

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

อาจารย์แพรวภัทรา เขียวชะอุ่ม
ภาควิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมและทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” 4) ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก จำนวน 165 คน การเก็บข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก วิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกกลุ่มอาชีพ มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อยู่ในระดับดี มีการเปิดรับข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง ความรู้อยู่ในระดับดี และการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง 2) ไม่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มอาชีพ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) สมาชิกกลุ่มอาชีพ ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) ความรู้ กับการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปปัญหาและอุปสรรค คือ สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ ความชำนาญในการดำเนินงานขั้นธุรกิจ การรวมกลุ่มสมาชิกยังไม่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ซ้ำซ้อนกันและไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัตถุประสงค์ในการผลิตมีไม่เพียงพอและมีราคาแพง อุปกรณ์การผลิต ไม่ได้มาตรฐานและมีไม่เพียงพอ ขาดเงินทุนหมุนเวียน มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง มีตลาดไม่แน่นอน การสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ไม่

ต่อเนื่อง ผู้วิจัยคิดว่าแนวทางแก้ปัญหาในการดำเนินงาน คือ ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ในด้านต่างๆ มากขึ้น สนับสนุนการรวมกลุ่มและพัฒนาการดำเนินงานกลุ่ม จัดอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และขยายตลาดมากขึ้น หน่วยงานต่างๆ ควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือกลุ่มอาชีพอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม มีการประชุม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม เพื่อพัฒนา แก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกลุ่ม

ความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 รัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เข้ามาบริหารประเทศ เป็นช่วงที่ประเทศเผชิญปัญหาภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจไทยใหม่ โดยบริหารจัดการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศไทยให้แน่นแฟ้นมั่นคงและมีความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจโลก ซึ่งการบริหารโดยของภาพรวมเป็นระบบ และมีเป้าหมายในการรักษาความเติบโตของเศรษฐกิจ อย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ เป็นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานราก และสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจดังกล่าว มีนโยบายหลัก 4 ประการ คือ 1) การพักหนี้เกษตรกร 2) การยกระดับราคาสินค้าเกษตร 3) กองทุนหมู่บ้าน และ 4) โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" นอกจากจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจระดับรากหญ้าแล้ว ยังสามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกเข้าด้วยกัน และเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้

หลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (One Tambon One Product) เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชนนั้น (อัจฉราวรรณ, 2544: 24) รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ให้เป็นนโยบายที่สำคัญที่มุ่งสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน โดยโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์(หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า (พีระศักดิ์, 2544: 24) โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย และอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริม สนับสนุน กระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยการนำทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น (สยมพร, 2545: 7) เกิดเป็นกระบวนการพัฒนาที่ได้

มาตรฐาน สามารถพลิกฟื้นให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน เน้นให้สามารถพึ่งตนเองได้ อีกทั้งสามารถทำให้ มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการส่งเสริม และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น แนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนว ทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้าง รายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากร และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และ สังคมไทย (กิตติ, 2545: 1) อันเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน ซึ่งสามารถยกระดับ ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิต หรือจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้เป็น ที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม, 2545: 8) ซึ่ง แนวทางการดำเนินการเช่นนี้ จะสามารถทำให้เศรษฐกิจทุกพื้นที่ของประเทศไทย สามารถเจริญเติบโตขึ้น อย่างทั่วถึง(Local Growth)และถ้าหากสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้แล้ว ก็ จะเป็นการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจระดับรากหญ้ากับเศรษฐกิจ ระดับโลก (Local link, Global reach) อีกด้วย

จากรัฐสู่ท้องถิ่นชนบทด้วยโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่หวังลดปัญหาความยากจน และฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ประเทศ โดยอาศัยพื้นฐานความเป็นไทย มาเป็น หลักในการดำเนินงาน (เทพสุดา, 2544: 17) เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการ พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปีแรกได้ประมาณการรายได้ จากการจำหน่ายสินค้าปี 2545 จำนวนกว่า 10,900 ล้านบาท ผลปรากฏว่าปี 2545 สามารถสร้างรายได้ มากกว่า 16,800 ล้านบาท และในปี 2546 ได้ประมาณการรายได้ไว้ที่ 20,000 ล้านบาท แต่นับตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2545 – เดือนเมษายน 2546 นี้ ปรากฏว่ามีรายได้กว่า 17,000 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 87.6 ของ รายได้ที่ประมาณการ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2546: 1)

รายได้ที่เกิดขึ้นนั้น แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาท้องถิ่นที่มีทิศทาง และมีวัตถุประสงค์อันจะนำไปสู่ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชนบทหรือในท้องถิ่นให้ดีขึ้น และปัจจัยสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการ พัฒนาท้องถิ่น คือ การสื่อสาร เพราะสังคมที่มีการสื่อสารดี ย่อมมีเครือข่ายการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้กว้างขวาง ทำให้ประชาชนสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วทั้งภายในและ ภายนอกตัวอำเภอ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้เท่าทันต่อสถานการณ์ ทำให้ชุมชนโดยรวมพัฒนาได้ เร็วขึ้น การสื่อสารจึงมีบทบาทที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาประเทศ คือ เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดในการนำ นโยบาย การพัฒนา ตลอดจนรายละเอียดของแนวทางการพัฒนาของรัฐบาลไปสู่ประชาชนและยังสะท้อน ความคิดความต้องการจากประชาชนขึ้นมาสู่ส่วนบนอีกด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อรัฐบาลในการที่ จะรับรู้สภาพปัญหาที่ประชาชนส่วนใหญ่เผชิญอยู่ นำไปสู่การจัดแผนงานหรือโครงการพัฒนาต่อไป

แก้ปัญหาเหล่านั้นได้อย่างตรงจุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533: 73) ดังนั้น ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถนำสื่อมวลชนมาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิม ที่ไม่ได้ยึดมั่นอย่างเหนียวแน่น รวมทั้งเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิมได้ (กอบกุล, 2543: 112) ซึ่งการพัฒนาสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนได้รับข่าวสารความรู้เพียงพอ มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (เกศินี, 2540: 42 - 43)

