

การศึกษาศักยภาพเพื่อการส่งออกของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The study of Potential for export of OTOP Products
in Phranakhon si Ayutthaya

อัจฉรา หล่อตระกูล*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการผลิต และการส่งออกของผลิตภัณฑ์ OTOP และเพื่อศึกษาอุปสรรคในการส่งออกของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีขอบเขตการศึกษาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้นำหรือตัวแทนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่ศูนย์พัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ได้คัดสรรไว้ จำนวน ๓ กลุ่มผลิตภัณฑ์คือ กลุ่มอาหาร กลุ่มของใช้ และกลุ่มผ้า และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการหลายวิธีได้แก่ แบบสอบถาม และการจัดเวทีชาวบ้าน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในทุกองค์ประกอบเท่ากับ ๓.๘๓ ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการผลิต พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ ๓.๖๗ ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ ๒.๘๗ จากการจัดเวทีชาวบ้านพบว่า สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสำนักงานสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่งเสริมพัฒนาชุมชน ช่วยเตรียมความพร้อมแก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ตัวแทนจากกลุ่ม OTOP หวังจะได้รับการส่งเสริมจากหน่วยราชการ ในการพาไปบุกเบิกการตลาดในต่างประเทศ

* อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ : กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน; ศักยภาพด้านการผลิตและการส่งออก; อุปสรรคในการส่งออก

Abstract

The objectives of this research were: to educate the Potential for produce and export of OTOP Products and to study the problems in export of OTOP Products in Phranakhon si Ayutthaya. This research is survey research, testing ๓ groups of OTOP products and government officers from office of Ayutthaya Community Office and Ayutthaya Cooperative Office. The data were collected by questionnaires and focus group. The findings found that OTOP products groups have potential of production and export in high level ($\bar{x} = 3.83$), the problems in production were in high level ($\bar{x} = 3.67$) and the problems in export were in medium level ($\bar{x} = 2.87$). Ayutthaya Community Office and Ayutthaya Cooperative Office were supported and prepare OTOP products groups for development. The representation from OTOP groups hope that the officer will help them export OTOP products.

Keywords : OTOP; Potential in productions and export; Problems in OTOP export

บทนำ

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product : OTOP) เป็นส่วนหนึ่งของการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองภายใต้นโยบายแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและความยากจนของประเทศด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของรัฐบาล โดยเน้นพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนให้มีรายได้เป็นของตนเอง สามารถพึ่งตนเองได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยการกำหนดให้แต่ละชุมชนหรือตำบลหนึ่งๆ มีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย ๑ ประเภท ซึ่งได้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรในท้องถิ่นมาปรับใช้ในการผลิตและพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน รวมไปถึงถึงสถานที่ท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แล้วแต่ว่าชุมชนใดจะมีวัตถุประสงค์ในด้านใดเป็นหลัก และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์พร้อมทั้งเชื่อมโยงให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งระบบระหว่างวิสาหกิจชุมชนหรือท้องถิ่น

