

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ค้นคว้า รวบรวมแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท
- 2.2 องค์การบริหารส่วนตำบล
- 2.3 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท

ความหมายและสาระสำคัญของบทบาทมี ดังนี้

1. บทบาทเป็นสิ่งที่บุคคลในสถานภาพต่างๆ พึงกระทำตามหน้าที่ที่สังคมได้กำหนดไว้

สุชา และสุรงค์ (2520 : 26) อธิบายความหมายของบทบาทได้ว่า “บทบาทมีความหมายใกล้เคียงกับสถานภาพมาก บทบาทเป็นสิ่งที่บุคคลในสถานภาพต่างๆ พึงกระทำนั้น คือ เมื่อสังคมกำหนดสิทธิและหน้าที่ให้สถานภาพใดครอย่างใดแล้วบุคคลในสถานภาพนั้นๆจะต้องประพฤติปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้” อุทัย (2526 : 197) ได้กล่าวถึงบทบาทว่าเป็นหน้าที่ (Function) หรือพฤติกรรมอันพึงคาดหมาย (Expected Behavior) ของบุคคลแต่ละคน ในกลุ่มหรือสังคมหนึ่งๆ หน้าที่หรือพฤติกรรมดังกล่าวโดยปกติเป็นสิ่งที่กลุ่มหรือสังคม หรือวัฒนธรรมของกลุ่มหรือสังคม กำหนดขึ้น ดังนั้นบทบาทจึงเป็นแบบแห่งพฤติกรรมในสถานภาพหนึ่งๆ ที่พึงมีต่อบุคคลอื่นๆ ในอีกสถานภาพหนึ่งในสังคมเดียวกัน พัทยา (2529 : 57-59) กล่าวว่า บทบาทคือขอบเขตอำนาจหน้าที่และสิทธิในการกระทำตามบทบาทของแต่ละงานที่เรามีต่อผู้อื่น และบทบาทต่างๆ ของบุคคลทางสังคมนั้นมีขึ้นเพราะสังคมร่วมกันกำหนดบทบาทไว้ด้วยวิธีการต่างๆ ที่ไม่ใช่กฎหมายหรือข้อบังคับเป็นลายลักษณ์อักษรเสมอไป แต่ต้องอาศัยความต้องการและการยอมรับร่วมกัน ความหมายอาจจะเปลี่ยนได้ตามกาลเวลาและความพอใจของผู้ร่วมใช้

2. บทบาทเป็นแบบแผน ความต้องการ ความเชื่อถือ และการกระทำที่สมาชิกในสังคมคาดหวังว่าควรจะเป็นไปตามลักษณะของชนิดตำแหน่งที่อยู่ หรืออาจกล่าวได้สั้นๆ ว่า บทบาทคือ พฤติกรรมที่คาดหวังว่าบุคคลที่อยู่ในสถานภาพนั้นควรจะทำหรือปฏิบัติเช่น บทบาทของพ่อก็คือทำหน้าที่เลี้ยงดูให้ลูกเป็นคนดี แลรู้จักทำมาหากิน เป็นต้น ทศนิยม (2533 : 66)

สมาคมส่งเสริมการเกษตรแห่งประเทศไทย (2539 : 6) อ้างใน Levinson ซึ่งได้สรุปความหมายของบทบาทไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. บทบาทหมายถึง ความมุ่งหวัง ข้อห้าม ความรับผิดชอบและอื่นๆ ที่มีลักษณะในตนเองเดียวกัน ซึ่งผูกพันอยู่กับตำแหน่งทางสังคมที่กำหนดให้บทบาทตามความหมายนี้ คำนึงถึงตัวบุคคลน้อยที่สุด แต่มุ่งไปถึงการบ่งชี้ถึงหน้าที่ที่ควรกระทำ
 2. บทบาทหมายถึง ความเป็นไปของบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งที่คิด และกระทำเมื่อดำรงตำแหน่งนั้นๆ
 3. บทบาทหมายถึง การกระทำของบุคคลแต่ละคนที่กระทำ โดยให้สัมพันธ์กับโครงสร้างสังคมหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือแนวทางอันบุคคลพึงกระทำเมื่อตนดำรงตำแหน่งอื่นๆ
3. บทบาทของบุคคลแต่ละวัยจะเปลี่ยนไปตามบรรทัดฐานของสังคม
- นอกจากนี้บทบาทยังหมายถึง บุคคลแต่ละวัยมีบทบาทเปลี่ยนไปตามบรรทัดฐานของสังคม รวมถึงบุคลิกภาพและประสบการณ์ของบุคคล และได้สรุปว่าบทบาทที่แตกต่างกันนั้นมีแนวโน้มที่เป็นแบบแผนสังเกตได้ เรียกว่า “Pattern variables” จานงศ์ (2540 : 37)

บางครั้งคำว่าบทบาท (role) อาจมีบทบาทมากมายสลับซับซ้อนหลายบทบาท บทบาทของบุคคลในสังคมย่อมขึ้นอยู่กับสถานภาพที่ตนประจำอยู่ เพราะสถานภาพกับบทบาทเป็นสิ่งที่แยกออกจากกันไม่ได้ เสมือนหนึ่งคนละด้านของเหรียญบาท ทั้งนี้เพราะเมื่อสถานภาพเป็นที่รวมแห่งสิทธิและหน้าที่แล้ว บทบาทก็เป็นลักษณะที่เคลื่อนไหว (Dynamic) ของสถานภาพ คือการใช้สิทธิและหน้าที่ให้บังเกิดผลนั่นเอง