เรื่องของทัศนคติได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางและเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่นักจิตวิทยาสังคมสนใจมาก จนกระทั่งในปัจจุบันก็ยังมีการศึกษากันอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะกาลเวลาที่ผ่านไป ทำให้สถานการณ์ต่างๆ ในสังคมเปลี่ยนแปลงไป เมื่อสภาพของสังคมเปลี่ยน ทัศนคติของคนเราก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย (ทวงพล, 2538: 132) ซึ่งนักจิตวิทยาและนักการศึกษาส่วนใหญ่เชื่อว่าทัศนคติ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรม และอาจเป็นสาเหตุของพฤติกรรมที่แสดงออกหรือพฤติกรรมที่แสดงออกเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ ดังนั้น การที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ควรทำความเข้าใจกับทัศนคติของบุคคลนั้นก่อน เพราะจะช่วยให้การตีความพฤติกรรมของบุคคลนั้นมีความหมายมากขึ้น โดยทัศนคติของบุคคล และทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อบุคคลนั้น ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและผลการปฏิบัติงาน (Lussier, 1999: 74) จะเห็นได้ว่า สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวบุคคล มีผลต่อทัศนคติของบุคคล โดยทั่วไปแล้วบุคคลไม่สามารถควบคุมสิ่งแวดล้อมของตนเองได้ แต่บุคคลสามารถควบคุมทัศนคติของตนเองได้ บุคคลสามารถเลือกที่มองโลกคนในแง่ดีหรือร้าย บุคคลสามารถมองทุกอย่างในแง่บวกมากขึ้น และเป็นคนที่มีความสุขมากยิ่งขึ้น และใช้ชีวิตที่ดีมากขึ้นได้ ซึ่งทัศนคติเชิงบวกที่มีต่องานนั้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในอาชีพบุคคล (Lussier, 1999: 79) ทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน จึงมีความสำคัญอย่างเห็นได้ชัดต่อองค์การ โดยทัศนคติเป็นลบ นั้น เป็นอาการของปัญหาที่เกี่ยวข้อง และเป็นทั้งเหตุของความยุ่งยากที่จะตามมาในองค์การ ซึ่งทัศนคติที่แย่งนี้ อาจส่งผลในรูปของการประท้วง การทำงานที่ช้าลง การขาดงาน และการลาออกจากงาน นอกจากนี้ อาจเป็นส่วนหนึ่งของประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง คุณภาพของสินค้าที่แย่ง และการบริการลูกค้าที่แย่ง การขโมยของ และท้ายสุดคือปัญหาทางด้านวินัย ซึ่งค่าใช้จ่ายขององค์การที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติทางลบของผู้ปฏิบัติงานนี้ อาจจะลดความสามารถในการแข่งขันขององค์การได้อย่างมาก (Newstrom และ Devis, 2002: 207)

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอันมีชื่อเสียงระดับประเทศ อีกทั้งมีแนวทางการพัฒนาจังหวัดที่ตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาล และปัญหาความต้องการของประชาชน โดยกำหนดประเด็นการพัฒนาในปี พ.ศ. 2546 ด้านการพัฒนาให้เป็นสังคมฐานความรู้ เพื่อการผลิต การแสวงหา และการกระจายความรู้ให้แก่ประชาชน โดยสอดแทรกความคิดพื้นฐานความรู้ในหลักสูตรการพัฒนาบุคคลรวมทั้งการฝึกอบรมให้เกิดความรู้ในแต่ละด้านโดยตรง สนับสนุน และส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้ความรู้ออกมา

เป็นรูปธรรม เช่น การประกวดสิ่งประดิษฐ์ การต่อยอดภูมิปัญญาเดิม เป็นต้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการและการแสวงหาความรู้ ส่งเสริมการพัฒนาความรู้เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ ใช้ความรู้ในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการดำเนินการธุรกิจรายย่อย (SME) และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยเริ่มจากการสร้างทัศนคติหรือกระบวนทัศน์หลัก คือ ทุกอย่างสามารถทำได้ (Can do attitude) ใช้หลักการเศรษฐกิจพอเพียงเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกร ส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้นวัตกรรมผลิตและการบริการเพื่อลดต้นทุนการผลิตอีกทั้งพัฒนาคุณภาพสินค้าและมาตรฐานสินค้าให้ก้าวไปสู่การเป็นธุรกิจขนาดย่อม เพื่อส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานการประกอบอาชีพ พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและเสริมสร้างโอกาสให้คนจนเข้าถึงบริการของรัฐอย่างทั่วถึง

ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เนื่องจากต้องการทราบถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ว่ามีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในระดับใด มีความคิด ความรู้สึก และมีพฤติกรรมอย่างไร ในทิศทางใดต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และเพื่อให้เป็นพื้นฐานในการศึกษา รวมทั้งเป็นแนวทางในการทำวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบระดับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
4. เพื่อทราบถึงปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
5. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เพื่อจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก : ศึกษากรณีของสมาชิกกลุ่มอาชีพ ที่มีการดำเนินงานตามแนวทางของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และผลิตภัณฑ์ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดนครนายก ในปี 2546 จำนวน 280 คน

สมมุติฐานในการวิจัย

1. สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกันได้แก่

1.1 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

1.2 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

1.3 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

1.4 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

1.5 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

2. สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

3. ความรู้ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1.1 เพศ 1.2 อายุ 1.3 สถานภาพสมรส 1.4 ระดับการศึกษา 1.5 ระยะเวลาในการทำงาน

2. การเปิดรับข่าวสาร

3.ความรู้

4.การมีส่วนร่วม

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะติดต่อโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

1. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. ด้านพึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์
3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) จากกลุ่มอาชีพต่างๆ ในจังหวัดนครนายก เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทักษะติดต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดวิธีการศึกษา ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. การศึกษาเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
2. การศึกษาจากข่าวทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวารสารที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ วารสารกรมการพัฒนาชุมชน
3. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทักษะติดต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. การสังเกตการณ์ (Observation)

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่ดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามด้านทัศนคติ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายกที่มีผลิตภัณฑ์ดีเด่นในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดนครนายก ในปี 2546 จำนวน 280 คน และการวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่จะยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรได้ตามสูตรของTaro Yamane (Yamane, 1973: 727) ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง 95% โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 165 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นๆ ตามสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายกที่ขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดนครนายก ที่กลุ่มประชากรสังกัดอยู่

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) สุ่มเลือกในแต่ละชั้นมาเป็นสัดส่วนกันจนได้จำนวนตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 165 คน ตามที่ต้องการ ดังนี้

