Research Article

ภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

LEADERSHIP IN DEVELOPMENT OF THE OTOP PRODUCT NETWORK IN CULTURAL ATTRACTIONS: A CASE STUDY OF SAMKHOK DISTRICT, PATHUMTHANI PROVINCE

วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์

Wachirawit Wichasawat

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Department of Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand

Joincheon1988@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ส่วนประกอบ ผลการวิจัยพบว่า บริบทการดำเนินงาน ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม สมาชิกของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์โอทอป (OTOP) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ และภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก พบว่า ส่วนใหญ่จะแสดงออกด้านการสร้างแรงบันดาลใจ การใส่ใจต่อสมาชิก รวมถึงการมีศีลธรรมในการดำเนินงาน การวางแผนการดำเนินงาน และการเปิดใจกว้างรับสิ่งต่าง ๆ โดยที่ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมยังแสดงออกได้ไม่เด่นชัดนัก

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ โอทอป แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ABSTRACT

This research was intended to study 1) the operational context of the OTOP product network in cultural attractions in Samkhok District, Pathumthani Province, and 2) the leadership in the development of the OTOP product network in cultural attractions in Samkhok District, Pathumthani Province. This research was qualitative with 15 in-depth interviews. The content analysis and componential analysis were applied for data analysis. The research results showed that the operational context of the OTOP product network consisted of the leaders, the group members, the OTOP products, and the cultural attractions at the sites. The leadership in the development of the OTOP product network in cultural attractions in Samkhok District found that most leaders expressed their leadership in the field of: encouraging inspirational motivation of subordinates, considering and well-wishing toward others, having morality in doing business, having capability in strategic thinking, and being openness. By encouraging the social consciousness, there is yet no clear expression.

Keywords: leadership, OTOP, cultural attractions, Samkhok district, Pathumthani province

บทนำ

อำเภอสามโคก ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและโดดเด่นของจังหวัดปทุมธานี มีการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เช่น มอญ จีน และมุสลิม เป็นต้น ก่อให้เกิดวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกันไป และได้สืบสานและถ่ายทอดเป็นภูมิปัญญาต่อกันมาจนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่าของชาวสามโคก (MSS Cable Network, 2017) นอกจากนั้น อำเภอสามโคกยังได้ตอบสนองนโยบายรัฐบาลโดยมุ่งยกระดับคุณภาพการผลิตสินค้าและบริการ โดยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2557-2560 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคการเกษตร การผลิต การค้าและบริการด้วยการดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชาวปทุมธานี พบว่า ได้มีการจัดตั้งกลุ่มผลิตสินค้าโอทอป (OTOP) โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาพื้นบ้านรังสรรค์มาเป็นสินค้าโอทอป (OTOP) ที่ได้รับความสนใจและมีคุณภาพจนได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OPC (OTOP Product Champion) ระดับ 3 - 5 ดาว ได้แก่ กาละแม ไข่เค็ม โคมไฟไม้ไผ่ เป็นต้น ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอสามโคกซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทศาสนสถาน

ตลอดสองริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่ไหลผ่านที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและเชื่อมโยงกับเครือข่ายโอทอป (OTOP) ได้แก่ วัดเจดีย์ทอง วัดไผ่ล้อม วัดจันทร์กะพ้อ และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง เป็นต้น (Khamwachirapithak et al., 2016; Thaitambon, 2017)