โครงการ OTOP ได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๔ มาถึงปัจจุบัน สินค้าจากโครงการสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนในระดับที่น่าพอใจ ชุมชนต่างๆ สามารถผลิตสินค้าได้หลายประเภท อาทิ ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตผลทางการเกษตร อาหาร หัตถกรรมและเครื่องจักสาน สมุนไพรและแชมพู เป็นต้น ปัจจุบันสินค้าจากโครงการ OTOP ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากไม่เพียงแต่ตลาดภายในประเทศเท่านั้น ขณะนี้ตลาดต่างประเทศบางแห่งได้ให้ความสนใจในสินค้า OTOP ของไทยเป็นอย่างมากโดยเฉพาะญี่ปุ่น เนื่องจากผลิตภัณฑ์จาก OTOP ของไทยมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ จึงสามารถดึงดูดความสนใจจากตลาดต่างประเทศได้ในเวลาอันรวดเร็ว รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของสินค้าจากโครงการ OTOP จึงได้ออกนโยบายและแผนงานต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้สินค้าจากโครงการ OTOP ได้มีโอกาสขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศให้มากขึ้น เป็นการใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบของประเทศอย่างคุ้มค่า และเพิ่มแนวทางในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศ รวมถึงการช่วยกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในระยะยาว ล่าสุด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้กำหนด ๖ ยุทธศาสตร์หลักเพื่อนำไปสู่แผนปฏิบัติการ SMEs ซึ่งถือเป็นแผนปฏิบัติการ SMEs ฉบับแรกของไทย โดย ๑ ใน ๖ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ซึ่งกำหนดให้มีผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดสากลไม่ต่ำกว่า ๑ พันรายการภายในปี ๒๕๔๙ และมีการสร้างศูนย์การตลาดและกระจายสินค้าของชุมชนสู่ตลาดในประเทศไม่ต่ำกว่า ๒๐ แห่ง และตลาดต่างประเทศอีกไม่ต่ำกว่า ๑๐ แห่ง และแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อการส่งออก จึงเชื่อว่าจะมีส่วนร่วมในการเพิ่มพูนรายได้จากการส่งออกของประเทศเพื่อให้เศรษฐกิจไทยสามารถฟื้นตัวและเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผลิตเข้าสู่ตลาดในประเทศในแต่ละปีในปริมาณมาก เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างโอกาสแก่ประชาชน และชุมชนในท้องถิ่นหมู่บ้านและชุมชนต่างๆ มีผู้ประกอบการจำนวนมากได้เข้ามาร่วมการคัดสรรระดับจังหวัด ดังแสดงในตารางดังนี้^{๖๙}

^{๖๙} สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง ๑ ผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมคัดสรรระดับจังหวัด ปี พ.ศ. ๒๕๕๒ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์
อาหาร	๒๗
เครื่องดื่ม	๘
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	๙
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	๙๖
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	๑๒
รวม	๑๕๒

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ดังนั้นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบโดยตรง คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีหน่วยงานราชการหลายส่วนที่เข้ามาเป็นกรรมการ เช่น พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด และสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศูนย์พัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในด้านบริหารจัดการ การผลิต การตลาด การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งใน และต่างประเทศ

ในการดำเนินการระยะแรกได้จัดทำโครงการวิเคราะห์และกำหนดมาตรฐานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับและออกสู่สากล (ม.ย - ส.ค. ๒๕๕๓) ศูนย์ยกระดับได้ศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับ จำนวน ๒๗ ผลิตภัณฑ์ และเพื่อพัฒนาออกสู่สากล จำนวน ๓๔ ผลิตภัณฑ์ แยกตามประเภทดังแสดงในตาราง^{๗๐} ดังนี้

^{๗๐} สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง ๒ ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เข้าโครงการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับมาตรฐานและออกสู่สากลของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP	จำนวนผลิตภัณฑ์ยกระดับ ดาว	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่สากล
อาหาร	๖	๗
ผ้า	๕	๕
ของใช้	๑๐	๑๑
สมุนไพร	๔	๗
เครื่องตี๋ม	๒	๔
รวม	๒๗	๓๔

ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่จะยกระดับให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น (ได้ดาวสูงกว่าเดิม) จำนวน ๒๗ ผลิตภัณฑ์พบว่าส่วนใหญ่สามารถที่จะพัฒนามาตรฐานได้โดยเฉพาะด้านการได้รับมาตรฐานตามที่กำหนด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจที่จะทำการพัฒนาต่อไปตามคำแนะนำของคณะทำงาน ส่วนผลผลิตที่จะพัฒนาที่จะส่งออก หรือออกสู่สากลพบว่า ส่วนใหญ่มีความพร้อมในด้าน มาตรฐานการผลิต คุณภาพ แต่ปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต้องปรับปรุงคือ ความรู้เกี่ยวกับความต้องการสินค้าในต่างประเทศ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต่างประเทศแต่ละประเทศต้องการ และยังขาดวิธีการ แสวงหาตลาดต่างประเทศ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้คณะวิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาศักยภาพเพื่อการส่งออกของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ผู้ผลิตมีความสามารถในการส่งสินค้าออกไปตลาดต่างประเทศได้จริงและให้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการผลิต และการส่งออกของผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
๒. เพื่อศึกษาอุปสรรคในการส่งออกของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยด้านต่างๆ ดังนี้

๑. ด้านประชากร ประกอบด้วย ผู้นำหรือตัวแทนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่ศูนย์พัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ได้คัดสรรไว้ จำนวน ๓ กลุ่มผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ละ ๓ คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้นำชุมชน ตัวแทนละ ๑ คน