กลุ่มอาชีพ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. ผลไม้แปรรูป	25	18
2. ปลาไร่ ปลาตุ๋น	25	16
3. น้ำพริกและผลิตภัณฑ์น้ำพริก	25	15
4. เห็ดฟางและเชื้อเห็ดฟาง	25	14
5. เหง้าไม้ไผ่แกะสลัก	20	10

6. ดอกไม้ประดิษฐ์	25	16
7. พรมเช็ดเท้า	25	14
8. ไม้ดอก ไม้ประดับ	25	12
9. เสื่อกก	20	10
10. ไม้กวาดดอกหญ้า	20	11
11. ตุ๊กตาเรซิน	20	10
12. ผ้าทอพื้นเมือง	25	19
รวม	280	165

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close – ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง เพื่อให้ได้ข้อคำถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยมีวิธีการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

การสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วม กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และศึกษาข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

2. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 มากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ตามลักษณะของตัวแปรที่จะศึกษา

3. สร้างข้อคำถามภายใต้กรอบแนวคิด และครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาทำงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จำนวนทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามวัดระดับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมา โดยใช้การประเมินค่าของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ที่ให้ผู้ตอบประเมินค่า (1 - 5) ด้วยการเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามวัดระดับความรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมา โดยมีการให้เลือกเพียงคำตอบเดียว (ใช่ หรือ ไม่ใช่) จำนวน 10 ข้อ ดังนี้

คำถามเชิงบวก (Positive) เป็นคำถามที่ตอบว่า “ผิด” จะไม่ได้คะแนน ดังนั้นจะต้องตอบว่า “ถูก” จึงได้คะแนน มีคำถามเชิงบวก อยู่ 7 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1,2,4,6,7,8,9

คำถามเชิงลบ (Nagative) เป็นคำถามที่ตอบว่า “ถูก” จะไม่ได้คะแนน ดังนั้นจะต้องตอบว่า “ผิด” จึงได้คะแนน มีคำถามเชิงลบ อยู่ 3 ข้อ ได้แก่ ข้อ 3,5,10

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามวัดระดับการมีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมา โดยใช้การประเมินค่าของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ที่ให้ผู้ตอบประเมินค่า (1 - 5) ด้วยการเลือกเพียงคำตอบเดียวจำนวน 12 ข้อ ดังนี้

- | | | |
|---------------------------|---------------|--------------------|
| 1. ด้านการคิด ตัดสินใจ | มีจำนวน 4 ข้อ | ได้แก่ ข้อ 1 – 4 |
| 2. ด้านการดำเนินการ | มีจำนวน 4 ข้อ | ได้แก่ ข้อ 5 – 8 |
| 3. ด้านการรับผลประโยชน์ | มีจำนวน 4 ข้อ | ได้แก่ ข้อ 9 – 12 |
| 4. ด้านการติดตามประเมินผล | มีจำนวน 4 ข้อ | ได้แก่ ข้อ 13 – 16 |

ส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามวัดระดับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการตรวจสอบเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ โดยยึดองค์ประกอบของทัศนคติแบบ 3 องค์ประกอบมาตั้งเป็นข้อคำถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Scale) ตามแบบการประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้การประเมินค่าของลิเคอร์ท (Likert's Scale) ที่ให้ผู้ตอบประเมินค่า (1

- 5) ด้วยการเลือกเพียงคำตอบเดียว ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 30 ข้อ ซึ่งครอบคลุมแนวคิดเกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล มีจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 – 10
2. ด้านพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ มีจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อ 11 - 20
3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อ 21 - 30

นอกจากนี้ ข้อคำถามจำนวน 30 ข้อนั้น ยังครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้าน ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) มีจำนวน 10 ข้อ
ข้อคำถามเชิงบวก ข้อที่ 1,2,3,4,11,21,22,23,24 และ 25
2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) มีจำนวน 12 ข้อ
ข้อคำถามเชิงบวก ข้อที่ 5,6,7,12,13,14,15,16,17,18,26 และ 27
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) มีจำนวน 8 ข้อ
ข้อคำถามเชิงบวก ข้อที่ 8,9,10,19,20,28,29 และ 30

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ไปทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการวิชาเอก กรรมการวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องหาความเที่ยงตรงเนื้อหา (Content Validity) และการใช้ถ้อยคำ (wording) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

แบบสอบถามให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลจริง จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับสมาชิกกลุ่มอาชีพที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อดูความเข้าใจในแบบสอบถาม ความชัดเจนของเนื้อหา และผู้ตอบสามารถตอบได้ถูกต้องตามความเป็นจริง แล้วจึงนำมาคำนวณหาความสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ก่อนนำไปปรับใช้

2. การหาความสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation) เป็นการวิเคราะห์ตรวจสอบความสัมพันธ์ สอดคล้องกับคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบ สอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .36 ขึ้นไป นำไปใช้

3. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามรายด้าน และทั้งฉบับโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ได้ผลดังนี้

3.1 แบบสอบถามการเปิดรับข่าวสาร มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .8703

3.2 แบบสอบถามความรู้ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .6861

3.3 แบบสอบถามการมีส่วนร่วม มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .9659 เมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบรายด้านได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

- | | |
|---------------------------|---------------|
| 1. ด้านการคิด ตัดสินใจ | เท่ากับ .9633 |
| 2. ด้านการดำเนินการ | เท่ากับ .9627 |
| 3. ด้านการรับผลประโยชน์ | เท่ากับ .9654 |
| 4. ด้านการติดตามประเมินผล | เท่ากับ .9631 |

3.4 แบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .9758 เมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบรายด้านได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

- | | |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล | เท่ากับ .9516 |
| 2. ด้านพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ | เท่ากับ .9752 |
| 3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ | เท่ากับ .9749 |

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับอำเภอและจังหวัด เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและประธานกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เพื่อขอความอนุเคราะห์และนัดหมายในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วไปทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) จากประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยมีเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์คนในชุมชนเป็นผู้ช่วยทำการสัมภาษณ์ ซึ่งเมื่อเสร็จการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม แล้วจึงรวบรวมแบบสอบถามให้ครบตามจำนวน 165 ชุด ทำการตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาเข้ารหัส (Coding) และบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการเปรียบเทียบ เพื่อดูการกระจายของข้อมูลและเพื่อนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากรในแต่ละหมวดหมู่ของตัวแปร

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวัดค่าแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางของข้อมูล เพื่อทราบข้อมูลที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม ใช้แปลความหมายของระดับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้คู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล

4. ค่า T – test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

5. ค่า F – test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 3 กลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Anova) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheff'e

6. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงาน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n = 165)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เพศ</u>			
	ชาย	36	21.8
	หญิง	129	78.2
	รวม	165	100.00
<u>อายุ</u>			
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 42 ปี	84	50.9
	มากกว่า 42 ปีขึ้นไป	81	49.1
	รวม	165	100.00
<u>สถานภาพสมรส</u>			
	โสด	69	41.8
	สมรส	96	58.2
	รวม	165	100.00
<u>ระดับการศึกษา</u>			
	น้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	86	52.1
	มากกว่าหรือเท่ากับ มัธยมศึกษาปีที่ 6	79	47.9
	รวม	165	100.00
<u>ระยะเวลาในการทำงาน</u>			
	น้อยกว่า 2 ปี	95	57.6
	มากกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี	70	42.4
	รวม	165	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 42 ปี มีสถานภาพ สมรส มีระดับการศึกษา น้อยกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 มีระยะเวลาทำงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" น้อยกว่า 2 ปี

2.การเปิดรับข่าวสาร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร

ประเภทสื่อ	จำนวนและร้อยละ					X	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	ทุกสัปดาห์	3 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	1 ครั้งต่อเดือน	1 ครั้งต่อ 2 - 3 เดือน		
1. โทรทัศน์	120 (72.7)	9 (5.5)	19 (11.5)	10 (6.1)	7 (4.2)	4.36	มาก
2. วิทยุ	66 (40)	21 (12.7)	18 (10.9)	22 (13.3)	38 (23)	3.33	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	94 (57)	17 (10.3)	14 (8.5)	15 (9.1)	25 (15.2)	3.85	มาก
4. นิตยสาร	23 (13.9)	16 (9.7)	34 (20.6)	17 (10.3)	75 (45.5)	2.36	ปานกลาง
5. โปสเตอร์ หรือป้ายผ้า	30 (18.2)	18 (10.8)	29 (17.6)	29 (17.6)	59 (35.8)	2.58	ปานกลาง
6. เอกสารแจก หรือหนังสือแจก	28 (17)	24 (14.5)	19 (11.5)	40 (24.2)	54 (32.7)	2.59	ปานกลาง
7. การพบปะพูดคุย	87 (52.7)	12 (7.3)	19 (11.5)	30 (18.2)	17 (10.3)	3.74	มาก
8. นิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า	20 (12.1)	30 (18.2)	23 (13.9)	23 (13.9)	69 (41.8)	2.45	ปานกลาง
9. การประชุมสัมมนา	20 (12.1)	20 (12.1)	17 (10.3)	46 (27.9)	62 (37.6)	2.33	น้อย
10. อินเทอร์เน็ต (คอมพิวเตอร์)	3 (1.8)	11 (6.7)	2 (1.2)	13 (7.9)	136 (82.4)	1.37	น้อย
การเปิดรับข่าวสารโดยรวม	165 (100)	165 (100)	165 (100)	165 (100)	165 (100)	2.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีระดับการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) และเมื่อแยกพิจารณาประเภทสื่อในแต่ละประเภท พบว่า ด้านโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การพบปะพูดคุย มีระดับการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 4.36$, $\bar{X} = 3.85$ และ $\bar{X} = 3.74$ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารโดยรวม

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	38	23.0
ปานกลาง	78	47.3
น้อย	49	29.7
รวม	165	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.3

3. ความรู้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ระดับความรู้	S.D.	ระดับ
ความรู้	0.73	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีระดับความรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 0.73$)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

จำแนกตามระดับความรู้

ระดับความรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	120	72.7
ปานกลาง	40	24.2
น้อย	5	3.0
รวม	165	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 72.7

4. การมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

การมีส่วนร่วม	\bar{X}	S.D.	ระดับการมีส่วนร่วม
การมีส่วนร่วมโดยรวม	3.55	.84	ปานกลาง
ด้านการคิด ตัดสินใจ	3.45	.96	ปานกลาง
ด้านการดำเนินการ	3.47	.98	ปานกลาง
ด้านการรับผลประโยชน์	3.79	.79	มาก
ด้านการติดตามประเมินผล	3.46	.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการคิด ตัดสินใจ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) ด้านการดำเนินการ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) ด้านการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.79$) ด้านการติดตามประเมินผล มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วม

ระดับการมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	72	43.6
ปานกลาง	82	49.7
น้อย	11	6.7
รวม	165	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.7

5. ทักษะคิดต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะคิดต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทักษะคิดต่อโครงการ
"หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ทักษะคิด	\bar{X}	S.D.	ระดับทักษะคิด
ทักษะคิดโดยรวม	4.27	.49	ดี
ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล	4.27	.55	ดี
ด้านพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์	4.27	.51	ดี
ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	4.27	.52	ดี

จากตารางที่ 8 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีทักษะคิดต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.27$) และเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล มีทักษะคิดต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.27$) ด้าน

ฟังตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ มีทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.27$) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.27$)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก
จำแนกตามระดับทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

ระดับทัศนคติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดี	151	91.5
ปานกลาง	14	8.5
น้อย	-	-
รวม	165	100

จากตารางที่ 9 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 91.5

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วม กับทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การเปิดรับข่าวสาร	2.90	0.88	ปานกลาง
ความรู้	0.73	0.17	มาก
การมีส่วนร่วม	3.55	0.84	ปานกลาง
ทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	4.27	0.49	ดี

จากตารางที่ 10 พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีการเปิดรับข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) มีความรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 0.73$) มีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.55$) และทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.27$)

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

จากการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานไว้จำนวน 7 ข้อ โดยสมมุติฐานที่ 1 แบ่งเป็นสมมุติฐานย่อยอีก 5 ข้อ ซึ่งผลการทดสอบสมมุติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่ามีทั้งเป็นไปตามสมมุติฐานและไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน ได้แก่

สมมุติฐานที่ 1.1 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ไม่พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานที่ 1.2 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ไม่พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานที่ 1.3 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ไม่พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานที่ 1.4 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ไม่พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานที่ 1.5 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ไม่พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานที่ 2 สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีการเปิดรับข่าวสาร แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐานที่ 3 ความรู้ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมุติฐานที่ 4 การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายกมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า การมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 21 สรุปผลการวิจัย