เมื่อพิจารณาแนวทางที่มุ่งส่งเสริมสินค้าโอทอป (OTOP) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความสอดคล้องเกื้อกูลกัน โดยที่ทำให้การพัฒนาเครือข่ายสินค้าโอทอป (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเขตอำเภอสามโคกให้มีความเป็นเลิศทั้งในด้านการผลิตสินค้าโอทอป (OTOP) และให้สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ พบว่าปัจจัยการวางแผนการทำงานเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้การพัฒนาดังกล่าวนี้ประสบความสำเร็จ แต่ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จของกลุ่มสินค้าดังกล่าวนั้นได้ คือ ผู้นำและภาวะผู้นำของผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) อาจกล่าวได้ว่าผู้นำเป็นบุคคลที่มีความสำคัญของความมีประสิทธิภาพ และความมีประสิทธิผลขององค์การ ในขณะที่ภาวะผู้นำหมายถึงพฤติกรรมหรือกระบวนการที่บุคคลหนึ่งมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นหรือกลุ่มในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ทั้งนี้ หากผู้นำมีภาวะผู้นำที่ดีจะสามารถนำกิจการขององค์การให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และขับเคลื่อนไปสู่ความเข้มแข็งขององค์การได้ (Chongvisal, 2006; Surdcharee, 2007)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาภาวะผู้นำของผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) ในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าที่ได้รับ OPC ระดับ 3 - 5 ดาว ที่สามารถสร้างชื่อเสียงและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอสามโคกให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) ที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีภาวะผู้นำที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำผลการวิจัยมาประยุกต์ในการบริหารและจัดการกิจการงานให้มีประสิทธิภาพและสามารถนำมาใช้ได้จริงตามบริบทของท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาบริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2. ศึกษาภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) กลุ่มผู้นำทางศาสนา และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับบริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าโอทอป

(OTOP) และภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าโอทอป (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอ สามโคก จังหวัดปทุมธานี

3. ขอบเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน คุณลักษณะของภาวะผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Meksuwan et al., 2015; Chongvisal, 2006) และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Jittungvarttana, 2005; Sanglimsuwan et al., 2012) สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นสำคัญ โดยคัดเลือกจาก 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OPC (OTOP Product Champion) ระดับ 3 - 5 ดาว ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมไทย กลุ่มอาชีพสตรีบ้านต้นโพธิ์ กลุ่มอาชีพหัตถกรรมบ้านโพธิ์ กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ และกลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ จำนวน 7 คน 2) กลุ่มผู้นำทางศาสนาและความเชื่อ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและเชื่อมโยงกับกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) ได้แก่ วัดบ้านพร้าวนอก วัดบ้านพร้าวใน วัดสะแก วัดเจดีย์ทอง วัดไผ่ล้อม วัดจันทร์กะพ้อ วัดสิงห์ และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง จำนวน 7 รูป และ 3) เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น จำนวน 15 คน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะข้อคำถามปลายเปิดที่ได้รับการตรวจสอบความตรงของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์และความเหมาะสมของข้อคำถาม ในแง่ความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ส่วนประกอบ ด้วยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากข้อคำถามจากการสัมภาษณ์ การตีความแยกตามประเด็นและแหล่งข้อมูล หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์และประเมินความหมายของข้อมูลตามกรอบบริบทของแหล่งข้อมูลตามประเด็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. บริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบว่า บริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าโอทอป (OTOP) ที่ได้รับรางวัล OPC ระดับ 3 ดาวขึ้นไป และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก มีรายละเอียดปรากฏดังนี้

1) ผู้นำกลุ่ม พบว่า เป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความคิดสร้างสรรค์ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และกล้าที่จะลองผิดลองถูกในหลากหลายวิธีการจนสามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการเป็นตัวกลางในการเป็นผู้นำกลุ่มในการผลิตสินค้าโอทอป เพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาดและประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ

2) สมาชิกของกลุ่ม พบว่า เป็นการรวมกลุ่มคนในชุมชนประมาณ 10-50 คน ที่มีอุดมการณ์เดียวกัน มีความต้องการจะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งรวมถึงการสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุมชนของตนเองผ่านทางผลิตภัณฑ์สินค้าโอทอปให้มีตลาดรองรับสามารถสร้างรายได้และทำเป็นกิจการที่ยั่งยืน

3) ผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งแบบดั้งเดิมและแบบประยุกต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งส่วนใหญ่จะผลิตจากวัสดุดิบในท้องถิ่นของตนเพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์โอทอปของท้องถิ่นนั้น ๆ

4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นวัดตลอดเส้นทางริมฝั่งแม่น้ำ

เจ้าพระยา มีกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่ได้รับ OPC ระดับ 3 ดาวขึ้นไป กระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัด และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ และมีความเหมาะสมในการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงกับเครือข่ายสินค้า OTOP สามารถนำเสนอเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

1) ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพสตรีบ้านต้นโพธิ์ อยู่ใกล้วัดบ้านพร้าวในและวัดบ้านพร้าวนอก

2) ขนมกาละแมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมไทย การบูรหอมแฟนซีของกลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์ ผ้าห่มทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัวของกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว และโคมไฟไม้ไผ่ลายดอกบัวของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมบ้านโพธิ์ ซึ่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวถึง 3 แห่ง คือ วัดเจดีย์ทอง วัดไผ่ล้อม และวัดจันทร์กะพ้อ

3) บัวธานีราชินีแห่งไม้น้ำของกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวถึง 3 แห่ง คือ วัดสะแก วัดสิงห์และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง

ทั้งนี้ สามารถแสดงรายละเอียดเครือข่ายกลุ่มสินค้า OTOP ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก ดังนี้

ตารางที่ 1 เครือข่ายกลุ่มสินค้า OTOP ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก

กลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP)	รายละเอียด	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมไทย หมู่ 6 ตำบลคลองควาย	ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองควาย มีสมาชิก 20 คน มีสินค้า OTOP คือ ขนมไทยโบราณ โดยที่ผลิตภัณฑ์ขนมไทยที่ได้รับ OPC ระดับ 4 ดาว คือ กาละแม	- วัดเจดีย์ทอง ที่มีเจดีย์ทรงรามัญแบบเจดีย์อนันทะ เจดีย์ทรงปรางค์ประดับด้วยกระเบื้องเคลือบสวยงาม และพระพุทธรูปปางมารวิชัยศิลปะมอญสร้างด้วยแก้วหยกสีขาว
2. กลุ่มอาชีพสตรีบ้านต้นโพธิ์	ตั้งอยู่ที่ ตำบลเชียงรากใหญ่ มีสมาชิก 15 คน มีสินค้า OTOP คือ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม และได้รับ OPC ระดับ 4 ดาว	- วัดบ้านพร้าวใน ที่มีพระประธานหลวงพ่อโตและเจดีย์ที่มีศิลปะแบบรัตนโกสินทร์ตอนต้น - วัดบ้านพร้าวนอก ที่มีหอพระไตรปิฎก ศาลาไม้สักทรงไทย และเจดีย์เก่าแก่ทรงรามัญ
3. กลุ่มอาชีพหัตถกรรมบ้านโพธิ์	ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองควาย มีสมาชิก 10 คน มีสินค้า OTOP คือ งานหัตถกรรม โดยที่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ได้รับ OPC ระดับ 3 ดาว คือ ผลิตภัณฑ์โคมไฟไม้ไผ่ลายดอกบัว	- วัดเจดีย์ทอง - วัดไผ่ล้อม - วัดจันทร์กะพ้อ ที่มีศิลปะการก่อสร้างแบบไทยประยุกต์ผสมรามัญ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP)	รายละเอียด	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ	ตั้งอยู่ที่ ตำบลกระแชง มีสมาชิก 50 คน มีสินค้า OTOP คือ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ โดยที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ OPC ระดับ 3 ดาว คือ บัวธานี ราชินีแห่งไม้น้ำ ซึ่งเป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากยางพารา	- วัดสะแก - วัดสิงห์และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง ที่มีพิพิธภัณฑ์โบราณวัตถุศิลปะมอญ และการทำอิฐมอญแบบโบราณด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เห็นอยู่ทั่วไป
5. กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว	ตั้งอยู่ที่ ตำบลบางเตย มีสมาชิก 10 คน มีสินค้า OTOP คือ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ OPC ระดับ 4 ดาว คือ ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว	- วัดเจดีย์ทอง
6. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์	ตั้งอยู่ที่ ตำบลบางเตย มีสมาชิก 22 คน มีสินค้า OTOP คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชาวมอญ โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ OPC ระดับ 4 ดาว คือ ผ้าห่มทอมือ และระดับ 5 ดาว คือ กระเป๋าผ้า	- วัดเจดีย์ทอง
7. กลุ่มอาชีพบ้านโพธิ์	ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองควาย มีสมาชิก 21 คน มีสินค้า OTOP คือ ผลิตภัณฑ์การบูร โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ OPC ระดับ 3 ดาว คือ การบูรหอมแฟนซี	- วัดเจดีย์ทอง - วัดไผ่ล้อม - วัดจันทร์กะพ้อ

2. ภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

มิติในการศึกษาภาวะผู้นำของผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) ประกอบด้วยหลายมิติ และเพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดของ รัตติกรณ์ จงวิศาล (Chongvisal, 2006) มาศึกษาและสรุปองค์ประกอบของภาวะผู้นำของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา และจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ปรากฏดังนี้

2.1 การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การส่งเสริมแรงบันดาลใจของผู้นำกลุ่มเป็นการ

แสดงออกของผู้นำในการสร้างแรงบันดาลใจแก่สมาชิก เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม อยากให้กลุ่มมีชื่อเสียงและความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งผู้นำต้องใช้ความสามารถในการจูงใจ การเสริมแรง การช่วยเหลือสมาชิกได้อย่างเหมาะสม

"...คนที่จะเป็นผู้นำกลุ่มนี่นะ จะต้องมีวิธีที่จะทำให้ผู้อื่นทำตามได้ ต้องพูดคุยและรับฟัง จะได้รู้อะไร ๆ มามาสร้างเป็นเป้าหมาย เป็นความหวังร่วมกันและต้องทำให้ได้ด้วยนะ..." (ผู้นำกลุ่ม A)

"...ผู้นำต้องมีวิธีการจูงใจให้สมาชิกทำงานอย่างทุ่มเทแรงใจ แรงกาย อย่างกลุ่มของเราก็จะให้เงินพิเศษกับคนที่คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และต้องเป็นที่ต้องการของตลาดด้วยนะ..." (ผู้นำกลุ่ม C)

2.2 การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่นของผู้นำกลุ่มเป็นภาวะผู้นำที่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างของสมาชิก เช่น ความรู้ ประสบการณ์ ความถนัด นอกจากนั้น ความแตกต่างระหว่างสมาชิกยังเป็นสาเหตุที่อาจทำให้เกิดปัญหาในกลุ่มได้ ผู้นำกลุ่มต้องยอมรับและพยายามโน้มน้าวและชี้นำให้สมาชิกยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกัน

"...ผู้นำต้องเอาใจใส่สมาชิกเป็นรายคน สอบถามปัญหาในการทำงานอยู่เนือง ๆ ต้องทำให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่มยอมรับความแตกต่างของเพื่อนให้ได้ เพราะว่าบางคนมีความรู้ บางคนมีความชำนาญไม่เหมือนกัน สำคัญที่สุดคือทำให้สมาชิกรู้สึกมีค่าและมีความสำคัญกับกลุ่ม..." (ผู้นำกลุ่ม B)

2.3 การมีศีลธรรมในการประกอบการ

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การมีศีลธรรมในการประกอบการของผู้นำกลุ่มเป็นการแสดงออกของผู้นำในการประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมในการดำเนินงาน มีความมุ่งมั่นทุ่มเทใส่ใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและสมาชิกกลุ่มในเรื่องของความซื่อสัตย์สุจริต

