแบบในการผลิตสินค้าโอท็อป ก็ส่งผลทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของกลุ่ม เช่น ผู้ประกอบการสินค้า โอท็อปจัดทำคู่มือการผลิตสินค้าให้ยึดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อันจะทำให้การผลิตสินค้าตรงตามมาตรฐานกำหนดและยึดหลักพอเพียงในกระบวนการผลิตสินค้า

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธี ในจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาในการผลิต ผลการดำเนินการศึกษาวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์จากข้อมูลเอกสารและจากภาคสนามในเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานีพบว่า การผลิตสินค้าโอท็อปเกี่ยวข้องกับวิถีชาวบ้านและชุมชนในหมู่บ้านและชุมชนด้วยเพราะในสังคมมีการยังชีพด้วยการเกษตร สินค้าโอท็อปสร้างสรรมาจาก



ภูมิปัญญาชาวบ้านอันเกิดจากวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีการดำรงชีวิตการผลิตสินค้าโอท็อปจะใช้เวลาว่างจากการทำการเกษตรของชาวบ้านในชุมชน เพื่อใช้สอยแลกเปลี่ยนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ และจำหน่ายเป็นสินค้าบ้างตามโอกาสอันควรกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตจะใช้คริวเรือนเป็นศูนย์กลางและใช้แรงงานในคริวเรือนเป็นหลักซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของพิสิฐภัฏ บัญไชย ที่พบว่างานหัตถกรรมพื้นบ้านทุกประเภทเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีประวัติความเป็นมายาวนานอยู่คู่ชุมชนอีสานมาหลายร้อยปีมาแล้ว และเมื่อชาวบ้านอีสานมีการอพยพย้ายถิ่นก็จะนำภูมิปัญญาพื้นบ้านนี้ติดตัวไปด้วย หมู่บ้านหนึ่ง ๆ ต้องมีช่างหัตถกรรมแตกต่างกันไปจนเป็นหัตถกรรมประจำตระกูล แล้วได้ถ่ายทอดวิธีการทำต่อไปยังลูกหลานและกลาย เป็นหัตถกรรมประจำหมู่บ้าน การทำหัตถกรรมพื้นบ้านดั้งเดิมจะผลิตเพื่อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการยังชีพ แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นการผลิตเพื่อขายสร้างฐานะทางเศรษฐกิจความร่ำรวยแก่ครอบครัวโดยได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการผลิต (พิสิฐภัฏ บัญไชย, 2541)

สภาพปัจจุบัน ปัญหาสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานี ผลการดำเนินการศึกษาวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์จากข้อมูลเอกสารและ จากภาคสนามใน เรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้า โอท็อปจังหวัดอุดรธานี พบว่า สภาพการผลิตสินค้าโอท็อปในด้านเทคโนโลยีที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปเนื่องจากสินค้าโอท็อปอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ตกทอดกันมาและทำการผลิตในคริวเรือนเป็นหลักแต่จากนโยบายของรัฐบาลในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตเป็นธุรกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้สินค้าโอท็อปได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีมากขึ้นในบางประเภทผลิตภัณฑ์แม้แต่นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระยะแรกที่ผ่านมาเน้นในการผลักดันผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีอยู่แล้ว โดยเปรียบเทียบเข้าสู่ระบบการส่งเสริมการตลาดแต่มาตรการการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เพิ่งได้รับความสนใจในปี 2546 ส่วนความสามารถในการพัฒนาธุรกิจชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจเพียง ผิดผืนเท่านั้น วัตถุประสงค์ ขาดแคลนวัตถุดิบในพื้นที่ทำให้ต้องซื้อจากแหล่งอื่นทำให้มีราคาแพงเนื่องจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเริ่มขาดแคลนและต้องนำเข้าจากท้องถิ่นอื่นหรือจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนสูงขึ้นโดยเฉพาะเส้นด้าย ไม้ไผ่ ทำให้ชุมชนที่มีวัตถุดิบในท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้ดีกว่าสินค้าในผลิตภัณฑ์เดียวกันเนื่องจากมีราคาถูก และค่าจ้างแรงงานในหมู่บ้านมีราคาสูงตามสภาพเศรษฐกิจ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท ที่กล่าวถึงปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจว่า บุคลากรโดยเฉพาะผู้บริหารมีคุณสมบัติส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม เช่น ขาดความรู้ในการดำเนินการ ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น นำเงินทุนของกิจการไปใช้จ่ายในกิจกรรมส่วนตัว ไม่มีความรู้ในด้านการจัดการมีเงินทุนที่เพียงพอหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มปริมาณเพิ่มรายได้ แรงงาน กลุ่มประสบปัญหา



