



แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษากองหมู่บ้านห้วยยาง

ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

Guidelines for Managing Community Product Group of one Tambon ne Product : Case Study, Huay Yang Village, MuangLuang Sub-District, HuaThapThan District, Sisaket Province

จิตติมา พลศักดิ์

Jittima Palasak

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Management Major, Faculty of Business Administration and Accounting, SisaketRajabhat University

Corresponding author, E-mail : kukkai.j@gmail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 25 คน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัย พบว่า

1. บริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ มีการรวมกลุ่มของสมาชิก มีกฎระเบียบ เพื่อบริหารจัดการการเงิน การผลิต การจำหน่ายและการจัดการทั่วไป มีกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ ผ้าไหม ผลผลิตทางการเกษตร กระเช้าแก้วล้วย สมูทต์ผลไม้ เป็นต้น กลุ่มมีขีดความสามารถในการตลาดสูง เพราะสามารถจัดหาตลาดได้ มีคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง มีโอกาสไปจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในและนอกสถานที่ ปัจจุบันกลุ่มมีผลงานและได้รับรางวัลหลายประเภท และมีชื่อเสียงด้านงานหัตถกรรม

2. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่ามีการสร้างเครือข่าย เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขัน ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เน้นงานฝีมือที่งดงาม เป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาทักษะฝีมือแก่สมาชิก การสื่อสารด้านการตลาดในการจำหน่ายสินค้าบนธุรกิจโลกออนไลน์ การพัฒนาระบบการเงิน ที่โปร่งใส ยุติธรรมเพื่อประโยชน์แก่สมาชิกทุกคนอย่างมีประสิทธิภาพ และแนวทางระดับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้แก่การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งภายในและต่างประเทศ ทั้งการผลิต การจำหน่ายให้สูงมากขึ้นการพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจเช่นด้านเทคโนโลยีการตลาดการเงินการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การส่งเสริมศักยภาพความพร้อมของกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมการผลิตและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในทุกภาคส่วน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาวและเสริมสร้างคุณค่าสินค้าโดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าสะท้อนถึงความความทันสมัยและมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



ABSTRACT

This paper is cordially objective (1) to study the management context of community product group of one tambon one product, Huay Yang village, MuangLuang sub-district, HuaiThap Than district, Sisaket Province, and (2) to study of the guidelines for managing community product group of one tambon one product : case study, Huay Yang village, MuangLuang sub-district, HuaiThap Than district, Sisaket Province. The research is a quality research .Target group used in the management of community product groups totally 25 persons by in-depth interview and Focus groups.

The research result finding is

1. The management context of community product group of one tambon one product on Huay Yang village, MuangLuang sub-district, HuaiThap Than district, Sisaket Province, to setting up rules for their group to manage on money, production, sale and general management, there is the committee structure for group management, important products such as silk ,agricultural product, Vine basket fruit smoothie etc. Their group has ability on the market so much because they can find market by themselves and have the orders continually and chance to show and sell their goods in carnivals continually both in the area and out of area. Now their group has success, get prizes and famous on the handicraft.

2. The guidelines for managing of community product group of one tambon one product on Huay Yang village, MuangLuang sub-district, HuaiThap Than district, Sisaket found that there were the management ways on the network building to support ability in competition, building the products that have had identity itself by giving precedence to delicate and beautiful crafts and being specific identity, skill development for members, communication on the market and promotion in goods sale of business on online, development of transparent and fair finance system and benefiting for members efficiently and guidelines in government office and private organization level; namely products potential development to have potentials in competition both in country and in abroad, both on the production and making more sales, supportive factors development in doing business such as technology, financial markets, access to capitals, promoting on potentials in the readiness preparation of OTOP entrepreneur, building the network, promoting and supporting production and using information technology and communication in sectors, increasing efficiency in long-term competition and goods worth reinforcement by giving precedence to reinforce goods identity that have reflected to be up-to-date and had the cultural values and local wisdom.