"...โอกาสที่จะโกงสมาชิกในกลุ่ม มันมีแน่นอน เพราะเราเป็นผู้นำกลุ่ม มีช่องทางเยอะแยะที่จะโกง แต่ถามว่าเราจะทำไปทำไม ในเมื่อเรารวมกลุ่มกันขึ้นมา มีอุดมการณ์ร่วมกัน ขอให้ยึดมั่นในศีลธรรมดีกว่า ซื่อสัตย์ไว้ทั้งต่อตัวเองและคนอื่น รับรองยั่งยืนแน่นอน..." (ผู้นำกลุ่ม C)

"...ขึ้นชื่อว่าผู้นำ ที่สำคัญต้องมีสัจจะและมีเหตุผลที่จะอธิบายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นั่นคือ ต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเองและกลุ่ม ไม่เห็นแก่เงินทองและส่วนต่างจากการขายสินค้าของกลุ่ม ต้องมีธรรมะประจำใจและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง..." (เจ้าอาวาสวัด B)

2.4 ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์เป็นความสามารถในการคิดวิเคราะห์และตัดสินใจของผู้นำกลุ่ม เป็นการแสดงออกถึงการใช้ทักษะในการคิดแบบรวบยอดและแปลงมาเป็นยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกลุ่มในการ

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างผสานกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มของตนตั้งอยู่ทำให้เป็นที่รับรู้และต้องการของตลาด

"...การตัดสินใจอะไร ๆ เพื่อกลุ่มผู้นำต้องมีวิธีคิด ทั้งเรื่องของตลาด สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มาสามโคก ต้องเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ สุดท้ายเมื่อได้ผลสรุปแล้ว ก็ทำเป็นขั้นตอน แบ่งงานกันทำ ทำให้สมาชิกมั่นใจได้ว่าเป้าหมายของกลุ่มจะเป็นจริงได้..." (ผู้นำกลุ่ม D)

2.5 การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมเป็นบทบาทที่ผู้นำที่มีความคิดในลักษณะการแสวงหากำไรอย่างมีความรับผิดชอบ กล่าวคือ ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์สามารถมองอนาคตที่กว้างไกลสำหรับสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งในผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน ผู้นำต้องทำให้สมาชิกของกลุ่มเกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ไม่ใช่แต่เพียงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นภายในกลุ่ม แต่ยังหมายรวมถึงผลประโยชน์ที่กลับคืนสู่ท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

"...เราเป็นแค่กลุ่มธุรกิจเล็ก ๆ แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะไม่ใส่ใจต่อชุมชนนะ กลุ่มจะทำอะไร ก็ให้คิด ให้ระวัง ไม่ก่อความเดือนร้อนใคร แต่จะให้ทำแบบบริษัทใหญ่ยังไม่มี..." (ผู้นำกลุ่ม F)

"...ผู้นำจะต้องทำให้สมาชิกเข้าใจว่าการทำธุรกิจของกลุ่ม คนอื่น ๆ ในบ้านนี้เมืองนี้คงโดนผลกระทบนะ ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ผู้นำจะต้องมีแนวทางคืนกำไรสู่ชุมชนให้ได้นะ..." (เจ้าหน้าที่ภาครัฐ)

"...จิตสำนึกต่อสังคม ไม่ใช่แค่ผู้นำนะ สมาชิกเองก็ต้องมีด้วย แต่ผู้นำต้องทำก่อน สมาชิกถึงจะยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและดีงาม แล้วจะเลียนแบบ ผู้นำจึงต้องมองให้ไกลขึ้นไปอีก ซึ่งจะทำให้เกิดความพอดีกับสังคม และอาจจะปรึกษากับภาครัฐให้มาเป็นพี่เลี้ยงในเรื่องนี้ได้..." (เจ้าอาวาสวัด E)