๒. ด้านเนื้อหา ศึกษาศักยภาพ ในด้านการผลิต และการส่งออกของผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่จะออกสู่สากล จำนวน ๓ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตามทีศูนย์ยกระดับมาตรฐานของสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้เลือกเพื่อจะทำการพัฒนาการส่งออกสู่สากล

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ได้ดำเนินการดังนี้

ตามวัตถุประสงค์ข้อ ๑ เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดำเนินการด้วยการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน ๓ กลุ่มแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน

ตามวัตถุประสงค์ข้อ ๒ เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคการส่งออกสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้วยการสำรวจข้อมูลและการจัดเวทีชาวบ้านแล้วนำมาหาข้อสรุป

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่จะยกระดับให้มีมาตรฐานให้สูงขึ้น (ได้ดาวสูงกว่าเดิม) จำนวน ๒๗ ผลิตภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มอาหาร กลุ่มของใช้ และกลุ่มผ้า เจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้แก่ สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้นำชุมชน ตัวแทนละ ๑ คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาศักยภาพ ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครอบคลุม ๒ ด้าน คือ การผลิตและการส่งออก

เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

- ตอนที่ ๑** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยจะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) และเติมคำในช่องว่างจำนวน ๑๕ ข้อ
- ตอนที่ ๒** แบบสอบถามการศึกษาศักยภาพการผลิตและการส่งออก โดยจะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ จำนวน ๑๕ ข้อ
- ตอนที่ ๓** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ จำนวน ๒๐ ข้อ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

๑. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเอง โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

(๑.๑) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านเศรษฐกิจของกลุ่ม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบการ ภูมิหลัง การดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์

(๑.๒) วิเคราะห์เนื้อหาของตัวแปรที่ต้องการศึกษา เอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้จากการประกอบการ อาชีพหลัก อาชีพเสริม แหล่งเงินทุน

๒. แบบสอบถามการศึกษาศักยภาพการผลิตและการส่งออก

(๒.๑) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการผลิตและการส่งออก

(๒.๒) กำหนดลักษณะที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการผลิตและการส่งออก โดยการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามของ ล้ายอง ปลั่งกลาง (๒๕๕๐)^{๗๑} ซึ่งใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ ประกอบด้วยข้อความทั้งหมด ๓๐ ข้อ

(๒.๓) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่านตรวจสอบเชิงเนื้อหาความถูกต้องในพฤติกรรมที่ต้องการวัด ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายปรากฏว่ามีค่า IOC (Index of objective Congruence) ที่ ๐.๖๗ ถึง ๑.๐๐ โดยใช้สูตร IOC^{๗๒} คัดเลือกข้อที่สอดคล้องและผ่านเกณฑ์ ได้ จำนวน ๑๕ ข้อ

^{๗๑} ล้ายอง ปลั่งกลาง, การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๐.

^{๗๒} สมนึก ภัททิยธนี, การประเมินผลและการสร้างแบบทดสอบ, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์, ๒๕๓๗), หน้า ๑๖๗.

๓. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการส่งออก

(๓.๑) กำหนดปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก โดยในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมาจากคู่มือปฏิบัติการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพชีวิตในการทำงาน ของวิฑูรย์ สิมะโชคดี^{๗๓} และผู้ประกอบการ ของ อำนาจ ธีระวนิช^{๗๔} นำมาปรับเป็นข้อคำถามให้สอดคล้องกับการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด ๓๐ ข้อ

(๓.๒) นำแบบวัดที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่านตรวจสอบเชิงเนื้อหาหาความถูกต้องในพฤติกรรมที่ต้องกรวัด ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายปรากฏว่า มีค่า IOC (Index of objective Congruence) ที่ ๐.๖๗ ถึง ๑.๐๐ โดยใช้สูตร IOC คัดเลือกข้อที่สอดคล้องและผ่านเกณฑ์ ได้ จำนวน ๒๐ ข้อ