Keywords : Management; Community Products; One Tambon One Product [OTOP]

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กำหนดกรอบแนวคิดการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นและบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” การพัฒนาศักยภาพชุมชนภายใต้การดำเนินงาน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) เป็นแนวคิดในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ ที่ตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจยั่งยืนและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยการแก้ไขปัญหาความยากจน มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง [1]

จังหวัดศรีสะเกษมีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนกว่า 177 รายการ เป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นจากหลายๆ ชุมชนพื้นที่ ในขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสร้างชื่อเสียงในระดับจังหวัด ระดับประเทศและระดับสากล [2] คณะผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญและมุ่งสนใจในการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการในพื้นที่ต้นแบบที่มีศักยภาพและสามารถยกระดับเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีชื่อเสียง สามารถขยายผลแนวคิดและหลักการพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชนพื้นที่อื่นๆ ได้และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ระดับสากลและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

ขอบเขตการวิจัย

ด้านเนื้อหาวิจัย

1. บริบทการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ
2. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

ด้านเขตพื้นที่การวิจัย

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกและคณะกรรมการดำเนินงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่มีความรอบรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 25 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จำนวนทั้งสิ้น 15 คน ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศรีสะเกษ จำนวน 1 คน ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 1 คน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอห้วยทับทัน จำนวน 1 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 1 คน และ ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยางตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 11 คน เพื่อนำสู่การตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือศึกษาบริบทการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ และ 2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 10 คน ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 1 คน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอห้วยทับทัน จำนวน 1 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 1 คน และ ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยางตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 6 คน เพื่อนำสู่การตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลและนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ (Descriptive)



เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือการวิจัยโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และกำหนดประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ข้อมูลการสนทนากลุ่มเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ขึ้นเพื่อเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญได้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สำหรับหน่วยงาน แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และหน่วยงาน วิสัยทัศน์ และ พันธกิจของหน่วยงาน นโยบาย หรือแนวทางในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน และ ยุทธศาสตร์ หรือแผนงานด้านการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 3 แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. แบบสัมภาษณ์สำหรับประธานและสมาชิกกลุ่ม มีทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลบริบท และการจัดการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 3 แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. กรอบการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบในการสัมภาษณ์โดยมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่กรอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2 โดยมีประเด็นหัวข้อในการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ประวัติกลุ่ม ข้อมูลสภาพบริบททั่วไป อาชีพรายได้ กิจกรรมกลุ่ม แผนพัฒนาชุมชน แผนงานการบริหารจัดการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในอนาคต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทุกด้าน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ณ ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวงอำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ

2. ขออนุญาตรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ถึงหน่วยงาน และผู้นำชุมชนในพื้นที่วิจัย เพื่อขออนุญาตให้ผู้วิจัยและคณะเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัย

3. ดำเนินการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนพื้นที่เป้าหมาย จำนวนทั้งสิ้น 15 คน และจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ จำนวน 10 คน

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสัมภาษณ์ บันทึกการสนทนากลุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความถูกต้องความครบถ้วนของข้อมูล หลังจากที่ได้ข้อมูลมาครบถ้วนนำมาและวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล โดยจำแนกขั้นตอนออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) โดยการสร้างข้อสรุปชั่วคราวที่เป็นรูปธรรมจากการลงพื้นที่ ภาคสนามในพื้นที่เป้าหมาย แล้วดำเนินการสรุปข้อมูลที่และเชื่อมโยงข้อสรุปเข้าด้วยกัน และเพื่อสร้างบทสรุปข้อมูล

2. การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวได้มาจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เพื่อตอบคำถามในแต่ละวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation) เพื่อที่จะพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นั้นมีความถูกต้องหรือไม่ โดยทำการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลในด้านของเวลา สถานที่ และบุคคล ให้ครบทั้ง 3 ด้าน เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลให้เกิดความถูกต้องและชัดเจน

3. การทำดัชนีข้อมูล ด้วยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมและบันทึกไว้ในบันทึกภาคสนาม เพื่อนำคำหรือข้อความมาสังเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ได้

4. การทำข้อสรุปชั่วคราวและการกำจัดข้อมูล โดยการเชื่อมโยงคำหรือคำหลักเข้าด้วยกัน การใช้ข้อความหรือประโยคอธิบายความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของดัชนีคำหรือคำหลักเหล่านั้น