2.6 การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่าง ๆ ของผู้นำกลุ่มเป็นการแสดงออกของผู้นำในฐานะผู้ควบคุมและผู้สร้างสัมพันธภาพที่ดีภายในกลุ่ม โดยการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกของกลุ่มด้วยความยุติธรรม และสามารถบริหารจัดการกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

"...ผู้นำกลุ่มต้องพร้อมยอมรับความเห็นต่างของสมาชิก ต้องเอาความเห็นนั้นมาคิด เพราะมันอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้จริงได้ในวันข้างหน้าได้..." (ผู้นำกลุ่ม A)

"...ผู้นำต้องคิดหาวิธีที่จะทำให้กลุ่มพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น บางทีเราก็จะมีวิทยากรจากมหาวิทยาลัยบ้าง กรมพัฒนาชุมชนบ้างมาให้ความรู้พัฒนาสินค้าให้ขายได้ขายดีนะ..." (ผู้นำกลุ่ม C)

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำทั้ง 6 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า บริบทด้านผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยว

ในพื้นที่ มีความสัมพันธ์กับภาวะผู้นำ ซึ่งผู้นำกลุ่มส่วนใหญ่จะแสดงออกถึงการสร้างแรงบันดาลใจ การใส่ใจต่อสมาชิก รวมถึงการมีศีลธรรมในการดำเนินงาน การวางแผนการดำเนินงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ และพร้อมน้อมรับคำแนะนำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังพบว่าบริบทด้านสมาชิกกลุ่มที่เป็นการรวมกลุ่มกันในลักษณะของธุรกิจขนาดเล็กมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม ถือเป็นการจัดการเชิงสถานการณ์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงชุมชนท้องถิ่น คุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ซึ่งพบว่ายังแสดงออกได้ไม่เด่นชัดนัก

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทการดำเนินงานของเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม สมาชิกของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ OTOP และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ซึ่งมีความสอดคล้องเกื้อกูลและสนับสนุนกันของกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นผลมาจากการร่วมกันคิดร่วมกันทำของสมาชิกกลุ่มอย่างเป็นระบบ นอกจากนั้นยังได้น้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันเป็นศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มของตนเองโดยเน้นการขับเคลื่อนจากภายในมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและ ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บูรณาการความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อทำให้เกิดการค้าขายแบบได้ผลประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายอย่างยั่งยืน จนได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3-5 ดาว ดังเช่นงานวิจัยของ ชุติมันต์ สะสอง และ คณะ (Sasong et al., 2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียและแผนธุรกิจที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สรุปว่าการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดแม่ฮ่องสอนก่อกำเนิดจากนโยบายของรัฐบาล การจัดตั้งตามความต้องการของสมาชิกในชุมชนและการจัดตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลผลิตด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้สืบทอดมาถ่ายทอดลงสู่ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การส่งเสริมเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอสามโคกที่ส่วนใหญ่เป็นศาสนสถาน ข้อมูลส่วนนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และคณะ (Sanglimsuwan et al., 2012) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน พบว่าการอนุรักษ์และการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ นอกจากจะเป็นความภาคภูมิใจของประเทศแล้ว ยังมีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยา และมานุษยวิทยา อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ

ชุมชนและประเทศผ่านทางการท่องเที่ยว และการศึกษาของ บุญเกียรติ ไทรชมภู (Caichompoo, 2014)ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบล เพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า ชุมชนประกอบอาชีพทำสวนผลไม้สืบทอดภูมิปัญญามาแต่โบราณ มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญา คือ ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ ผลไม้ อาหาร และการเลี้ยงขยายพันธุ์ปลากัด เป็นต้น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน สามารถทำได้โดยการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

2. ภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) เป็นผู้มีวิสัยทัศน์มองการณ์กว้างไกลที่มีการบูรณาการสินค้าโอทอป (OTOP) และแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตนที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น มีความสามารถในการดำเนินงานและการสื่อสารจนสามารถสร้างชื่อเสียงและนำกลุ่มประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ระดับ 3 ดาวขึ้นไป ผลการศึกษาครั้งนี้ได้จำแนกภาวะผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) เป็น 6 ประเด็น ตามการศึกษาของ รัตติกรณ์ จงวิศาล (Chongvisal, 2006) ศึกษาเรื่องการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย พบว่าเครื่องมือวัดภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา 2) การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น 3) การมีศีลธรรมในการประกอบการ 4) ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ 5) การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และ 6) การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่าง ๆ และพบว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกันมีภาวะผู้นำแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จสูงจะมีภาวะผู้นำสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีภาวะผู้นำรวมอยู่ในระดับมาก แต่การศึกษาครั้งนี้ พบว่าการแสดงออกภาวะผู้นำในด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมของผู้นำกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) นี้ ยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก เนื่องจากว่าเป็นการรวมกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก การแสดงออกในประเด็นขององค์ประกอบดังกล่าวนี้จึงยังไม่เด่นชัดเท่าที่ควร แต่ทั้งนี้ก็อาจสามารถที่จะจัดกิจกรรมเพื่อสังคมได้ตามความเหมาะสมได้ และนอกจากนั้น ผู้นำกลุ่มยังเป็นผู้ที่มีทักษะการดำเนินงานและสร้างความไว้วางใจแก่สมาชิก ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม สอดคล้องกับการศึกษาของ คัชพล จั่นเพชร และคณะ (Janpetch et al., 2016) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ผ่านความไว้วางใจบนพื้นฐานอารมณ์ความรู้สึก และความรู้ความเข้าใจ

พบว่า ความสัมพันธ์ทางการเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพที่มีผลอย่างแท้จริงต่อความไว้วางใจในการปฏิบัติงานโดยมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถนำไปปรับบทบาทในการทำงานเพื่อสร้างความใกล้ชิดระหว่างพนักงานกับผู้บังคับบัญชาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการปฏิบัติงาน

ดังนั้น การพัฒนาเครือข่ายสินค้าโอทอปในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก สามารถประยุกต์ใช้ภาวะผู้นำของกลุ่มเป็นเครื่องมือนำพาไปสู่การสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มได้ ซึ่งผู้นำกลุ่มควรมีวิธีการที่จะสร้างแรงจูงใจหรือการช่วยเหลือสมาชิกได้อย่างเหมาะสม มีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำงานของกลุ่มที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวม แม้ว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าโอทอป (OTOP) จะเป็นเพียงกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก แต่ก็สามารถที่จะแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมได้ในรูปแบบที่เหมาะสมได้ การศึกษาครั้งนี้อาจสามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก ดังนี้

1) ควรส่งเสริมให้ผู้นำแสดงออกถึงการสร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิก การเสริมแรงและการช่วยเหลือตอบสนองความต้องการของสมาชิกให้เหมาะสม เช่น การให้เงินรางวัลจากยอดขายสินค้าเป็นรายบุคคล การพากลุ่มไปท่องเที่ยวในกรณีที่กลุ่มทำยอดขายได้ตามเป้า การช่วยเหลือเรื่องเงินลงทุนเบื้องต้น และการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตให้แก่สมาชิก เป็นต้น

2) ควรพัฒนาการสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

3) ผู้นำกลุ่มควรแสดงบทบาทของความเป็นผู้นำที่มีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงาน

4) ควรส่งเสริมให้ผู้นำได้แสดงออกถึงความสามารถในการบริหารจัดการในเชิงประจักษ์ มีแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน

5) ควรมีแผนงานที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างเหมาะสม เช่น การบริจาคเงินให้ชุมชน เช่น โรงเรียน วัด เป็นต้น การให้ความรู้การสอนทำสินค้าโอทอป (OTOP) ให้กับคนในชุมชนตลอดจนผู้ที่สนใจ และการนำกลุ่มร่วมฟื้นฟูสภาพแวดล้อมในชุมชน เป็นต้น

6) ควรมีแผนการในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก ส่งเสริมให้สมาชิกของกลุ่มมีโอกาสได้เรียนรู้ร่วมกัน ถึงสภาพการทำงานที่มีประสิทธิภาพของหน่วยงานอื่น เช่น การจัดทัศนศึกษาดูงาน หรือการเชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้เกี่ยวกับการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรมีการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มสินค้าโอทอป (OTOP) เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปสนับสนุนตามศักยภาพที่มีความเชี่ยวชาญ

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ควรนำไปเป็นต้นแบบของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าโอทอป (OTOP) อื่น ๆ ที่มีความต้องการจะพัฒนา

ภาวะผู้นำในการพัฒนาเครือข่ายสินค้าโอทอป (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากจุดเด่นของเครือข่ายสินค้าโอทอป (OTOP) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสามโคก เป็นการรวมกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ผู้นำเป็นผู้มีความเป็นผู้นำ มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ได้

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้นำสินค้าโอทอป (OTOP) ขนาดใหญ่เพื่อเป็นการเพิ่มมุมมองภาวะผู้นำที่มีต่อการดำเนินงานกลุ่ม โดยทำการศึกษาในประเด็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำกลุ่ม และการมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานของกลุ่ม รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สินค้าโอทอป (OTOP) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าโอทอป (OTOP) ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตลาด เป็นต้น

REFERENCES

Caichompoo, B. (2014). Local wisdom products development at 6 sub-districts of Khung Bangkachao area to serve tourism and ASEAN community. **PNRU Research Journal, Humanities and Social Sciences**5(2), 125-135. (in Thai)

Chongvisal, R. (2006). The study of leadership of entrepreneurs in Thai small and medium sized enterprises. In **the Proceedings of 44th Kasetsart University Annual Conference, Subject: Social Sciences**. Bangkhen Campus, Kasetsart University. 275-282. (in Thai)

Janpetch, K. & Jadesadalug, V. (2016). The influence of transformational leadership perceptions affecting the creative working through affect – and cognition – based trust. **PNRU Research Journal, Humanities and Social Sciences**. 11(1), 125-135. (in Thai)

Jittungvarttana, B. (2005). **Sustainable tourism development**. Bangkok: Press & Design. (in Thai)

Khamwachirapithak, P., Maruekarajtinplaeng, S. & Khamwachirapithak, M. (2016). GIS database making for network development OTOP and places of attractions along the riverside at Amphoe Sam Khok and Amphoe Mueang, Pathum Thani province. **Journal of Research and Development, Valaya Alongkorn under Royal**

Patronage (Humanities and Social Sciences). 11(2), 1-11. (in Thai)

Meksuwan, A. & Wingwon, B. (2015). Role of leadership and member participation in driving toward the strength of sewing community enterprises, Ban Mae Hawl, Hangchat district, Lampang province. **The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal (GTHJ)**. 21(3), 20-31. (in Thai)

MSS Cable Network. (2017). **Enhancing tourism and cultural identities of Samkhok District, Pathumthani**. Retrieved August 10, 2017, from http://www.msspathumthani.com/detail.php?id=1688 (in Thai)

Sanglimsuwan, K. & Sanglimsuwan, S. (2012). Sustainable cultural heritage tourism. **Executive Journal**. 32(4), 139-146. (in Thai)

Sasong, C. & Wingwon, B. (2016). Stakeholders' collaboration and a business plan play a role in driving the OTOP enterprises group to sustainable competitive advantage. **Nakhon Phanom University Journal**. 6(1), 124-133. (in Thai)

Surdcharee, T. (2007). **Leadership: the movement mechanism for the learning organization**. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat University. (in Thai)

Thaitambon. (2017). **OTOP product champion: OPC**. Retrieved August 10, 2017, from http://www.thaitambon.com (in Thai)