(๓.๓) นำแบบวัดและแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มของนายนิกร สิริอุทัยกุล) เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติคำนวณค่าอำนาจจำแนกโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายข้อกับข้อคำถามรวม ค่า CITC (Corrected Item-Total Correlation) มากกว่า ๐.๒ ในทุกข้อคำถามและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (reliability) ตามสูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของ Cronbach ปรากฏว่าได้ผลดังนี้ แบบสอบถามความคิดเห็นศักยภาพการผลิตและการส่งออก มีค่าความเชื่อมั่น ๐.๘๕๓ และแบบสอบถามความคิดเห็นปัญหาและอุปสรรคของการผลิตและการส่งออก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๙๓๖

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัย ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและนำลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows ซึ่งมีค่าสถิติที่ใช้และการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

๑. การแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาโดยนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

๒. ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.) จากแบบสอบถามในส่วนที่เป็นความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์ระดับของปัญหา

๓. สรุปจากการจัดเวทีชาวบ้าน

^{๗๓} วิฑูรย์ สิมะโชคดี, การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs, (กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (โครงการตำรา), ๒๕๕๕).

^{๗๔} อำนาจ ธีระวนิช, ผู้ประกอบการ, (นนทบุรี : มาเธอร์บอสแพ็คเก็ตจิ้ง, ๒๕๔๙).

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทราบศักยภาพและความสามารถของผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการส่งออกไปยังต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและยกระดับผู้ผลิตสินค้า OTOP ให้สามารถส่งออก

๒. ผู้ประกอบการสินค้า OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเข้าใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกสู่สากล

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีอาทิเช่น องค์กรการบริหารส่วนตำบลและกลุ่มชุมชนในตำบลต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ เกษตรอำเภอ เกษตรจังหวัด สหกรณ์จังหวัด-อำเภอ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาชุมชนจังหวัด-อำเภอ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ สถาบันการศึกษาต่างๆ

ผลการศึกษา มีดังนี้

๑. ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ มีอายุอยู่ระหว่าง ๔๑-๕๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ เป็นสมาชิกกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ และเป็นกรรมการกลุ่ม เป็นสมาชิกกลุ่ม ๗-๙ ปี คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๓๓ และระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๓๓ เช่นกัน มีรายได้ ๕,๐๐๑-๘,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๗๘ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ๔-๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ ประกอบอาชีพหลัก คือ รับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ ส่วนใหญ่ครอบครัวมีการประกอบอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๕ ใช้อัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจากในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ ส่วนใหญ่เรียนรู้การผลิตจากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ กลุ่มมีเงินทุนของกลุ่มที่ใช้หมุนเวียนจากเงินทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ โดย กลุ่มมีเงินทุนของกลุ่มที่ใช้หมุนเวียนจากสมาชิกของกลุ่มรวมลงหุ้น คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ ส่วนใหญ่กลุ่มใช้สถานที่ในการผลิต คือ ที่ทำการกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗

๒. ศักยภาพการผลิตและการส่งออก พบว่า กลุ่มมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในทุกองค์ประกอบเท่ากับ ๓.๘๓ โดยข้อที่เห็นว่ามีศักยภาพมากที่สุดคือ กลุ่มมีอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๘๘๘๘ รองลงมาคือ กลุ่มมีการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการผลิตอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๗๗๗๘

๓. ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการส่งออก จำแนกเป็น

(๓.๑) ปัญหาและอุปสรรคในการผลิต พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ ๓.๖๗ โดยมีปัญหาและอุปสรรคที่อยู่ในระดับมากถึง ๗ ข้อ จาก ๑๐ ข้อ เช่น อื่นๆ (สินค้าไม่มีคุณภาพ สมาชิกไม่ทุ่มเท) มีค่าเฉลี่ยสูงถึง ๔.๓๓๓๓ รองลงมา คือ มีของเสียจากการผลิตมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๘๘๘ วัตถุดิบขาดแคลน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๗๗๘ พนักงานขาดความชำนาญในการผลิต วัตถุดิบไม่มีคุณภาพ กำลังการผลิตน้อยเกินไป กำลังการผลิตมากเกินไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ๓.๖๖๖๗

(๓.๒) ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ ๒.๘๗ ซึ่งมีข้อที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในระดับมากคือ ลูกค้านำไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๗๗๘ รองลงมาคือ คู่แข่งมีมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๕๕๕๖

๔. สรุปผลการจัดเวทีชาวบ้าน พบว่า กลุ่ม OTOP ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนทุนจากหน่วยงานในท้องถิ่นชุมชน และส่วนกลาง หลายหน่วยงาน ซึ่งจากการจัดเวทีชาวบ้านพบว่า