5. การสร้างบทสรุป ด้วยการเขียนข้อค้นพบจากงานวิจัยตามลำดับความเกี่ยวข้องของบทสรุปทั้งหมด และเชื่อมโยงสิ่งที่มีความเป็นนามธรรมกลับไปสู่ข้อเท็จจริงเชิงรูปธรรม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. บริบทและการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ มีจุดเริ่มต้นจากประชาชนในชุมชนและสมาชิกกลุ่มที่มีทักษะพื้นฐานงานฝีมือที่ปราณีต สวยงาม มีความทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่น และได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐ จึงมีการรวมกลุ่มเกิดขึ้นเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพเสริมในชุมชน จึงมีการรวมกลุ่มกันผลิตที่หลากหลาย อาทิ กลุ่มผลิตสบู่ชาโคล กลุ่มผลิตถ่านชีวมวล แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาทิ รันกรอบและแยมแก้วมังกร สมูทตี้ผลไม้ ผ้าไหม เลื้อยเก็บเย็บมีย้อมมะเกลือ ปุ๋ยมูลไส้เดือน กระเป๋าถวัลย์ เป็นต้น การรวมกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันนี้และยังได้รับการพัฒนาระดับเป็นชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีในพื้นที่ตำบลเมืองหลวง ในแต่ละกลุ่มมีการจัดการกลุ่มที่แตกต่าง มีการตั้งกฎระเบียบกลุ่ม เพื่อบริหารจัดการกลุ่มทั้งด้านการเงิน การผลิต การจำหน่ายและด้านการจัดการทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีคณะกรรมการดูแลกลุ่ม โดยประธานเป็นผู้บริหารจัดการในภาพรวมทั้งในด้านการออกแบบ ควบคุมคุณภาพ และหาตลาด ดำเนินการซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิต ควบคุมบริหารทุนและงบประมาณและการบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่มีหน้าที่ผลิตสินค้าตาม

ทักษะและความสามารถ ส่วนการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มพบว่ากลุ่มมีขีดความสามารถในด้านการตลาดสูง สามารถจัดหาตลาดได้เอง มีคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องเป็นประจำ โดยเครือข่ายลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของกลุ่มที่รู้จักและเคยซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มแล้วเกิดความประทับใจอยากได้เพิ่ม นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องให้กลุ่มไปแสดงสินค้าและจำหน่ายในรูปแบบมหกรรมสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ นอกจากนี้กลุ่มได้ทำการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และมีผลงานและได้รับรางวัลหลายประเภท รวมทั้งได้รับใบรับรองอนุญาตเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดศรีสะเกษ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) พบว่า การจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า จุดแข็ง (Strengths) คือกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษมีการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น และเป็นกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์และสินค้าหลากหลาย จุดอ่อน (Weaknesses) คือขาดการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่ได้รับการรับรองคุณภาพ โอกาส (Opportunities) คือ หน่วยงานท้องถิ่นให้ความสำคัญ อุปสรรค (Threats) คือ มีคู่แข่งในพื้นที่ที่มีผลิตภัณฑ์และกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน และภาวะด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซบเซา

2. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ มีดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก ได้แก่ การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารกลุ่มเริ่มตั้งแต่การเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม การออมเงิน การระดมทุน การกู้ยืมเงินทุนเพื่อหมุนเวียนแก่สมาชิก การแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารกลุ่ม การติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานกลุ่ม และ การร่างกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มเป็นต้น 2) ด้านการผลิต ได้แก่ การวางแผนการผลิต การเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) การจัดการด้านการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการจัดการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการตลาด ได้แก่



การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์การวางแผนด้านการลงทุน การจัดซื้อวัตถุดิบ การกำหนดค่าแรง และกำไรอื่นๆ ตามความเหมาะสม 4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านทุนและงบประมาณ ได้แก่ การหมุนเวียนทุนและกองทุนของกลุ่มที่มาจากแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายในชุมชนและ แหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายนอกชุมชนหรือสถาบันการเงิน ส่วนแนวทางการบริหารจัดการระดับกลุ่มและชุมชน มีทั้งการสร้างเครือข่าย การจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์การผลิต ด้านการตลาดและแนวทางระดับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเพิ่มศักยภาพและพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชน



ภาพที่ 1 นักวิจัยลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมในชุมชนเป้าหมาย

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาสรุปผลและอภิปรายผลดังนี้

1. บริบทการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา บ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ พัฒนากลุ่มมาจากความสนใจของกลุ่มสมาชิกและต้นทุนทรัพยากรในชุมชน สมาชิกกลุ่มมีทักษะความสามารถในงานฝีมือ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างมูลค่า และสร้างรายได้ จึงชักชวนสมาชิกในชุมชนเพื่อมารวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมุ่งเน้นการสร้างงาน สร้างอาชีพเสริมให้กับสมาชิกในชุมชนที่ว่างงาน และมีการระดมทุนทั้งในภายในและภายนอก มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มเพื่อบริหารงาน