ตัวแปร	ระดับ ส่วนใหญ่	ทัศนคติต่อ				สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
		โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”					
		โดยรวม	LYG	SRC	HRD		
เพศ	หญิง	NS	NS	NS	NS	ปฏิเสธ	T-test
อายุ	≤ 42	NS	NS	NS	NS	ปฏิเสธ	T-test
สถานภาพสมรส	สมรส	NS	NS	NS	NS	ปฏิเสธ	T-test
ระดับการศึกษา	< ม.6	NS	NS	NS	NS	ปฏิเสธ	T-test
ระยะเวลาในการทำงาน	< 2 ปี	NS	NS	NS	NS	ปฏิเสธ	T-test
การเปิดรับข่าวสาร	ปานกลาง	**	**	**	**	ยอมรับ	F- test
ความรู้	มาก	**	**	**	**	ยอมรับ	Correlation
การมีส่วนร่วม	ปานกลาง	**	**	**	**	ยอมรับ	Correlation
ทัศนคติ	ดี	-	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

NS ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

LYG ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

SRC ด้านการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์

HRD ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

**สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิก
กลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก**

ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่ดำเนินงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" จำนวน 10 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปความคิดเห็น ความรู้สึกต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ได้ดังนี้

1. การรวมกลุ่มสมาชิกยังไม่ชัดเจน สมาชิกในกลุ่มบางกลุ่มไม่ได้รวมตัวกันอย่างจริงจัง บางกลุ่มมีแต่รายชื่อสมาชิก แต่ไม่คนทำงานจริง ทำให้การทำงานมีลักษณะเป็นบุคคลมากกว่าเป็นกลุ่ม ไม่มีการกระจายรายได้อย่างแท้จริง และสมาชิกกลุ่มบางกลุ่ม ไม่สามัคคีกัน มีความเหนียวแน่นในกลุ่มน้อย ทำให้ขาดความร่วมมือ ร่วมใจกัน และบางกลุ่มมีความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มที่ไม่ค่อยดี

2. สมาชิกกลุ่ม ไม่มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาด ทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ยังไม่ได้มาตรฐานและสวยงาม ที่สำคัญขาดความรู้ ความชำนาญในการดำเนินงานขั้นธุรกิจ จึงไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ชุมชนออกสู่ตลาดทั่วไปและตลาดสากลได้

3. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบางกลุ่มยังไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เพราะยังไม่ได้มาตรฐานอ.ย. และ GMP เนื่องจากขั้นตอนการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่สวยงาม ดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และผู้บริโภคบางกลุ่มไม่มีความนิยม "ชื่อของไทย ใช้ของไทย" จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านยังไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร

4. ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ซ้ำซ้อนกัน ผลิตภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่มีจุดขายที่ดี ขาดความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงได้แต่คิดและผลิตสินค้าตามๆ กัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย น่าสนใจ

5. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดและมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตมีราคาสูง สินค้าของชุมชนมีราคาสูงกว่าสินค้าในตลาดทั่วไป จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค

6. อุปกรณ์การผลิต ยังไม่มีมาตรฐานและมีไม่เพียงพอ ทำให้ไม่สามารถควบคุมมาตรฐานในการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้ อุปกรณ์การผลิตมีราคาแพงเกินไป ทางกลุ่มไม่มีเงินลงทุนมาก จึงไม่มีอุปกรณ์การผลิตนั้น

7. ขาดเงินทุนหมุนเวียน หรือมีเงินทุนแต่ไม่เพียงพอต่อการบริหารงานในกลุ่ม ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานในกลุ่มให้ดียิ่งขึ้นได้ ส่วนเงินจากกองทุนหมู่บ้าน เป็นเงินกู้ยืมระยะสั้น ทำให้ต้องรีบนำเงินมาคืนกองทุนฯ ชาวบ้านจึงยอมออกไปใช้จ่ายส่วนตัว ไม่ได้นำมาใช้ในการดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพราะในการดำเนินงาน ชาวบ้านรู้สึกว่ามีรายได้กลับมาน้อย ไม่สามารถทำงานหาเงินมาคืนกองทุนฯ ได้ทัน จึงทำให้ขาดเงินทุนหมุนเวียน ในการบริหารงานกลุ่ม ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานในกลุ่มให้ต่อเนื่องได้

8. ขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่นำเข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้ลำบากในการผลิตสินค้า ส่งผลให้ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และคุณภาพของสินค้าไม่สามารถสู้สินค้าที่มีในตลาดได้

9. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างจริงจัง และผู้บริโภคไม่เห็นความสำคัญในผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

10. ไม่มีตลาดในการขายผลิตภัณฑ์ หรือมีตลาดแต่แคบ หรือมีตลาดไม่แน่นอน ทำให้การผลิตไม่แน่นอน ขาดความต่อเนื่องในการทำงาน การบริหารงานกลุ่มจึงไม่ชัดเจนไปด้วย ไม่มีโอกาสนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ ไปขายในงานแสดงสินค้าใหญ่ๆ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ได้รับการยอมรับเนื่องจาก กลุ่มไม่มีความพร้อมเพียงพอในด้านต่างๆ และทางจังหวัดก็คัดเลือกแต่กลุ่มเดิมๆ ผลิตภัณฑ์เดิมๆ ไปวางจำหน่ายในงาน ทำให้บางกลุ่มขยายตลาดไม่ได้ ขาดประสบการณ์ดำเนินธุรกิจชุมชน

11. ขาดหน่วยงานให้การช่วยเหลือหรือสนับสนุนในการดำเนินงานอย่างจริงจัง โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแค่นโยบายที่หน่วยงานต่างๆ รับมาทำ ไม่ได้ติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เมื่อชาวบ้านประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานบางเรื่อง ทำให้ไม่สามารถแก้ไขได้ จึงอาจจะส่งผลให้เกิดทัศนคติทางลบต่อการดำเนินงานต่างๆ ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ข้อเสนอแนะ

สรุปข้อเสนอแนะการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก

ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ที่ดำเนินงานในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จำนวน 10 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ได้ดังนี้

1. ให้ความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แก่ชาวบ้านมากขึ้น เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มอาชีพมากขึ้น และพัฒนาการดำเนินงานกลุ่มให้เป็นรูปแบบครบวงจร ให้มีคุณภาพ ไม่ใช่มีแต่ปริมาณ

2. จัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพ เพื่ออบรมสัมมนาให้ความรู้ในด้านวิชาการแก่ผู้สนใจในอาชีพของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

3. จัดอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่สมาชิกกลุ่มอาชีพในด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้กลุ่มอาชีพสามารถบริหารจัดการดำเนินงานกลุ่มต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดการอบรมสัมมนาเคลื่อนที่ไปตามอำเภอหรือตำบลต่างๆ ให้สมาชิกกลุ่มอาชีพที่สนใจ สามารถเข้าร่วมได้ทุกคน

4. สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์ และมีมาตรฐานสากล เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค

5. สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีคำแนะนำและคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจชุมชนและการลงทุนจากหน่วยงานต่างๆ และช่วยเหลือกลุ่มอาชีพ ด้านการเงินและการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

6. เปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในจังหวัด ได้มีโอกาสไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าระดับชาติ เพื่อขยายตลาดต่อไป ไม่ใช่ให้ส่งตัวแทนแต่ละจังหวัดไปขาย และมีแต่ผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่ได้ไปขายในงานนี้

7. สนับสนุน ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มอาชีพในจังหวัด มีการประชุมปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม เพื่อพัฒนา แก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกลุ่ม อย่างน้อยเดือนละครั้ง และเพื่อส่งเสริมให้ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป็นไปด้วยดี

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในแต่ละประเด็น เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างทัศนคติต่อโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ดังนี้

1. ด้านการดำเนินงานกลุ่ม

ภาครัฐบาล

1. รัฐบาล ควรให้ความรู้และสนับสนุนให้มีการดำเนินงานกลุ่มอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยให้สมาชิกกลุ่มอาชีพ รับรู้ผลดีในการดำเนินงานกลุ่ม และการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เช่น ทำให้ตัวเองรู้สึกภาคภูมิใจ การมีรายได้เพิ่มขึ้น การได้รับความรู้เพิ่มขึ้น การได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง การมีชื่อเสียง มีความมั่นคงในการดำเนินชีวิต เป็นต้น

2. รัฐบาลและหน่วยงานราชการต่างๆ ควรสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มอาชีพดำเนินงานกลุ่ม โดยเน้นการสร้างสามัคคี และรับผลประโยชน์ร่วมกัน การบริหารงานอย่างมีระบบ มีการแบ่งงานกันทำ รับผิดชอบหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

3. หน่วยงานราชการต่างๆ หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความชำนาญในการดำเนินงานธุรกิจ ต้องคอยให้ความรู้ ความช่วยเหลือในลักษณะของ "พี่เลี้ยง" ในการบริหารงานในเชิงธุรกิจ เช่น ในเรื่องของการจัดทำบัญชี การกำหนดราคาสินค้า การประสานงานติดต่อกับภาคเอกชน การประชาสัมพันธ์ การขยายตลาดรองรับ และการวางแผนทางธุรกิจในด้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้การติดต่อระหว่างกลุ่มอาชีพกับผู้จำหน่ายมีความสะดวกมากขึ้น และสามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของตลาด ทำให้มีการดำเนินงานกลุ่มอาชีพอย่างต่อเนื่อง

ภาคเอกชน

1. ผู้นำในท้องถิ่น และหอการค้าจังหวัด ควรสนับสนุนส่งเสริมให้มีการดำเนินงานกลุ่มอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยการหาแหล่งเงินทุน จัดหาตลาด และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ เป็นต้น

2. ผู้นำในท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้ประชาชน จัดตั้งกลุ่มอาชีพต่างๆ ขึ้นหรือเข้าไปเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้น เพื่อให้มีการรวมกลุ่มทำงาน ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งการรวมกลุ่มนี้ควรทำในทุกกลุ่มเป้าหมาย

3. ผู้นำในท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้ประชาชนทำกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นมากขึ้น เพื่อให้เกิดความผูกพันในท้องถิ่น การร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาท้องถิ่น และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น ทำให้การดำเนินงานกลุ่มมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

2.ด้านวัตถุดิบ

ภาครัฐบาล

1. กรมการพัฒนาชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ในด้านการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้นำเศษของวัตถุดิบที่เหลือเอามาใช้ประโยชน์
2. หน่วยงานราชการต่างๆในจังหวัด ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นปลูกวัตถุดิบให้มากขึ้น เช่น ไพล ตะไคร้ เพื่อนำไปทำน้ำมันไพล น้ำมันตะไคร้ ไม้ไผ่ เพื่อไปนำหน่อไม้ดองและผลิตภัณฑ์จากหน่อไม้ไผ่ เป็นต้น นอกจากนี้ควรให้ความรู้ในเรื่องการดูแลรักษาด้วย
3. วัตถุดิบประเภทใดที่ผลิตได้ในประเทศ รัฐบาลควรกำหนดเป็นนโยบายและขอความร่วมมือไปยังผู้ผลิตให้ลดราคาแก่กลุ่มอาชีพผู้ผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นกรณีพิเศษ
4. วัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ รัฐบาลอาจพิจารณาลด หรืองดภาษีนำเข้า เพื่อนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

ภาคเอกชน

1. หอการค้าจังหวัด ควรหาทางส่งเสริมให้มีร้านจำหน่ายวัตถุดิบในท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการแข่งขันและไม่ผูกขาดด้านราคาจำหน่ายวัตถุดิบ
2. ผู้นำในท้องถิ่น และร้านค้าในท้องถิ่น ควรร่วมกันจัดตั้งศูนย์ข่าวสารราคาวัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ซื้อวัตถุดิบและจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรม
3. ผู้นำในท้องถิ่น อาจดำเนินการร่วมกับหอการค้าจังหวัด สนับสนุนให้ผู้ผลิตรวมตัวกันตั้งเป็นกลุ่มผู้ผลิตหรือในรูปสหกรณ์การผลิต เพื่อประโยชน์ในการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง และการซื้อวัตถุดิบมากๆ จะได้ราคาลดลง

4. ผู้นำในท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการผลิต ควรร่วมมือกันจัดตั้งร้านจำหน่ายวัตถุดิบ ในลักษณะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้ซื้อวัตถุดิบได้ในราคาถูก และควรจัดให้มีระบบขอยืมวัตถุดิบ เพื่อนำไปผลิตก่อน ช่วยส่งเสริมไม่ให้เกิดขาดแคลนวัตถุดิบ ในระหว่างที่ขาดเงินทุน