(๔.๑) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมพัฒนาชุมชนทุกด้าน เมื่อรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP) พัฒนาชุมชนจึงมีหน้าที่ประสานงานระหว่าง OTOP กับหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ในการให้ความรู้ จัดเสริมประสบการณ์แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ให้สามารถผลิตสินค้า ค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้มีระบบการบริหารจัดการที่ดี อันจะส่งผลให้ OTOP ได้พัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันในสถานะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ช่วยพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต การบริหารการตลาด ส่งเสริมให้เป็นเครือข่ายช่วยเหลือกันแบบพี่ช่วยน้อง และนโยบายที่เข้มข้นมากขึ้นในปี ๒๕๕๐ คือการร่วมพัฒนาองค์ความรู้แก่กลุ่ม OTOP ให้ก้าวไปเป็น Knowledge Base OTOP หรือ KBO

(๔.๒) สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นหน่วยงานที่ช่วยเตรียมความพร้อมแก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น แนะนำการส่งเสริมอาชีพ และพัฒนาศักยภาพในด้านการเงินการบัญชี การให้ความรู้ในการดำเนินงาน เช่น การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามต้องการของตลาด สร้างเครือข่ายที่ดี จัดหาวิทยากรช่วยอบรม เช่น จัดเชิญอาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ให้การอบรมการบริหารบุคคล การตลาด การเขียนแผนธุรกิจ เป็นต้น ตลอดจนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค จัดงานแสดงออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ร่วมกับงานฉลองมรดกโลกของจังหวัด เพื่อให้ผู้ซื้อผู้พบปะแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า นอกจากนี้ยัง เป็นการช่วยให้กลุ่มได้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการผลิต การตั้งราคา ช่องทางการจำหน่าย

มีการสนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการรวมกลุ่มอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กลุ่มประสบผลสำเร็จ

(๔.๓) ตัวแทนจากกลุ่ม OTOP เห็นว่าระดับปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน ของกลุ่มโดยรวมอยู่ในระดับไม่มากนัก และเมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการผลิต และด้านการส่งออก มีความเห็นตรงกันว่ามีปัญหาในระดับปานกลาง และหวังจะได้รับการส่งเสริมจากหน่วยราชการในการพาไปบุกเบิกการตลาดในต่างประเทศ

อภิปรายผล

๑. ผลการศึกษา ที่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ มีอายุอยู่ระหว่าง ๔๑ - ๕๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ เป็นสมาชิกกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ และเป็นกรรมการกลุ่ม เป็นสมาชิกกลุ่ม ๗ - ๙ ปี คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๓๓ และระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๓๓ เช่นกัน มีรายได้ ๕,๐๐๑-๘,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ ๗๗.๗๘ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ๔-๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ ประกอบอาชีพหลัก คือ รับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ ส่วนใหญ่ครอบครัวมีการประกอบอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๕ ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจากในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ ส่วนใหญ่เรียนรู้การผลิตจากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔๕ กลุ่มมีเงินทุนของกลุ่มที่ใช้หมุนเวียนจากเงินทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ โดย กลุ่มมีเงินทุนของกลุ่มที่ใช้หมุนเวียนจากสมาชิกของกลุ่มรวมลงหุ้น คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๕๖ ส่วนใหญ่กลุ่มใช้สถานที่ในการผลิต คือ ที่ทำการกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๖๗ ทั้งนี้แม้ว่ากลุ่มจะมีอาชีพหลักรับจ้าง แต่ก็มี การรวมตัวกันเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน นับว่าเป็นผู้รู้จักยอมรับและยินดีพัฒนากลุ่มให้เป็นกลุ่มที่ยั่งยืน และเข้มแข็งในระยะต่อไป ดังจะเห็นได้จากการยินดีเข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้แต่ละกลุ่มมีการเสียสละ ยินดีให้ข้อมูล และนำผลการปรึกษาหารือไปปรับใช้ตลอดมา