สรุปแล้วคำว่าบทบาท หมายถึง สถานภาพ หน้าที่ของแต่ละบุคคลที่สังคมได้คาดหวังไว้ให้บุคคลนั้นรับผิดชอบในตำแหน่งต่างๆ ของสังคม รวมถึงการรับรู้ เข้าใจของแต่ละบุคคลว่าควรประพฤติ ปฏิบัติอย่างไร เมื่อดำรงตำแหน่งนั้นๆ โดยบทบาทที่แสดงอยู่จริงนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น แต่ก็มีแนวทางที่เป็นมาตรฐานให้กระทำอยู่ในขอบเขตที่สังคมยอมรับได้

2.2 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

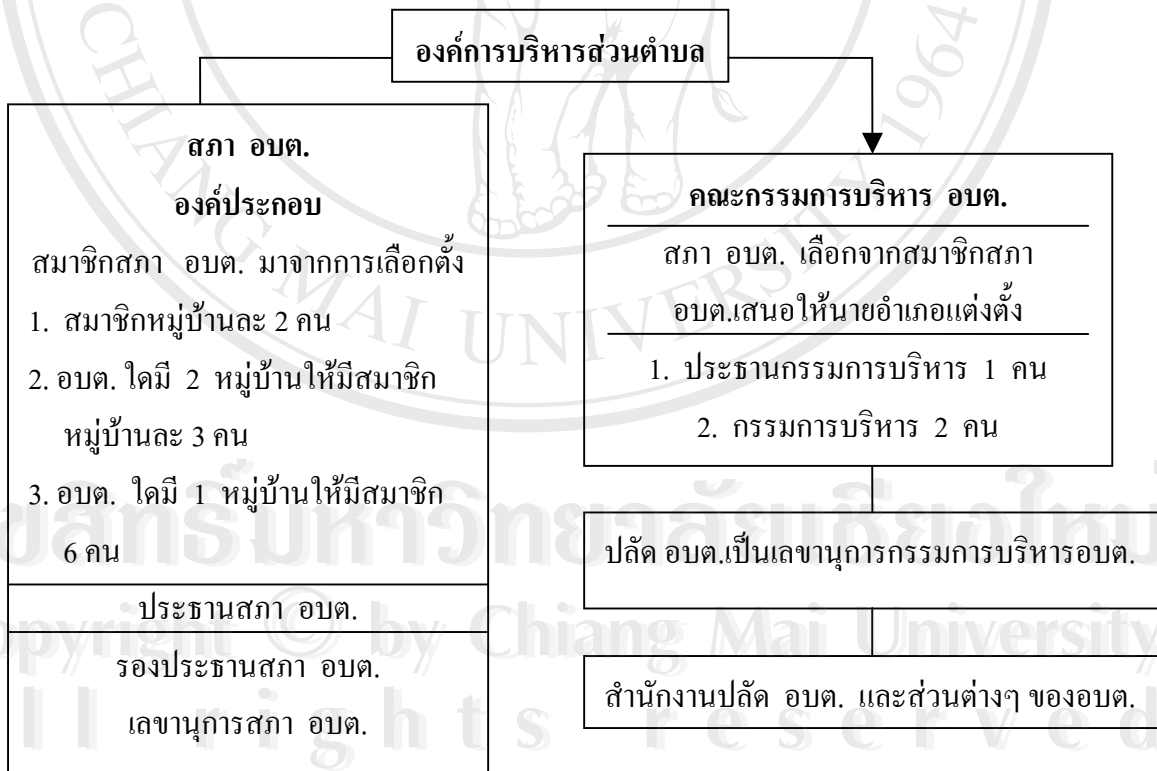
(1) ความหมาย

องค์การบริหารส่วนตำบลหรือ อบต. หมายถึง หน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีฐานะเป็นนิติบุคคลและราชการส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2538

โครงสร้าง

องค์การบริหารส่วนตำบล มีโครงสร้างคล้ายกับเทศบาล ที่มีทั้งฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลประกอบด้วย

1. สภาองค์การบริหารส่วนตำบล
2. คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล



แผนภาพที่ 1 : โครงสร้างและอำนาจหน้าที่ อบต. ตามพ.ร.บ. สภาตำบลและอบต. พ.ศ.2537
แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542

(2) อำนาจหน้าที่ของสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

สภาองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาตำบลเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบล
2. พิจารณาและให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับตำบลร่างข้อบังคับงบประมาณรายจ่ายประจำปี และร่างข้อบังคับงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม
3. ควบคุมการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายและแผนพัฒนาตำบล (1) และกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของทางราชการ

(3) อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล

คณะกรรมการบริหารมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. บริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบลให้เป็นไปตามมติข้อบังคับและแผนพัฒนาตำบลและรับผิดชอบการบริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบล
2. จัดทำแผนพัฒนาตำบลและงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อเสนอให้สภาองค์การบริหารส่วนตำบลพิจารณาให้ความเห็นชอบ
3. รายงานผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายเงินให้สภาองค์การบริหารส่วนตำบลทราบอย่างน้อยปีละสองครั้ง
4. ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ทางราชการมอบหมาย

(4) อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และมีบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในกฎหมาย โดยบัญญัติหน้าที่ที่ ๑๖๖๓. จะต้องทำดังนี้

1. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก
2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดินและที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
3. ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ
4. ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
5. ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ

7. คุ้มครอง คูแฉ และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย

นอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดให้ อบต. ที่มีความสามารถ มีศักยภาพเพียงพอ อาจจัดทำ
กิจการในเขต อบต. อีกจำนวน 13 ข้อ ดังนี้

1. ให้น้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคและการเกษตร
2. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
3. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
4. ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะ
5. ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์
6. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
7. บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร
8. การคุ้มครองดูแลและรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน
9. หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล
10. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม
11. กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
12. การท่องเที่ยว
13. การผังเมือง