3.ด้านเงินทุน

ภาครัฐบาล

1. หน่วยงานราชการต่างๆในจังหวัดกับหอการค้าจังหวัด ควรสนับสนุนด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอก และสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนเพื่อการประกอบอาชีพจากแหล่งเงินทุนภายในหมู่บ้าน หรือในระหว่างกลุ่มอาชีพด้วยกัน ซึ่งสามารถกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำและเป็นเงินกู้ยืมระยะยาว เพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพที่จะขยายกิจการ จึงต้องการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อการผลิตให้ได้มาตรฐาน

2. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณจำนวนหนึ่งให้กับหน่วยงานระดับอำเภอและจังหวัด เพื่อจัดสรรเป็นเงินกู้ยืมเพื่อผลิตสินค้าในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยไม่คิดดอกเบี้ยหรือคิดในอัตราต่ำ และเป็นเงินกู้ยืมระยะยาว เพื่อบรรเทาปัญหาขาดแคลนเงินทุน

3. ขอความร่วมมือและออกข้อบังคับให้สถาบันการเงินในท้องถิ่น ขยายสินเชื่อให้กับกลุ่มอาชีพที่มีศักยภาพในการผลิตสูง

ภาคเอกชน

1. หอการค้าจังหวัด ควรจัดสรรเงินทุนจำนวนหนึ่งให้กับท้องถิ่นที่ขาดแคลนเงินทุน ยืมเงินไปใช้หมุนเวียน

2. หอการค้าจังหวัด ควรเสนอแนะให้ผู้จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ เข้ามาร่วมลงทุนในการผลิตด้วย เพื่อให้กลุ่มอาชีพมีเงินมาใช้จ่ายหมุนเวียนในการผลิต

3. ผู้นำท้องถิ่น ควรริเริ่มจัดให้กลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่ม รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อช่วยเหลือทางด้านเงินทุนซึ่งกันและกัน

4.ด้านเทคนิคการผลิต

ภาครัฐบาล

1. รัฐบาล ควรให้เงินสนับสนุนในด้านการค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาเทคนิคการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ ให้ได้คุณภาพ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ
2. รัฐบาล ควรจัดพิมพ์เอกสารแนะนำความรู้และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ แก่กลุ่มสมาชิกต่างๆ
3. รัฐบาล ควรส่งเสริมให้สถาบันวิจัย วิทยาลัยอาชีวศึกษา และสถาบันการศึกษาต่างๆ ประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีมาตรฐานสูงขึ้น
4. สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตร่วมกัน ซึ่งการผลิตจะต้องคำนึงถึงคุณภาพและความมีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพราะในการดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้นั้น จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ให้มีคุณภาพ มีความสวยงาม ประณีต เน้นการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวของท้องถิ่น แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ภาคเอกชน

1. สภาหอการค้าจังหวัด และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ควรให้เงินทุนสนับสนุนการประดิษฐ์คิดค้นเทคนิคการผลิตใหม่ๆ
2. ตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต ควรส่งผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบไปให้คำแนะนำแก่ผู้ผลิตอยู่เสมอๆ เพื่อให้ได้รูปแบบใหม่ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์
3. ผู้จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรให้กลุ่มอาชีพได้ขอยืมเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตใหม่ๆ ไปใช้ เพื่อที่จะทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาได้มาตรฐานดีขึ้น
4. หอการค้าจังหวัด ควรร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการจัดให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งใน และต่างประเทศ มาสาธิตเทคนิคการผลิตให้แก่กลุ่มอาชีพ

5.ด้านการตลาด

ภาครัฐบาล

1. หน่วยงานราชการต่างๆในจังหวัดกับหอการค้าจังหวัด ควรสนับสนุนให้มีการรวมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและร่วมมือกันจัดตั้งศูนย์การค้าชุมชน เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายในจังหวัดหรือแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งในจังหวัดนครนายก และจังหวัดอื่นๆ และสนับสนุนให้จัดตั้งร้านจำหน่ายสินค้าในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ภายในหมู่บ้าน ตำบล จังหวัดและในระดับภูมิภาค

2. รัฐบาล ควรให้ทางจังหวัดดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาตำบลที่มีผลิตภัณฑ์ดีเด่น เป็นแหล่งสาธิตและท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวไทยและต่างประเทศ

3. รัฐบาล ควรสนับสนุนให้ทุกจังหวัด มีการจัดงาน"หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อนำสินค้าและผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย นอกจากนั้น ให้มีการประกวดคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการให้บริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว และสามารถนำสินค้ามาขายได้มากขึ้น

4. รัฐบาล ควรส่งเสริมให้สถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทำการศึกษาและวิจัยด้านเทคนิคการตลาดของผลิตภัณฑ์ต่างๆในโครงการฯ เป็นระยะๆ เพื่อจะได้ผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

5. สถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ทางด้านการตลาด วิธีการและกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มสมาชิก ตามสถานที่ต่างๆ

ภาคเอกชน

1. สภาหอการค้าจังหวัด ควรส่งเสริมให้มีตลาดมากขึ้น ทั้งตลาดในท้องถิ่นและตลาดในตัวจังหวัด โดยกระทำในลักษณะของตลาดนัด เก็บค่าเช่าร้านในราคาถูก เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตนำสินค้ามาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง

2. ส่งเสริมการจัดตั้งตลาดรับซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและในจังหวัดให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการแข่งขันกัน รับซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอาชีพมากขึ้น

3. ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่งออกและกรมส่งเสริมการส่งออก ควรหาโอกาสนำสินค้าไปแสดงยังต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างขึ้น

4. กลุ่มอาชีพต่างๆในแต่ละท้องถิ่น ควรร่วมมือกันในการกำหนดให้ทุกกลุ่มผลิตให้ได้มาตรฐานที่กำหนด และร่วมกันทำแคตตาล็อกสินค้า เผยแพร่ไปยังร้านจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ

5. กลุ่มผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า โรงแรมและที่พัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้านค้าชุมชนทั่วไปในจังหวัด ควรนำสินค้าและผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอาชีพไปจัดจำหน่าย

6.ด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ภาครัฐบาล

1. รัฐบาลควรสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภค รู้จักสินค้าและเชื่อมั่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์

2. หน่วยงานรัฐบาลและภาคเอกชน ควรร่วมมือกันรณรงค์เชิญชวนประชาชน “ซื้อของไทย ใช้ของไทย กินของไทย” เพื่อให้เกิดความนิยมในสินค้าไทยและบริการสินค้าไทยอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสร้างค่านิยมใหม่ด้วย