๒. ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตและการส่งออก มีประเด็นที่ควรอภิปราย คือ กลุ่มมีแหล่งวัตถุดิบคือจัดหาจากในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงว่าในชุมชนมีทรัพยากรไม่เพียงพอ ซึ่งแสดงการเป็นธุรกิจชุมชนมุ่งกำไรมากกว่าการกระจายการใช้ทรัพยากรในชุมชน ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มยังขาดการความเข้าใจในบทบาทของการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากเป็นช่วงเริ่มต้นก่อตั้ง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้มาจากบรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง นับเป็นสิ่งที่ดีที่ช่วยรักษาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้ เงินทุนและเงินหมุนเวียนที่ใช้สอดคล้องกับหลักการส่งเสริมของภาครัฐ คือ ควรเป็นทุนของชุมชน และประกอบการเพื่อชุมชน

๓. ปัญหาและอุปสรรค ในการผลิตและการส่งออก ได้แยกวิเคราะห์เป็น ๒ ด้าน ซึ่งมีประเด็นที่ควรอภิปรายเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

(๓.๑) ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต พบว่าโดยรวมมีปัญหาในระดับมาก แต่เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด จะพบว่า เช่น ประเด็นพนักงานขาดความชำนาญในการผลิต อาจนำมาซึ่งมีของเสียจากการผลิตมาก ประเด็นวัตถุดิบราคาสูง เป็นปัญหาและอุปสรรคในด้านการแข่งขัน ซึ่งน่าจะสอดคล้องตามภาวะเศรษฐกิจ เพราะปัจจุบันระดับราคาสินค้าในตลาดหลายรายการได้ปรับราคาขึ้นตามภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลก เนื่องจากเป็นปัจจัยต้นทุนสำคัญในกระบวนการผลิตสินค้าทุกชนิด ปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้อยู่ นั้นผลการวิจัยพบว่า มีแหล่งที่มาจากภายนอกชุมชนเป็นส่วนใหญ่ คือ ซื้อจากตลาดในตัวเมืองมากกว่าจะใช้ทรัพยากรของชุมชน จึงควบคุมราคาไม่ได้ทำให้เห็นเป็นปัญหามากกว่าประเด็นอื่นๆ แต่ขณะเดียวกันก็พบว่าประเด็นปัญหา “วัตถุดิบไม่มีคุณภาพ” อยู่ในระดับมากน่าจะแสดงว่ากลุ่มพิถีพิถันในการผลิตผลิตภัณฑ์มาก แม้ว่าวัตถุดิบราคาจะแพงขึ้น แต่ก็พยายามหาวัตถุดิบที่ได้คุณภาพสูง ดังนั้นตัวสมาชิกในกลุ่มเองและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจะได้มีการดูแลติดตามเอาใจใส่ คอยจัดให้ความรู้เพิ่มเติมให้การอบรมเกี่ยวกับการผลิตให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มพึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง

(๓.๒) ปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งออก พบว่าโดยรวมมีปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนผลการวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ในประเด็น “คู่แข่งมีมากขึ้น” มีปัญหาในระดับมาก อาจเป็นเพราะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน กับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม แสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีการแข่งขันกันสูง ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์หรือกึ่งสมบูรณ์ ที่ผู้ผลิตไม่ใช่เป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของตนเอง แต่ราคาซื้อขายเป็นราคาตามกลไกตลาด นอกจากนี้ในประเด็นลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้าน อยู่ในเกณฑ์ปัญหามากเช่นกัน กลุ่มจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์และต้องมีการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นควรมีข้อเสนอแนะ ๒ ส่วนดังนี้

๑. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

(๑.๑) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ยังไม่สามารถพึ่งตนเองได้อย่างสมบูรณ์ แต่เป็นพื้นฐานของพัฒนาชุมชนเป็นอย่างดี ดังนั้น เกี่ยวกับศักยภาพและปัญหาอุปสรรคที่พบ จึงต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนในการพัฒนาอีกมาก ควรมีหน่วยงานภาครัฐร่วมมือช่วยพัฒนาส่งเสริมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านงบประมาณ รัฐบาลหรือองค์กรเอกชนต้องเข้ามามีบทบาทที่จะช่วยเหลือ

สนับสนุน เพื่อให้กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จัดทำธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและยังต้องทำวิจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ต่างๆ อีกต่อไป