อำนาจหน้าที่ของ อบต. ที่กล่าวมานั้นไม่เป็นการตัดอำนาจหน้าที่ของกระทรวง ทบวง
กรมหรือองค์การ หรือหน่วยงานของรัฐ ในอันที่จะดำเนินกิจการใดเพื่อประโยชน์ของประชาชน
ในตำบลแต่ต้องแจ้งให้ อบต. ทราบล่วงหน้าตามสมควร ในกรณีนี้หาก อบต. มีความเห็นเกี่ยวกับ
การดำเนินกิจการดังกล่าว ให้กระทรวง ทบวง กรม องค์การ หรือหน่วยงานของรัฐนำความเห็นของ
อบต. ไปประกอบการพิจารณาดำเนินกิจการนั้นด้วย (โกวิท, 2544)

(5) บทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

1. การส่งเสริมศักยภาพเครือข่าย/กลุ่ม/องค์กรในชุมชน ได้แก่

1.1) กลุ่มองค์กรเครือข่ายการผลิต ได้แก่ กลุ่มการผลิต การแปรรูปผลิต กลุ่มการบรรจุภัณฑ์/ออกแบบการผลิต กลุ่มเกษตรกร กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มธนาคารโค กระบือ ฯลฯ

1.2) กลุ่มองค์กรเครือข่ายกองทุนของชุมชน ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตและเครือข่าย กลุ่มสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์รูปแบบต่าง ๆ กลุ่มลูกค้า ชกส. กลุ่มลูกค้าสหกรณ์การตลาด (สกต.)

1.3) กลุ่ม/องค์กรเครือข่ายสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ได้แก่ ชมรมอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม กลุ่มรักป่าชุมชน กลุ่มรักน้ำไทย กองทุนกลุ่มสตรี เด็กและเยาวชน

1.4) กลุ่มองค์กรเครือข่ายทางด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ชมรมผู้รักป่า ชมรมอนุรักษ์น้ำ ชมรมเครือข่ายศูนย์เรียนรู้ชุมชน

1.5) กลุ่มองค์กรเครือข่ายที่ทำหน้าที่ด้านการบริหารการสวัสดิการชุมชน ได้แก่ ชมรมอาสาพัฒนาชุมชน ชมรมผู้นำอาชีพก้าวหน้า คณะกรรมการพัฒนาสตรีระดับต่าง ๆ

2 ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพ และการตลาดผลิตผล/หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.1) การผลิต ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุหีบห่อ การขอทะเบียนอาหารและยา (อย.) การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม การแปรรูปทำพายกรในชุมชน การผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

2.2) การตลาด ภายในและภายนอกชุมชน ได้แก่ ตลาดนัดชุมชน ตลาดค้าย่อย ตลาดค้าปลีก ตลาดค้าส่ง ศูนย์สาธิตการตลาด และเครือข่ายชุมชน

2.3) การส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศ และการวางแผนเศรษฐกิจชุมชน โดยจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศ ดังนี้

- 1) ข้อมูลหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2) ข้อมูลองค์กรหรือเครือข่ายชุมชน
- 3) ข้อมูลเครือข่ายแหล่งทุนของหน่วยงานต่างๆในชุมชน
- 4) ข้อมูลการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภค
- 5) ข้อมูลด้านการผลิตและการตลาด
- 6) ข้อมูลเครื่องมือ วัสดุเทคโนโลยีเครื่องใช้ที่เหมาะสม

7) ข้อมูลแหล่งการขนส่งและแหล่งตลาดภายนอก

8) ข้อมูลภาคธุรกิจเอกชนจากภายนอกที่เกี่ยวข้อง

2.4) สนับสนุนการรับช่วงการบริการของ อดต.แก่กลุ่มองค์กรชุมชนให้บริหารจัดการแทนอดต.

1) สนับสนุนการฝึกอบรมบริหารจัดการกิจกรรมชุมชน

1. คณะกรรมการกลุ่ม/เครือข่าย/ชุมชน

2. การสัมมนาด้านการตลาด ร้านค้า ศูนย์สาธิตการตลาดฯลฯ

3. การฝึกอบรมจัดทำระบบบัญชีสำหรับกลุ่มอาชีพรายย่อย

2) สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการของกลุ่ม/องค์กรชุมชน

3) สนับสนุน / อุดหนุนงบประมาณ / วิชาการในแต่ละกิจกรรมของชุมชน

2.5) ประสานและแสวงหาแหล่งทุนจากภายนอก เพื่อมาสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม / องค์กรเครือข่ายในชุมชน

1) ทุนภาครัฐ ได้แก่ ทุนพัฒนาฝีมือแรงงาน กองทุนพัฒนาสหกรณ์ กองทุนเวชภัณฑ์ยา (สช.) องค์กรตลาดกลาง (อดค.)

2) ทุนภาคองค์กรเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัด สโมสรโรตารี สโมสรไลออนส์ สภาอุตสาหกรรม

2.6) ประสานและแสวงหาแหล่งวิชา/ประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมสนับสนุนกิจกรรมกลุ่ม / องค์กรเครือข่ายในการดำเนินงานเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เช่น วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยี วิทยาลัยอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยในภูมิภาค เป็นต้น

(6) แนวทางการสนับสนุนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งขององค์การบริหารส่วนตำบล

แนวทางการสนับสนุนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งขององค์การบริหารส่วนตำบลมีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสามารถพึ่งตนเองและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เน้นความต้องการของชุมชนเป็นหลักในการดำเนินงาน โดยมีแนวทางส่งเสริมและสนับสนุน ดังนี้

1. การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียง “ทฤษฎีใหม่” ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้แก่

1.1 การเตรียมความพร้อมกลุ่ม/องค์กร เป็นเวทีการเรียนรู้ในชุมชน

1.2 การสนับสนุนงบประมาณ (บางส่วน) ในกิจกรรมต่างๆ เช่น พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การขุดสระเก็บน้ำ การสนับสนุนทุนหมุนเวียน การปรับปรุงสภาพโรงเรียน/อาคาร การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์เทคโนโลยีที่จำเป็น วิทยากรให้ความรู้ การจัดทำแปลงสาธิต “ทฤษฎีใหม่” เพื่อการเรียนรู้ ฯลฯ