ขาดผู้สืบทอดหรือผู้สืบสานภูมิปัญญาในการผลิตรุ่นต่อ ๆ ไป เพราะเป็นงานที่ต้องใช้ความปราณีต ความละเอียดอ่อน ทำให้ชาวบ้านและเด็กรุ่นใหม่ไม่ได้รับความสนใจ เห็นว่าการปั้นหม้อ การทอผ้า การจักสาน เป็นงานที่ต้องทนและเป็นงานที่หนักต้องใช้แรงงานในการผลิตทุกขั้นตอนรวมทั้งต้นทุนสูง ขณะเดียวกันราคายังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับต้นทุนและแรงงาน เนื่องจากระบบตลาดยังขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้กำหนดซื้อ ราคาขาย ทำให้ลูกหลานหรือสมาชิก ไปประกอบอาชีพอื่น ทำให้แต่ละกลุ่มประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานและช่างฝีมือที่มีความชำนาญในการผลิตชิ้นงานคุณภาพสูง เนื่องจากค่าตอบแทนต่อหน่วยค่อนข้างต่ำ จึงต้องอาศัยความรักของคนรุ่นใหม่ ความอดทนและระยะเวลาเพื่อฝึกฝนความชำนาญ และการที่อัตราค่าจ้างแรงงานของไทยสูงขึ้นนั้น มีผลให้สินค้าโอท็อปกลับกลายเป็นอาชีพของผู้ที่มีทางเลือกน้อย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสนใจกับความแปลกใหม่ ความประณีตของผลิตภัณฑ์ในขณะที่ยังคงให้ความสำคัญต่อการมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ผู้สร้างสรรค์ชิ้นงานที่ไม่สามารถปรับตัวได้เร็วย่อมพบอุปสรรคในด้านการแข่งขันสูง ซึ่งมีผลทำให้ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เนื่องจากไม่มีการพัฒนาให้มีหลากหลายรูปแบบและทันสมัยกับยุคปัจจุบันทำให้สินค้าล้นตลาด เนื่องจากแต่ละหน่วยประกอบการสร้างงานที่คล้ายคลึงกัน ถูกผลิตในลักษณะ Mass Production จึงมีการแข่งขันกันสูงในการดำเนินธุรกิจ กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปขาดความรู้ในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะในการตั้งราคา ออกแบบผลิตภัณฑ์ และการบริหารการเงิน และการบริหารความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท กล่าวถึงปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจไว้ ดังนี้ บุคลากรโดยเฉพาะผู้บริหารมีคุณสมบัติส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม เช่น ขาดความรู้ในการดำเนินการ ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ชอบทำงานหนักหรือไม่ทำงานล่วงเวลา ไม่มีการยืดหยุ่นมักจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง นำเงินทุนของกิจการไปใช้จ่ายในกิจกรรมส่วนตัว มีความสามารถเฉพาะทางด้านเทคนิควิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งแต่ไม่มีความรู้ใน ด้านการจัดการ เป็นต้น จากปัญหาข้างต้นที่กล่าวมามีหลายประเด็นที่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ คุราโตะ และฮอตเกตส์ ได้ศึกษาถึงปัญหาและความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าขาดการบริหารจัดการที่ดี การจัดการถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมถ้ามีปัญหาในด้านการจัดการจะมีผลอย่างมากในการดำเนินต่อไป (Kuratko D.F. and R.M. Hodgetts, 1996) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของใจมานัส พลอยดี พบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ (ใจมานัส พลอยดี, 2540)



สรุป

การวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธี ในจังหวัดอุดรธาณึ้น สรุปรการวิจัยได้ตั้งนี้ สินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธาณึ เกิดจากการที่รัฐบาล มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคม ที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งประกอบด้วยสินค้าโอท็อป 5 ประเภท คือ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ คือ คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เป็นผู้ขับเคลื่อน และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการส่งเสริมการค้าเนงานโอท็อปจนถึงปัจจุบันโดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ซึ่งโครงการดังกล่าวในจังหวัดอุดรธาณึพบว่าอดจำหน่ายสินค้าโอท็อปส่วนใหญ่อยู่ในกิจการบางกิจการโดยเฉพาะร้านวิทีเหนมเนอง ร้านผ้านาซ่า และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งไม่ได้เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงตามหลักการของโครงการ ถึงแม้ภาครัฐจะให้การสนับสนุนส่งเสริมในทุกปีภายใต้งบประมาณยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด และไม่สามารถยืนได้ด้วยตัวเองตามหลักการของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธาณึ จะเกี่ยวข้องกับวิถีชาวบ้านและชุมชนเป็นหลักและเกิดจากการสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน การผลิตสินค้าโอท็อปจะใช้เวลาว่างจากการทำการเกษตรของชาวบ้านในชุมชน เพื่อใช้สอยในครัวเรือน แลกเปลี่ยนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ และจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กระบวนการผลิตและวิธีการผลิตจะใช้ครัวเรือนเป็นศูนย์กลางและใช้แรงงานในครัวเรือนและชุมชนเป็นหลัก ขั้นตอนการผลิตและเทคนิคต่าง ๆ ได้รับการถ่ายทอดวิชาความรู้กันมาตั้งแต่บรรพบุรุษสืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะภูมิปัญญาที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างสรรค์สินค้าโอท็อปสืบเนื่องต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนานจนกระทั่งถึงปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีเพื่อเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธาณึ คือการให้การอบรมพื้นฐานแก่กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป โดยนำหลัก ทัศนธัมมิกัตถประโยชน์ เพื่อนำมาเป็นหลักธรรมประยุกต์ยึดหลักเป็นแนวทางในด้านการผลิต การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้เรื่องหลักทัศนธัมมิกัตถประโยชน์จากภาครัฐและภาคเอกชนมาให้ความรู้ภาคทฤษฎีและปฏิบัติแก่ผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การตลาด การแปรรูป และการยกระดับมาตรฐานการผลิต



กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อป จังหวัดอุดรธานี ซึ่งทั้งนี้ผู้เขียนบทความขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โฆสิต แพงสร้อย ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ ประธานกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรระคะ อาจารย์ ดร. สมคิด สุขเอิบ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำแนะนำ คำสั่งสอน คำปรึกษา เพื่อการปรับปรุงพัฒนาในการทำวิจัย และ เขียนบทความ จนทำให้การทำวิจัย และ เขียนบทความนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าโอท็อปโดยหน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์ คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 โรงเรียน วิทยาลัย ตลอดจนมหาวิทยาลัย

1.2 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสร้างเครือข่ายโดยหน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์ คือ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการบริหารจัดการ การสั่งการ การจัดคนเข้าทำงาน และการควบคุมในกระบวนการผลิต วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์อันจะนำภูมิปัญญาที่ผ่านการลองผิดลองถูกมาแล้วเพิ่มมูลค่าในกับสินค้าโอท็อป

1.3 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างแหล่งผลิตให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อฝึกอาชีพ เช่น แหล่งเรียนรู้การทอผ้า การย้อมคราม เครื่องปั้นดินเผา การแปรรูปผลไม้ แปรรูปไม้ไผ่ และการถนอมอาหาร โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมวางแผนและร่วมปฏิบัติเพื่อสนับสนุนให้เกิดการสืบทอดภูมิปัญญารุ่นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตสินค้าโอท็อปในภาคอีสาน เพื่อเป็นประโยชน์ในเรื่องของการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้ในด้านกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด การบัญชีและการเงิน แรงงาน วัตถุดิบ เทคโนโลยี เป็นต้น



2.2 ควรศึกษาวิจัย เรื่องภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตและพัฒนาสินค้าโอท็อปในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ได้คำตอบขององค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าโอท็อปในแต่ละภาค รวมทั้งแนวทางการการพัฒนาสินค้าโอท็อปในประเทศไทยได้

2.3 ควรศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาสินค้าโอท็อปในภาคอีสาน เพื่อเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคในแต่ละพื้นที่ซึ่งจะได้ทราบปัญหา และแนวทางแก้ไขสินค้าโอท็อป ในแต่ละท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. (2546). *ผลการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ปี 2546 – 2547*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย.
- ใจมานัส พลอยดี. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน : เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย (อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช). ใน *วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาติรี ตะโจประรัง. (21 กรกฎาคม 2561). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีในจังหวัดอุดรธานี. (กศิปัญญ์ ทองแกม, ผู้สัมภาษณ์)
- ไตรรัตน์ ทันตาหะ. (25 กรกฎาคม 2561). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีในจังหวัดอุดรธานี. (กศิปัญญ์ ทองแกม, ผู้สัมภาษณ์)
- ทองล้วน สิทธิพรหม. (18 กรกฎาคม 2561). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีในจังหวัดอุดรธานี. (กศิปัญญ์ ทองแกม, ผู้สัมภาษณ์)
- พิสิษฐ์ บุญไชย. (2541). การพัฒนาหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน. ใน *ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ไพจิตร จันดาตาล. (19 กรกฎาคม 2561). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีในจังหวัดอุดรธานี. (กศิปัญญ์ ทองแกม, ผู้สัมภาษณ์)
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ราไฟ นิระจันท์. (24 กรกฎาคม 2561). ปัญหาและแนวทางการแก้ไขสินค้าโอท็อปตามหลักพุทธวิธีในจังหวัดอุดรธานี. (กศิปัญญ์ ทองแกม, ผู้สัมภาษณ์)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.



สุชาติา โพธิ์เจริญ. (2542). *แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจ ชุมชน กรณีศึกษาหัตถกรรมในจังหวัดภาคเหนือ*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงอุตสาหกรรม.

Kuratko D.F. and R.M. Hodgetts. (1996). *Entrepreneurship : A contemporary approach. 4nd ed.* New York: The Dryden Press.