กลุ่ม มีกฎระเบียบ และสร้างผลิตภัณฑ์กลุ่มเพื่อจำหน่ายเป็นหลัก โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ สบู่ชาร์โคล ถ่านชีวมวล แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาทิ วนักรอบและแยมแก้วมังกร สมูทตี้ผลไม้ ผ้าไหม ผ้าขาวม้า เสื้อเก็บเย็บมือย้อมมะเกลือ ปุ๋ยมูลไส้เดือน กระเช้าถั่วลิสง เป็นต้น ในด้านการบริหารจัดการกลุ่มมีทั้งด้านการตลาด ซึ่งพบว่ากลุ่มมีศักยภาพความสามารถทางด้านการผลิตโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชนและภูมิปัญญา สอดคล้องกับแนวคิด Parichat Kunpluem [3] กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้กระบวนการจัดการด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเฉพาะถิ่น ส่วนการตลาดนั้นกลุ่มสามารถจัดหาตลาดได้เองมีการจัดการด้านการตลาดที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Phathamon Boonyarasai [4] กล่าวว่า องค์ประกอบหลักที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ การบริหารจัดการด้านการผลิตควบคู่กับการตลาด ส่งผลให้มีคนสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องเป็นประจำจนบางครั้งผลิตสินค้าไม่ทันตามต้องการ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าทั่วไปที่มีความนิยมชมชอบผลิตภัณฑ์ด้านงานฝีมือ และเกิดความชื่นชอบ ประทับใจในสินค้าดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าหน่วยงานราชการในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องได้สนับสนุนส่งเสริมให้กลุ่มได้มีโอกาสไปแสดงสินค้าและจำหน่ายในรูปแบบมหกรรมสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ซึ่งทางราชการและเอกชนได้จัดขึ้น กลุ่มดังกล่าวมีความเข้มแข็งในการดำเนินงาน ซึ่งปัจจุบันนี้ได้พัฒนากลุ่มโดยจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีผลงานเป็นที่รู้จักและได้รับรางวัลหลายประเภท รวมทั้งใบรับรองเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโอท็อปนวัตกรรม และสอดคล้องกับแนวคิด Tantiga Samsan [5] และNathayoo teebchan [6] กล่าวว่า การสนับสนุนมีความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม และ การจัดการชุมชนหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยว

2. แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์บ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษพบว่ามีการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มสอดคล้องกับแนวคิดของ Tantiga Samsan [5] กล่าวว่า การสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการกลุ่มและ

การมีส่วนร่วมประชาชนและร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้ง การระดมทุน การกู้ยืมเงินทุนเพื่อหมุนเวียน การเป็น คณะกรรมการ บริหารจัดการกลุ่ม การติดตาม ตรวจสอบ การดำเนินงานกลุ่ม และ การร่างกฎเกณฑ์หรือกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มในด้านการการผลิตพบว่า กลุ่มมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งโดยการวางแผนการผลิต การเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) การจัดการด้านการผลิต การการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิด ปัญหาที่น้อยที่สุด รวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Sujitra Jongpho [7] พบว่ากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำเป็นต้องมี ศักยภาพในด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดด้านการ บริหารจัดการกลุ่มที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Sumalee Santipolwoot and Sommai Udomwithit [8] และ Nuttaya IamKhong and Danucha Saleewong [9] การ พัฒนากลุ่มให้มีศักยภาพจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายผ่าน ช่องทาง E-Commerce และได้รับส่งเสริมจากภาครัฐ เพื่อให้ เข้มแข็งทั้งด้านตัวสินค้าและด้านความเข้มแข็งของกลุ่มและชุมชน ส่วนในด้านการตลาด พบว่า กลุ่มเป็นผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์และ การวางแผนทั้งในด้านการลงทุน การจัดซื้อวัตถุดิบ การกำหนด ค่าแรง และกำไรอื่นๆ ในด้านทุนและงบประมาณโดยพบว่ากลุ่มมี การบริหารจัดการโดยมีทุนหมุนเวียนทุนและกองทุนเพื่อสมาชิก และพัฒนากลุ่ม โดยระดมทุนจากแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจาก สมาชิกกลุ่มและ หน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุนด้านแหล่ง ทุน ส่วนแนวทางสำคัญในการบริหารจัดการระดับกลุ่มและชุมชน มี ทั้งการสร้างเครือข่าย การจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับ แนวคิดของ Kritsana Dararuang [10] การพัฒนากลยุทธ์ การแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย การจัดการกลุ่ม การผลิต ด้านการตลาดและแนวทางระดับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการดำเนินกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ระดับสากลสอดคล้องกับแนวคิด Wannaphum Puttaphum [11] พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ก้าวเข้าสู่เส้นทาง AEC สู่การแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน และ การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเพิ่ม ศักยภาพและพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชน

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการกลุ่ม ผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มที่มีอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อนำมาเป็นแบบหรือปรับใช้ให้ดีขึ้น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR = Participatory Action Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) กับ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) รวมทั้งวิธีการวิจัยเชิง คุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกันเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ ความรู้ใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่มอาชีพชุมชน โดยเป็น การวิจัยร่วมกันระหว่างผู้ศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาชุมชน และกลุ่มอาชีพชุมชนมีส่วนร่วมในการวิจัยทุกขั้นตอนตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมทำร่วมตรวจสอบ และร่วมรับประโยชน์ควบคู่ไปกับกระบวนการ เรียนรู้ของชุมชนโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (People-Centered Development) และแก้ปัญหาโดยใช้กระบวนการเรียนรู้ (Problem-Learning Process) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการวางแผนพัฒนากลุ่มอาชีพชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงต่อไป
3. ควรมีการศึกษาการประเมินผลการจัดตั้งกลุ่มอาชีพที่ องค์การภาครัฐสนับสนุนระหว่างเขตเมืองและเขตชนบทว่ามี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด
4. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงนวัตกรรม (โดยเฉพาะเชิง พาณิชย์) ที่มีแนวโน้มในการพัฒนาให้เป็น ผลิตภัณฑ์สำคัญเชิง พาณิชย์ประจำจังหวัด
5. ควรทำการศึกษาด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่ง เงินทุนหมุนเวียนภายในชุมชนเพื่อนำไปสู่การลดการพึ่งพาแหล่งทุน จากภายนอกตลอดจนเป็นการสนับสนุนการช่วยเหลือกันของคนใน ชุมชนที่จะนำไปสู่การพึ่งตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่องแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา บ้านห้วยยาง ตำบล เมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วง ไปด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยนี้ และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ



ห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ที่ให้การสนับสนุน ข้อมูลประกอบรายงานวิจัยและส่งผลให้งานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินการได้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] Soawaluck Kongkachuichay et al. [2013]. **Alternative : Making handbag from kamar band for OTOP . Research report** .Bankok : Rajamangala University of Technology Phranakon.
- [2] Phawadee Thakairat and Jittimapalask. [2016]. **The Way of Strengthening The Management of OTOP Production Group : Case Study, Souvenir Producer Group from Pohkrasang Village, Pohkrasang Sub-District, Khunhan District, Sisaket Province. .** Research report :Sisaket. Sisaket Rajabhat University.
- [3] Parichat Kunpluem. [2017]. A Development of Knoledge Management Process For Local Wisdom: A Case Study of Eastern OTOP Groups.in. **Journal of Politics, Administration and Law**, 9 [3]. September-December,2017.
- [4] Phathamon Boonyarasai.[2017]. **Key Success Factors of Thai OTOP. Business Administration**. Thesis . School of Management, Chiangmai. Mae FahLuang University.
- [5] Tantiga Samsan.[2009].**Onetumbon One Product (OTOP) Village Model For Tourism: acase study of Donluang Village Maerang Municipality Pasang DistrictLamphun Province**. Thesis. Department of Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, KhonKaen : KhonKaen University.
- [6] Nathayoo Teebchan. [2014]. **The Linking To The One Tambon One Product For Tourism at Dan Kwain Nakhon Ratchasima Province. reserch report of of Education Program in Development Education Department of Education Foundations Graduate School**. Bangkok. Silpakorn University.
- [7] Sujitra Jongpho. [2007]. **Business operations of producer groups of One Tambon One Product in Ubon Ratchathani. Business operations of producer groups One Tambon One Product in UbonRatchathani**. Thesis Master of Arts Social Sciences For development. UbonRatchathani : UbonRatchathani Rajabhat University
- [8] Sumalee Santipolwoot and Sommai Udomwithit. [2011]. Development guidelines for OTOP in the area Central Region. In **Area Based Development Research Journal**, 1[1],Bangkok : The Thailand Research Fund [TRF].
- [9] Nuttayalam-Khongand Danucha Saleewong. [2016]. Current Demand and Expectations of OTOP Production and Distribution on Electronic Market. In **RMUTT Global Business and Economics Review**, (1)11. Faculty of Business Administration.Pathumthani : Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- [10] KritsanaDararuang. [2016]. Development of Product and Market Strategy for Ban Kao Lame Community Enterprise, Nakhonsawan Province. In **Modern management Journal**,14(2). School of management Science. Nonthaburi. Sukhothai Thammathirat Open University.
- [11] Wannap humputtaphum. [2015]. OTOP TO AEC. In. Western University Research Journal of Humanities and Social Science.1 Pathumthani : Western University