2. การสนับสนุนในการเพิ่มศักยภาพของผู้นำ และสมาชิกกลุ่ม/องค์กรเครือข่ายในชุมชน เช่น

2.1 การจัดเวทีเครือข่ายองค์กรชุมชนในด้านเศรษฐกิจชุมชน

2.2 การฝึกอบรมและพัฒนาผู้นำ/กลุ่มอาชีพ

2.3 การส่งเสริมเครือข่ายองค์กรชุมชนที่หลากหลายด้าน

2.4 สนับสนุนนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ

2.5 จัดพิมพ์ข้อมูล ข่าวสาร ข่าวความรู้ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในเรื่องเศรษฐกิจชุมชน

3. การส่งเสริมสนับสนุนการแปรรูปผลผลิตและการตลาด เช่น

3.1 จัดทำแผนการส่งเสริมธุรกิจชุมชน

3.2 ปักจี้การผลิต เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีต่างๆ

3.3 สนับสนุนทุนหมุนเวียนให้แก่กลุ่ม/เครือข่าย

3.4 ส่งเสริมการฝึกอบรม การบริหารจัดการทางธุรกิจและด้านอื่นๆ

3.5 การส่งเสริมเงินอุดหนุนการสาธิตทดลองการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

3.6 จัดพิมพ์ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

4. ส่งเสริมการร่วมทุนเชิงพาณิชย์กับสหกรณ์ประเภทต่างๆ และภาคธุรกิจเอกชน เพื่อสนองนโยบายเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองและหารายได้ให้แก่ อบต. เอง เช่น

4.1 การจัดสร้างตลาดครบวงจร

4.2 การก่อสร้างศูนย์กระจายสินค้าอุปโภคและบริโภคและผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.3 การจัดตั้งโรงงานแปรรูปผลผลิตการเกษตรประเภทต่างๆ ในชุมชน

4.4 การส่งเสริมให้โรงเรียนหรือวัดเป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนเป็นแหล่งแปรรูป การตลาด การรวบรวมภูมิปัญญาประเภทต่างๆ และเป็นแหล่งรวมทุนเพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชนนั้น

4.5 ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น ตรา อย. ตราฮาราล และระบบบาร์โค้ด เป็นต้น

4.6 ส่งเสริมความเชื่อมโยง 4 ประสาน คือ อบต. ภาคธุรกิจเอกชน เครือข่ายชุมชนและสหกรณ์ฯ ประเภทต่างๆ จัดมหกรรมการตลาด ระหว่างอำเภอ จังหวัด และภูมิภาค

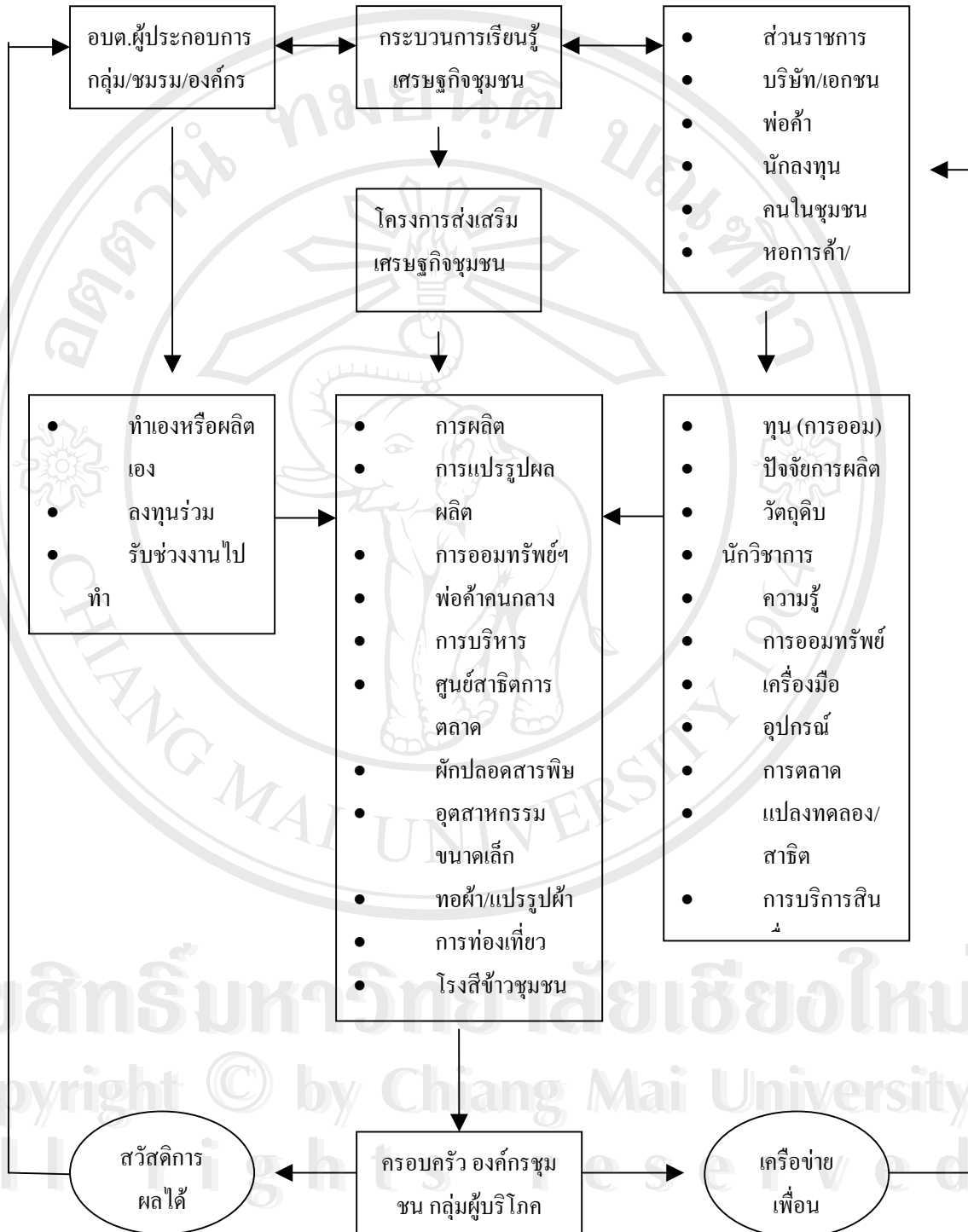
(7) การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งแก่เครือข่ายองค์กรชุมชน

เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ “ทฤษฎีใหม่” เริ่มต้นจากการ “พอมีพอกิน” เป็นวิธีการที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดของชุมชนระดับรากแก้วและเกษตรกรรายย่อย เมื่อผลิตเพียงพอต่อการบริโภค ผลผลิตที่เหลือสามารถนำไปแลกเปลี่ยนกับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรด้วยกัน ที่มีผลผลิตที่แตกต่างออกไป ทำให้ลดการใช้จ่ายจึงมีเงินเหลือเก็บเป็นรายได้ และผลผลิตที่มีมากก็ยกระดับคุณภาพให้ได้มาตรฐานเพื่อดำเนินการส่งออกไปขายภายนอกชุมชน ร่วมกับภาคีภาคธุรกิจเอกชนต่างๆ นับว่าเป็นความเชื่อมโยง เกื้อกูลช่วยเหลือกันของคนทุกกลุ่มเป้าหมายในสังคมก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคีระหว่างกันอย่างมีคุณค่าทางจิตใจมากมายเหลือคณานับ

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นซึ่งมีหน้าที่ ส่งเสริม สนับสนุน ประสานงาน และปฏิบัติการเพื่อให้เกิดกลไกการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (แผนภาพที่ 2) แก่กลุ่มอาชีพรายย่อยสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มองค์กรเครือข่ายอื่นๆ กลุ่มผู้ผลิตควรลงทุนร่วมกันภายในกลุ่มผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์การบริหารส่วนตำบลจะประสานส่วนราชการ ภาคธุรกิจเอกชน นักลงทุน หอการค้า สถาบันอื่นๆ ในการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนทางด้านเงินทุน การบริการสินเชื่อ ปัจจัยการผลิต วัตถุดิบ อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย การตลาดรวมถึงการอบรมโดยนักวิชาการหรือผู้มีความชำนาญเฉพาะด้านแก่ผู้ผลิตด้วย

โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้นจะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิต การออมทรัพย์ การท่องเที่ยว การผลิตผักปลอดสารพิษและการแพทย์แผนโบราณ สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่นการทอผ้า แปรรูปผ้าและการแปรรูปสมุนไพร เป็นต้น รวมถึงจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด โรงเรียนชาวนาชุมชน เพื่อให้ครอบครัวองค์กรเครือข่ายชุมชน และผู้บริโภคภายในและภายนอกชุมชนได้มีมาตรฐานคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเครือข่ายเพื่อน ภายนอกชุมชนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ อุ่มชู ช่วยเหลือ และแบ่งปันมิตรไมตรีต่อกันเพื่อสันติสุขและความสามัคคีในชุมชน ส่งผลถึงความเข้มแข็งของชุมชนและความยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบล (โกวิทย์, 2546)

กลไกการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน



แผนภาพที่ 2 : กลไกการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (โกวิทย์, 2546)

2.3 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

(1) นโยบายของรัฐบาล

นโยบายของรัฐบาลในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แถลงต่อรัฐสภาและระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ.2544 เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่นเป็นหลัก
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และขีดความสามารถของบุคลากรในชุมชน
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

(2) แนวคิดโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ที่ตลาดรองรับและเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

2. ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

(3) หลักการพื้นฐานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ (กระทรวงมหาดไทย, 2544) คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล

2.พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพท้องถิ่น

3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูมฟักให้ประชาชนผู้ชีวิตด้วยความทำทนายและมีความคิดสร้างสรรค์

(4) ปรัชญาการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในช่วงที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีการกำหนดแผนงาน โครงการ กิจกรรมเพื่อให้การสนับสนุนแก่ชุมชน และกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ ในพื้นที่แต่ก็เกินไปในลักษณะต่างคน ต่างทำ และคิดแบบแยกส่วน ส่งผลให้การพัฒนาไม่มีประสิทธิภาพไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และไม่สามารถเพิ่มรายได้แก่ราษฎรอย่างแท้จริงเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว จังหวัดได้ระดมความคิดจากภาคราชการ ภาคเอกชน นักวิชาการ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานสร้างความเป็นกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ เพื่อร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัด โดยยึดปรัชญาในการดำเนินการประกอบด้วย

1. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในลักษณะการต่อยอดของเดิมที่มีอยู่แล้วอย่างมากมายในพื้นที่
2. พัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น
3. ดำเนินการพัฒนาแบบครบวงจรตั้งแต่ การวางแผนโครงการ งบประมาณของภาครัฐ และเอกชน รวมถึงการจัดหาวัตถุดิบการผลิต การแปรรูป การรับรองคุณภาพและการตลาด
4. เป้าหมายสุดท้ายคือ ความยั่งยืนของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

(5) แผนแม่บท “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดเชียงใหม่

เพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด (นตผ.จังหวัด) จึงได้จัดทำแผนแม่บท “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ของจังหวัดเชียงใหม่ขึ้น โดยเป็นแผนระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ.2545-2549) ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และงบประมาณให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