3. หน่วยงานราชการ ควรจัดให้มีบริการแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อการประกอบกิจการที่เข้าถึงได้ง่าย สามารถตอบคำถามประชาชนได้ทุกเรื่อง และมีหน่วยงานที่คอยให้ความรู้ ข่าวสาร การฝึกฝนพัฒนาขั้นทักษะแก่ประชาชนอยู่เสมอ

4. หน่วยงานราชการ ควรสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มทำงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ด้วย

ภาคเอกชน

1. ผู้จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรใช้การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

2. สื่อมวลชนในด้านต่างๆ ควรมีส่วนสนับสนุนให้มีการนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งข้อมูลที่ดีของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" มาเสนอต่อประชาชน เพื่อทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติและค่านิยมที่ดีต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์

3. หน่วยงานรัฐบาลและภาคเอกชน ควรร่วมมือกันจัดงานแสดงสินค้าในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อเป็นการขยายตลาดและสนับสนุนให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ในแต่ละกลุ่มด้วย

4. ควรสนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ทและที่พักต่างๆ นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปใช้ในกิจการ เพื่อทำให้เกิดการยอมรับในคุณภาพ มาตรฐาน และเป็นการสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย

7.ด้านการพัฒนาบุคคล

ภาครัฐบาล

1. กรมการพัฒนาชุมชน ศูนย์การศึกษาชนออกโรงเรียนและหน่วยงานในท้องถิ่น ควรร่วมมือกันจัดทำหลักสูตรและฝึกอบรมอาชีพให้แก่กลุ่มอาชีพที่สนใจ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และควรศึกษาส่งเสริม จัดหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น ให้กับกลุ่มอาชีพ ได้มีความรู้ในการพัฒนาอาชีพ

2. กรมการพัฒนาชุมชน พัฒนาการจังหวัดและหน่วยงานในท้องถิ่น ควรจัดตั้งหน่วยฝึกอบรมเคลื่อนที่ โดยคำนึงถึงสถานที่ใช้ฝึกอบรม เพื่อความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้ารับการฝึกอบรม และสามารถเข้าถึงทุกๆ หมู่บ้าน ทุกกลุ่มอาชีพ เป็นการอำนวยความสะดวกกับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งในการฝึกอบรมและสัมมนานั้น ควรจัดเป็นกลุ่มย่อย และใช้เวลาน้อยในการให้ความรู้ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มที่มีภาระงานบ้าน และการประกอบอาชีพสามารถเข้าร่วมการฝึกอบรมได้

3. รัฐบาลควรส่งเสริมให้ทุกจังหวัด จัดตั้งศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน โดยใช้สถาบัน การศึกษาที่มีอยู่แล้ว ให้สมาชิกกลุ่มอาชีพที่สนใจเข้ามาฝึกอบรมพัฒนาตนเอง

4. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณให้กับท้องถิ่นจำนวนหนึ่ง เพื่อจัดส่งแรงงานไปฝึกอบรมในท้องถิ่นที่ผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์จนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย

5. รัฐบาลควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำสมาชิกกลุ่มอาชีพไปทัศนศึกษาในท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนาสินค้าของกลุ่ม

ภาคเอกชน

1. หอการค้าจังหวัด และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ควรบริจาคเงินทุน เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้า ได้มีโอกาสไปฝึกอบรม ดูงาน เพื่อพัฒนาความสามารถในการผลิต

2. หอการค้าจังหวัด และธุรกิจเอกชน ควรร่วมมือกันในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ให้ความรู้ทางด้านการผลิต การออกแบบและการตลาดแก่กลุ่มอาชีพ
3. สนับสนุนให้ สมาชิกกลุ่มอาชีพที่ยังไม่เคยผลิตสินค้า มีโอกาสเข้าไปฝึกงานในสถานประกอบการของเอกชน เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถนำไปประกอบการผลิตของตนเองได้
4. หอการค้าจังหวัดร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ ควรจัดฝึกอบรม สัมมนาให้ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจให้แก่สมาชิกกลุ่มอาชีพ โดยดำเนินการผ่านพาณิชย์จังหวัดทุกจังหวัด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่มีความสำคัญและอาจมีผลต่อทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก เช่น ภาวะผู้นำ ความพึงพอใจในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน ความเครียด ความขัดแย้ง เป็นต้น
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบระดับทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดอื่นๆ หรือในภาคอื่นๆ ของประเทศ
3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป หากศึกษาในประเด็นนี้ ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ
4. ควรศึกษาทัศนคติของประชาชนที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วม ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อหาสาเหตุปัจจัยของกลุ่มประชาชนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ แล้วนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกัน

เอกสารอ้างอิง

- Lussier, R. N. 1999. Human Relations in Organization: Applications and skill Building. (4th ed.). The McGraw – Hill Companies, Inc.
- Newstrom, J. W. and K. Devis. 2002. Organizational Behavior Human Behavior at Work. (11th ed.). The McGraw – Hill Companies, Inc.
- Yamane, T. 1973. Statistic: An Introductory Analysis. (3rd ed). Time Printer Sdn. Bnd. Singapore.

กรมการพัฒนาชุมชน. 2544. เอกสารเผยแพร่ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. กรุงเทพมหานคร:

กระทรวงมหาดไทย .

กรมการพัฒนาชุมชน. 2545. ผลการดำเนินงาน กอ.นตผ. ตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.

กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย.

กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม. 2545. “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)”. วารสารพัฒนาชุมชน. (เมษายน 2545): 7.

กอบกุล ถาวรานนท์. 2543. ล้อมวลชนกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏพระนคร

กิตติ ลิ้มสกุล. 2545. แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: กรมการ

พัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.

ทรงพล ภูมิพัฒน์. 2538. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาฝ่าย

เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เทพสุดา แพงจันทร์ศรี. 2544. “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ยุทธศาสตร์ ”ปลด“ ความยากจน”. มติชน (17 สิงหาคม 2544): 7.

พีระศักดิ์ ศรีศักดิ์วิชัย. 2544. งานของกรมการพัฒนาชุมชนปี 2544. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนา

ชุมชน กระทรวงมหาดไทย.

สยมพร ลิ้มไทย. 2545. “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ “. วารสารพัฒนาชุมชน. (มีนาคม 2545): 7.

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ

โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. ข่าววิสาหกิจชุมชน.

อัจฉราวรรณ มณีขัติย์. 2544. “นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. วารสารพัฒนาชุมชน.

(กันยายน 2544): 24.