(๑.๒) ในงานวิจัยนี้ได้จัดสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตและการส่งออกของกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ที่ร่วมวิจัยทั้ง ๓ กลุ่ม จึงควรต้องจัดประเมินเป็นระยะๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ดำเนินงาน พัฒนาตนเองต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลการประเมินศักยภาพเป็นรูปแบบเชิงปริมาณอย่างชัดเจน ซึ่งกลุ่มจะสามารถใช้ผลการประเมินดังกล่าวนี้ไปเสนอขอรับการสนับสนุนโครงการพัฒนาต่างๆ ของกลุ่มได้

(๑.๓) การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เอง มีข้อจำกัดด้านบุคลากรของกลุ่มที่จะดำเนินการพัฒนาตนเอง จึงควรให้รวมกันเป็นเครือข่าย และจัดพบปะกันเป็นระยะ เป็นรายเดือนหรือไตรมาส และอาจมีการร่วมมือกันเชิญวิทยากร หรือหน่วยงานมาช่วยพัฒนาหรือสอนแนะนำงานซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระของแต่ละกลุ่มได้ นอกจากนี้ได้เสนอให้ทุกกลุ่มเข้าใจบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยที่ยินดีให้ความร่วมมือในการจัดอาจารย์หรือวิทยากรให้ความรู้ได้ ในทุกประเด็นปัญหาของกลุ่ม จึงแจ้งให้กลุ่มได้ทราบและมาขอใช้บริการได้ตลอดไป

(๑.๔) การพัฒนาศักยภาพ กลุ่มควรจัดทำแผนแยกแต่ละด้านเช่น

- ด้านการผลิต ควรเน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่นของตนหรือวัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีรายได้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ ส่วนการแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนให้มีการซื้อขายในราคาที่ยุติธรรมแก่ทุกฝ่าย

- ด้านการตลาดเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะการวิเคราะห์ตลาดในระยะยาวสามารถทำได้โดยการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเราเพราะอะไร เราสามารถสร้างความแตกต่างในด้านสินค้าได้เพียงใด อย่างไร ตรयीห้อมีสัญลักษณ์เฉพาะเหมาะสมหรือไม่ มีการโฆษณา สร้างความยอมรับของลูกค้าได้เพียงใด ส่วนในด้านราคา กลุ่มจะต้องตอบได้ว่ากลุ่มของตนขายอะไร ลูกค้าคือใคร อาจศึกษาโดยการศึกษาดูงาน ศึกษาตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านประโยชน์ใช้สอย และคุณค่าทางความรู้สึก รวมทั้งรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ตามกาลเทศะ เป็นต้น

นอกจากนี้ ภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมด้านการตลาดแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างกว้างขวาง ควรใช้โอกาสนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ และพยายามรวบรวมกลุ่มกันสร้างระบบเครือข่ายขึ้นเพื่อช่วยเหลือกันทั้งด้านตลาด ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ

๒. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(๒.๑) กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำกัดเฉพาะในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางเก็บข้อมูลและมีข้อจำกัดด้าน

ระยะเวลาที่กำหนดไว้ ๑ ปีเท่านั้น ดังนั้นการอ้างอิงไปสู่กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ทั่วประเทศอาจไม่เหมาะสม จึงควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบผลการวิจัยเช่นนี้ในจังหวัดอื่นๆ

(๒.๒) กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ที่ศึกษาครั้งนี้เป็น กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ ๓ กลุ่มในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงควรมีการศึกษาในกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ให้มากขึ้นครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์เพื่อทราบว่ากลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP สามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตและการส่งออกได้มากน้อยเพียงใด และสามารถพัฒนาความเป็นอยู่ของคนในชุมชนท้องถิ่นได้อยู่ดีมีสุขได้เพียงใดอันจะเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

ประเวศ วะสี. เศรษฐกิจพอเพียง : ข้อเสนอสู่การปฏิบัติ มติทางวัฒนธรรมในยุค

เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, ๒๕๔๔.

ลำยอง ปลั่งกลาง. การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๐.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs. กรุงเทพมหานคร :

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (โครงการตำรา), ๒๕๕๕.

สมนึก ภัททิยธานี. การประเมินผลและการสร้างแบบทดสอบ. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กทม. :

ประสานการพิมพ์, ๒๕๓๗.

อำนาจ ธีระวนิช. ผู้ประกอบการ. นนทบุรี : มาเธอร์บอสแพ็คเก็ตจีจิง, ๒๕๔๙.