วิสัยทัศน์

ภายในปี พ.ศ.2549 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเชียงใหม่จะมีเอกลักษณ์ได้มาตรฐานระดับสากล ภายใต้การดำเนินการของชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน

พันธกิจหรือภารกิจ

1. **พันธกิจมีเอกลักษณ์** โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนเลือกที่จะผลิตสินค้าตามความถนัด และศักยภาพของแต่ละชุมชน นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษรวมทั้งวิถีชีวิต ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาต่อยอด และประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

2. **พันธกิจมาตรฐานระดับสากล** แต่ละชุมชนมีการผลิตสินค้าโดยใช้ความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มและได้รับการรับรองคุณภาพและการยอมรับจากตลาดทั้งในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. **พันธกิจชุมชนเข้มแข็ง** ชุมชนมีความคิดริเริ่มที่จะช่วยเหลือตนเองก่อนสมาชิกให้ความร่วมมือ คำแนะนำและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีเป้าหมายในทิศทางเดียวกัน มีการสร้างเครือข่ายชุมชนในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. **พันธกิจพัฒนายั่งยืน** มีการผลิตที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างระมัดระวัง มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลภาวะทางดิน น้ำ และอากาศ อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนา มีการสืบทอดภูมิปัญญาไปยังรุ่นต่อๆ ไป

เป้าหมายในการพัฒนาในภาพรวม

จังหวัดเชียงใหม่มีกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 263 กลุ่ม จาก 22 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 204 ตำบล ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในระยะ 4 ปี (พ.ศ.2546-2549) ให้ทุกตำบลในจังหวัด (204 ตำบล) มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาครบทุกตำบล โดยแบ่งเป็นเป้าหมายรายปี ปีละ 51 ผลิตภัณฑ์

ตาราง 1 เป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในระยะ 4 ปี (พ.ศ.2546-2549)

ปี	2546	2547	2548	2549
เป้าหมายรายปี	51	51	51	51
ยอดสะสม	51	102	103	204

ยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีหลากหลายในพื้นที่
2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ การมีตราสัญลักษณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การรับรองคุณภาพในระดับสากล
3. ส่งเสริมการตลาดในทุกระดับ เพื่อกระจายสินค้าสู่มือผู้บริโภคในตลาดต่าง ๆ รวมทั้งสร้างเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต
4. ส่งเสริมให้เขตเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาค และเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ
5. ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยให้สมาชิกรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายในการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
6. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบครบวงจร ทั้งของภาครัฐและเอกชน เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การแปรรูป การรับรองคุณภาพ และการตลาด
7. ส่งเสริมการผลิตโดยการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เน้นการผลิตสินค้าธรรมชาติ ปลอดภัย

(6) แผนงานหลักการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่

แผนงานหลักประกอบด้วย 10 แผนงาน (กระทรวงมหาดไทย, 2546) ดังนี้

1. แผนงานส่งเสริมกระบวนการประชาคม (หน่วยงานหลัก: พัฒนาการจังหวัด ที่ทำการปกครองจังหวัด คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอ/กิ่งอำเภอ)

โครงการ / กิจกรรม

1. การสร้างทีมวิทยากรระดับจังหวัด / อำเภอ เพื่อถ่ายทอดแนวความคิดการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด และประสานเตรียมความพร้อมของกลุ่มและชุมชนในการดำเนินการตามแนวทางของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด
2. จัดเวทีเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ประชาคมตำบลในการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด
3. จัดเวทีประชาคมกลุ่มผู้ผลิตตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่
4. สัมมนาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เครือข่ายกลุ่มอาชีพ

5. ประชุมเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการเครือข่ายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงาน
6. จัดทำระบบข้อมูลพื้นฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด สภาพปัญหาและความต้องการขอรับการสนับสนุนด้านต่างๆ

2. แผนงานกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ (หน่วยงานหลัก: คณะทำงานดำเนินการมาตรฐาน และหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์)

โครงการ / กิจกรรม

1. สัมมนาชี้แจงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์
2. ตรวจสอบและกลั่นกรองผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มเป้าหมาย
3. พิจารณาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์
4. บริหาร โครงการ

3. แผนงานส่งเสริมการผลิตและปัจจัยการผลิต (หน่วยงานหลัก: คณะทำงานส่งเสริมการผลิตและปัจจัยการผลิต ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1)

โครงการ / กิจกรรม

1. การส่งเสริมการใช้ปัจจัยการผลิตในท้องถิ่น
2. การส่งเสริมการผลิตและการแปรรูป
3. การสร้างองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต
4. **แผนงานส่งเสริมการตลาด** (หน่วยงานหลัก: คณะทำงานส่งเสริมการตลาด)

โครงการ / กิจกรรม

1. การจัดทำแผนส่งเสริมการตลาด
2. การสนับสนุนตลาดผลิตภัณฑ์ภูมิภาค
3. การส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยในส่วนภูมิภาค
4. การเสริมสร้างนักการตลาดให้ชุมชนในภูมิภาค
5. การวิจัยตลาดเพื่อพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

5. แผนงานส่งเสริมการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิต (หน่วยงาน: คณะทำงานการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี)

โครงการ / กิจกรรม

1. การวิจัยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
2. การวิจัยพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิต
3. การวิจัยพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์สู่สากล

4. การสร้างเครือข่ายในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการบริหารจัดการให้กับชุมชน

6. แผนงานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (หน่วยงานหลัก:สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ภาคเหนือ)

โครงการ / กิจกรรม

1. การจัดทำฐานข้อมูลในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. การจัดทำเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและผลิตภัณฑ์
3. การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรระดับตำบล
4. การพัฒนาระบบการค้าขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
7. แผนงานสนับสนุนแหล่งเงินทุน (หน่วยงานหลัก:คณะทำงานฝ่ายส่งเสริมการลงทุน)

โครงการ / กิจกรรม

1. การจัดเวทีเสวนาการเขียนแผนธุรกิจ ระหว่างคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดกับสถาบันการเงิน
2. การอบรมการเขียนแผนธุรกิจให้กับกลุ่มผู้ผลิต เพื่อเสนอขอการสนับสนุนสินเชื่อต่อสถาบันการเงิน
8. แผนงานส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม และโบราณสถาน(หน่วยงานหลัก:การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1)

โครงการ / กิจกรรม

1. การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน
2. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
3. การทดสอบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
4. การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
5. การส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยว

9. แผนงานประชาสัมพันธ์ (หน่วยงานหลัก:คณะทำงานฝ่ายประชาสัมพันธ์)

โครงการ / กิจกรรม

1. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ปรัชญา โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดีเด่น และผลการดำเนินงานของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด
2. การฝึกอบรมบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มผู้ผลิต และอบรมเพิ่มศักยภาพด้านความรู้เรื่องหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แก่เครือข่ายอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน
3. การอำนวยความสะดวกด้านการประชาสัมพันธ์

10. แผนงานติดตามประเมินผล (หน่วยงานหลัก:คณะทำงานติดตามประเมินผล)

โครงการ / กิจกรรม

1. การพัฒนากระบวนการและระบบการติดตามประเมินผลการทำงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อติดตามประเมินผลและรายงาน

(7) กลไกการดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ได้จัดกลไกในการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คณะ ประกอบด้วยภาคข้าราชการ ภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิรวมจำนวน 48 คน โดยมีผู้ว่าราชการเชียงใหม่เป็นประธาน คณะอนุกรรมการและพัฒนากิจการจังหวัดเชียงใหม่เป็นเลขานุการคณะอนุกรรมการ
2. คณะทำงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 คณะ ประกอบด้วย
 - 2.1 คณะทำงานประสานแผนงานและงบประมาณ
 - 2.2 คณะทำงานส่งเสริมการผลิตและปัจจัยการผลิต
 - 2.3 คณะทำงานส่งเสริมการตลาด
 - 2.4 คณะทำงานการดำเนินการมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์
 - 2.5 คณะทำงานวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี
 - 2.6 คณะทำงานฝ่ายประชาสัมพันธ์
 - 2.7 คณะทำงานติดตามประเมินผล
 - 2.8 คณะทำงานฝ่ายส่งเสริมการลงทุน
 - 2.9 คณะทำงานเลขานุการอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่

(8) แนวคิดโครงการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยจังหวัดเชียงใหม่

โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP Product Champion มีวัตถุประสงค์หลักที่จะเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในระดับฐานราก ได้มีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน เพื่อให้มีศักยภาพสามารถส่งออกจำหน่ายในตลาดสากลได้ ซึ่งเป็นนโยบายที่คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือ กอ.นตผ. โดยเฉพาะ ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ ในฐานะประธาน กอ.นตผ. ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

กระทรวงมหาดไทย ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นเจ้าภาพในการคัดสรรในระดับจังหวัดและระดับภาค จึงให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ผู้ว่าราชการจังหวัดในฐานะประธานอนุกรรมการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด จึงต้องดำเนินการด้วยความจริงจัง ในงานคัดสรร OTOP Product Champion ดังกล่าว ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (กระทรวงมหาดไทย, 2546)

(9) กรอบในการคัดสรรสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศ

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity)
2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
3. ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Satisfaction)
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

(10) ประเภทสินค้าที่คัดสรร (Product Classification) แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภคหรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบ สำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก พริกแห้ง เป็นต้น

2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชาละลายและผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร จึงผลสำเร็จรูป ชาใบหม่อน เป็นต้น

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับ ตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น

4. ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักรสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ โตะ เก้าอี้ เป็นต้น

5. ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภคและรักษา เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

(11) หลักเกณฑ์การคัดสรร

ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) ที่จะใช้กับทุกผลิตภัณฑ์และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) โดยในแบบเกณฑ์การคัดสรร จะประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก ข้อมูลทั่วไป

ส่วน ข หลักเกณฑ์ทั่วไป 5 ด้าน (85 คะแนน)

1. ด้านการผลิต (22 คะแนน)
2. ด้านการตลาด (30 คะแนน)
3. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (18 คะแนน)
4. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ (6 คะแนน)
5. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน (9 คะแนน)

ส่วน ค หลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามกลุ่ม 5 กลุ่ม (15 คะแนน)

การจัดระดับสินค้า (Product Level) ตามความสามารถของผู้ผลิต (Supply Side) มี 5 ระดับ คือ

- ระดับ 5 ดาว	คะแนน	90	คะแนน
- ระดับ 4 ดาว	คะแนน	70-89	คะแนน
- ระดับ 3 ดาว	คะแนน	50-69	คะแนน
- ระดับ 2 ดาว	คะแนน	30-49	คะแนน
- ระดับ 1 ดาว	คะแนน	30	คะแนน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านต่างๆ มีดังนี้

1. ความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการปฏิบัติที่ดี

ปทุมรัตน์ (2541) ได้สรุปไว้ว่าการที่บุคคลจะสามารถปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต่องได้นั้น บุคคลจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้นเสียก่อน เพราะความรู้ ความเข้าใจเป็นพื้นฐานของการคิดและไตร่ตรอง ตัดสินใจว่าจะปฏิบัติตามดีหรือไม่ ความรู้จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดผลในด้านการปฏิบัติที่ดี

2. การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลและการสนับสนุนการดำเนินงานจากหน่วยงานราชการ

กาญจนา (2530) ได้ศึกษาการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทโดยผ่านองค์กรช่วยเหลือตนเอง โดยได้สรุปว่าการที่ประชาชนพึ่งตนเองได้นั้นต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาองค์กรชาวบ้านให้มีคุณภาพและปริมาณในลักษณะที่เป็นของชาวบ้านดำเนินการเอง คือ การจัดตั้งองค์กรที่ทำกิจกรรมร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกๆ คนในกลุ่ม กลุ่มต้องมีหลายกิจกรรม มีสมาชิกจำนวนมากและต้องมีการอบรมสมาชิกกลุ่มขนาดเล็ก แต่การดำเนินงานยังมีปัญหาในด้านการใช้เทคโนโลยีการผลิตและจำหน่ายสินค้า จำนวนบุคลากรในการดำเนินงานไม่เพียงพอ และงบประมาณในการสนับสนุนโครงการทั้งหน่วยงานที่ให้การส่งเสริม และกลุ่มอาชีพที่ดำเนินงานตามโครงการ

สุรพล (2531) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ โดยได้สรุปว่ามีปัจจัยหลายประการที่ทำให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จ เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในด้านต่างๆ การได้รับข่าวสาร ความสามารถที่ตอบสนองความต้องการให้แก่สมาชิก และได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เข้มแข็งอันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศที่เข้มแข็งต่อไป

จิตลดา (2543) ได้ศึกษาวิธีการตลาดผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยได้สรุปว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและจัดตลาดในเวลาเดียวกัน หน่วยงานราชการสามารถสนับสนุนงานวิจัยด้านการตลาด เพื่อหาช่องทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ นั่นคือถ้าสินค้าของกลุ่มที่ผ่านการรับรองคุณภาพแล้ว อาจทำให้กลุ่มมีความพร้อมในการจัดจำหน่ายมากขึ้น และทำให้มีโอกาสด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดแก่กลุ่มด้วย

สมเสียร (2543) ได้ศึกษาบทบาทของชุมชนในการจัดการโครงการเศรษฐกิจพอเพียงขององค์การบริหารส่วนตำบลควางฝาย อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา โดยได้สรุปว่าประชากรในชุมชนมีความเห็นว่า ชุมชนที่มีความเป็นอิสระในการจัดการโครงการจากภาครัฐ โดยองค์การบริหารส่วนตำบลหรือภาครัฐได้นำนโยบายมาเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมโดยให้ชุมชนเป็นผู้คิดเอง ทำเอง ผลสำเร็จจึงเกิดกับชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า ใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในรูปแบบต่างๆ ประชาชนจึงมีความเห็นว่าโครงการนี้จะเป็นแนวทางที่สามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชุมชนได้ สิ่งที่สำคัญคือ รัฐจะต้องกำหนดนโยบายให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเสริมสร้างให้ทุกฝ่ายมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานร่วมกัน

3. แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยชุมชนมีส่วนร่วม

เอกวิทย์ (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อการพัฒนาการเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลมีบทบาทต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเกษตรเรื่อง การตัดสินใจ การประเมินผล ประโยชน์จากการพัฒนาการเกษตร และการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และการวางแผนระดับปานกลาง และมีส่วนร่วมระดับน้อยในเรื่องการตัดสินใจวิเคราะห์ปัญหา

กิตติ (2544) ได้ศึกษาแนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งได้สรุปไว้ว่าเป็นแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม ขบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเองเน้นการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับโดยการพึ่งตนเองเป็นหลัก มีการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศความคิดสร้างสรรค์และความปรารถนาที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่สากล พร้อมๆ กับการเน้นท้องถิ่น ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลักให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อที่จะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลกเสริมกับการตลาดในประเทศ

สยาม (2546) ได้ศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพะเยา โดยสรุปไว้ว่าในภาพรวมประชาชนมีทัศนคติทางบวกต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ/การบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะมีแนวทางการดำเนินโครงการที่ชัดเจน มีขั้นตอนการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เป็นรูปธรรม เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ คัดเลือกสินค้าของตน โดยใช้วัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทรัพยากรในการผลิต โดยหน่วยงานของรัฐคอยช่วยเหลือแนะนำด้านการบริหารจัดการ แต่โครงการมีปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนทรัพยากรการบริหารด้านงบประมาณ และไม่สามารถจัดหาบุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงานให้เพียงพอ และยังมีปัญหาในการฝึกอบรม พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ซึ่งในการบริหารนั้นไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชนก็ตาม งานจะไม่สามารถดำเนินไปด้วยดี ถ้าขาดทรัพยากรการบริหารที่เพียงพอและเหมาะสมกับงานนั้นๆ

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

พิระพงษ์ (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสรุปไว้ว่าจากผลการศึกษาการจัดทำระบบบัญชีกลุ่มชุมชนส่วนใหญ่มีการจัดทำ บัญชีกลุ่ม เป็นการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่ายทำให้มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมีผลต่อความพร้อมของกลุ่ม เพราะการทำระบบบัญชีทำให้ทราบความเคลื่อนไหวและข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่ม ดังนั้นรัฐบาลควรจัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้ความรู้ด้านนี้แก่กลุ่มให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ทั้งในด้านกำไร ต้นทุน ผลตอบแทน หรือจุดคุ้มทุนในการผลิตเพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

5. ปัญหาและอุปสรรคขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

อนันต์ (2545) ได้ศึกษาบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่ โดยสรุปไว้ว่าปัญหาและอุปสรรค ทางด้านศักยภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลในระดับมีปัญหา ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคทางด้านระบบการผลิต ด้านระบบการตลาด ด้านประชาชนในพื้นที่ยังไม่ค่อยให้สนใจและด้านงบประมาณจากรัฐบาล และควรมีประสานงานในการจัดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved