



รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ  
Development potential of OTOP the product to ASEAN Buddhist Way



โดย

นางสาวอณิษฐา หาญภักตินิยม

นางสาวศิริขวัญ ปัญญาเรียน

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๐

ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610759097



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ  
Development potential of OTOP the product to ASEAN Buddhist Way

โดย

นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม  
นางสาวศิริขวัญ ปัญญาเรียน  
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
พ.ศ. ๒๕๖๐

ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 610759097

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



## Research Report

Development potential of OTOP the product to ASEAN Buddhist Way



By

Anitta Hanphakdeeniyom

Sirikhuan panyarien

Lampang Buddhist College's

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

B.E. 2560

Research Project Funded by

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 610759097

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย	การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ
ผู้วิจัย	อณิษฐา หาญภักดีนิยม ศิริขวัญ ปัญญาเรียน
ส่วนงาน	วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีงบประมาณ	๒๕๖๐
ทุนอุดหนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

### บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการข้าวแต๋นที่ลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP ได้รับการคัดเลือกสินค้าในระดับ 4-5 ดาว ในจังหวัดลำปาง รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดลำปาง เจ้าหน้าที่หอการค้า เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะสภาพทั่วไปของข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบราดน้ำอ้อย ที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปางด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปาง เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ที่สำคัญ ได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า ซึ่งคุณภาพของสินค้าจะต้องได้รับมาตรฐานหรือการได้รับการรับรองสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาไทยในระดับ 4-5 ดาว เพื่อพัฒนาต่อยอดสู่สากล โดยการพัฒนาสินค้าในกลุ่มนี้ผู้ประกอบการจึงมีบทบาทสำคัญในการรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้า โดยยึดหลักธรรมเอาใจใส่แก่ผู้บริโภค ในเรื่องของความปลอดภัย ความสะอาด และความซื่อสัตย์ตามหลักอิทธิบาท 4 ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา เพื่อเป็นแนวทางในการทำกิจการให้ประสบความสำเร็จอย่างมีคุณภาพจึงมีการเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนี้ 1) เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต 2) ยกกระดับมาตรฐานและการสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ 3) การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ 4) เพิ่มช่องทางการตลาด และ 5) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย แนวทางทั้ง 5 ด้าน จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาสินค้าข้าวแต๋นให้เข้าสู่ตลาดสากลได้อย่างมีคุณภาพได้รับมาตรฐาน

**คำสำคัญ:** พัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP, ตลาดอาเซียน, แนวพุทธ



**Research Title:** Development potential of OTOP the product to ASEAN Buddhist Way

**Researchers:** Anitta Hanphakdeeniyom  
Sirikhuan Panyarien

**Department:** Lampang Buddhist College's  
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

**Fiscal Year:** 2560

**Research Scholarship Sponsor:** Mahachulalongkornrajavidyalaya University

### Abstract

The study on the potential Development of OTOP's product to ASEAN as Buddhism way. 1) To study the generality of Lampang's OTOP products as Buddhism way. 2) To study on the process of development to OTOP product to ASEAN as Buddhism way 3) To presence process of development to OTOP product to ASEAN as Buddhism way.

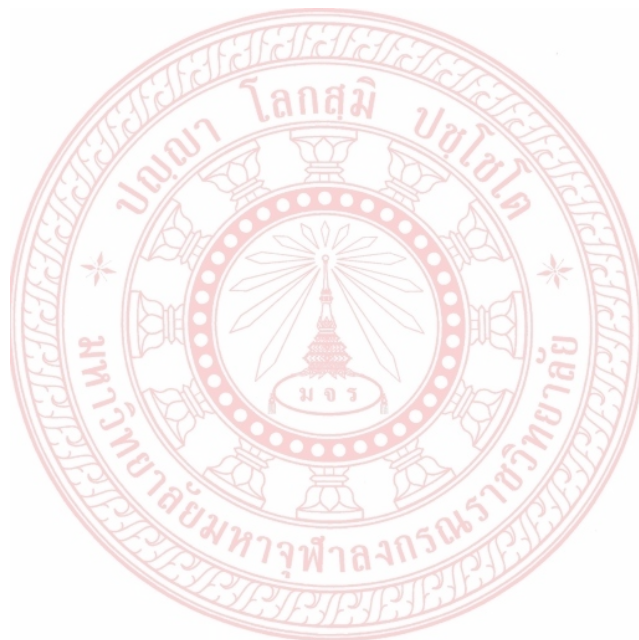
The data collecting based on the interview thus had an accurate structure. Which had been interview 3 groups of significant respondents for responded on the interviewing. Which are consisted of Thai Rice crispy trader whom had registered as OTOP product. Which the product had been selected as 4-5 stars in Lampang. Including the consumers that had selected products for consuming, Personnel Division Community, Lampang Commercial Officer, Chambers of Commerce Officer, Industrial Officer and also Lampang Tourism Authority Organization.

According to the research study had found that the generality characteristics of Thai rice crispy was the deep fried sticky rice which dressed by sauce from sugarcane. Thus, had been produced in Lampang by local residences' knowledge in the province itself. The product is the significant identity that had been nominated as a high quality as Lampang GI. So it could be compared as the local brand that indicated the quality and the origin of product. Which the product's quality must be guaranteed or accepted as OTOP's product. Which had been represented Thailand local knowledge in 4-5 stars, so it had been developed to a worldwide product. The product's development in this group of trader had an important role for maintained the product's quality. Which needed to follow the Dharmic principle for emphasized on consumers in term of safety, Cleanliness and loyalty. Which according to Four Rddhippada are Passion, Diligence, Mind or Consciousness and Investigation. Thus, they are the pathway to make the activities successful in a good quality. So it had

presented the procedure for the development of OTOP's product are; 1) To implement the production's to be more efficiency.

2) Improved the quality and add value to product. 3) To support and providing the knowledge to the traders. 4) Increasing the market channel 5) And to build the strength for all of 5 distribution, and support the development of Thai Rice crispy product to be more worldwide and well-know. Which is presentable in the world market.

**Keyword:** The potential Development of OTOP, product to ASEAN, Buddhism way



## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๐ การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงด้วยความเมตตาอนุเคราะห์จากสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ที่ได้ให้การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติดำเนินการวิจัยตามความชอบและความถนัดของตน ๆ โดยเริ่มจากการสวมหัวใจเป็นนักวิจัยรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มเติมเสริมประสบการณ์ในการทำการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ได้เปิดโอกาสให้อาจารย์ของมหาวิทยาลัยที่สนใจจะทำการวิจัย ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณและอนุโมทนา ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการชาวแต่นในจังหวัดลำปาง คุณศศิลา ม่วงใหม่ หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง นายพิเชษฐ องค์กรศิริวิทยา พัฒนาการอำเภอเกาะคา นางเพชร ถ้ำทอง และนายสำราญ หาญภักตินิยม นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ และ นางอารีย์ เหลือง หิรัญนักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ เจ้าหน้าที่หอการค้าและอาจารย์ศิริขวัญ ปัญญาเรียน อาจารย์สาขาศิลปศาสตร์หลักสูตรการท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ที่ได้กรุณาให้การสัมภาษณ์และช่วยเปิด ปรับ เปลี่ยน มุมมองของงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าที่เกิดจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธต่อไป

อณิษฐา หาญภักตินิยม  
ศิริขวัญ ปัญญาเรียน  
22 ธันวาคม 2560

## สารบัญ

## หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ .....	ง
สารบัญตาราง.....	จ
สารบัญภาพ.....	ฉ
อักษรย่อ .....	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๔
๑.๓ ปัญหาการวิจัย .....	๕
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย .....	๕
๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย .....	๖
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๗
๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	๘
<b>บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>๙</b>
๒.๑ แนวคิดพัฒนาศัภยภาพ .....	๙
๒.๒ แนวคิดพัฒนาเชิงพุทธ.....	๑๓
๒.๓ แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ .....	๒๑
๒.๔ แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.....	๓๐
๒.๕ หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ การผลิตและการตลาด.....	๓๓
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๙
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>๔๕</b>
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๔๕
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	๔๕
๓.๓ เครื่องมือการวิจัย .....	๕๖
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	๕๖
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๕๗

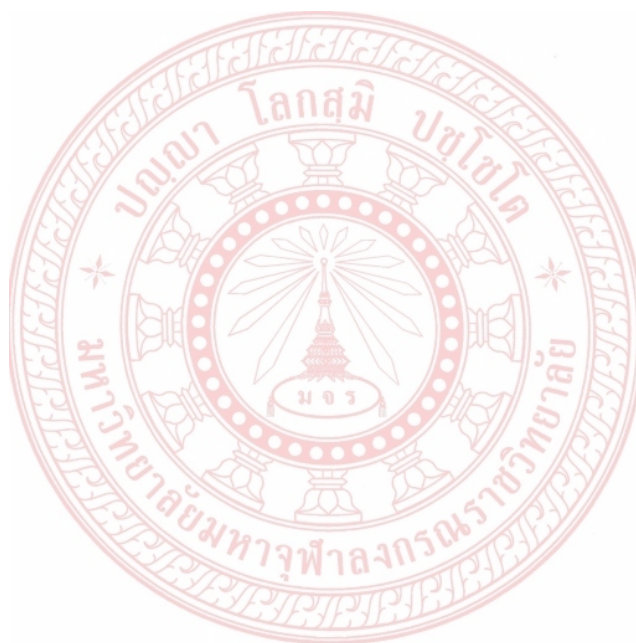


## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	๔๘
๔.๑ สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ .....	๔๘
๔.๒ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน .....	๖๖
๔.๓ นำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน .....	๗๔
<b>บทที่ 5 บทสรุป</b> .....	๗๗
๕.๑ สรุปผลการวิจัย .....	๗๗
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย .....	๙๒
๕.๓ ข้อเสนอแนะ .....	๑๐๓
<b>บรรณานุกรม</b> .....	๑๐๔
<b>ภาคผนวก</b> .....	๑๐๘
ภาคผนวก ก บทความการวิจัย .....	๑๐๙
ภาคผนวก ข กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ .....	๑๒๔
ภาคผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ .....	๑๒๖
ภาคผนวก ง เอกสารเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ .....	๑๒๙
ภาคผนวก จ ประมวลภาพกิจกรรมการวิจัย .....	๑๔๑
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย แบบสรุปโครงการวิจัย .....	๑๔๗

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ ๑ รายชื่อผู้ประกอบการ.....	๕
ตารางที่ ๒ วิธีปฏิบัติอิทธิบาท ๔ .....	๓๖
ตารางที่ ๓ ทะเบียนรายชื่อกลุ่มผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนปี 2557-2558.....	๖๘
ตารางที่ ๔ หลักเกณฑ์การประเมินผลิตภัณฑ์ OTOP .....	๗๑
ตารางที่ ๕ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ .....	๗๔
ตารางที่ ๖ แนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ .....	๙๙



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพประกอบที่ ๑ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๘
ภาพประกอบที่ ๒ ตราสัญลักษณ์ GI .....	๕๙
ภาพประกอบที่ ๓ ข้าวแต๋ยแม่บุญเพ็ญ.....	๖๒
ภาพประกอบที่ ๔ ขั้นตอนแพ็คเกจขนมใส่ถุง.....	๖๒
ภาพประกอบที่ ๕ อาคารผลิตข้าวแต๋น .....	๖๔
ภาพประกอบที่ ๖ กระบวนการผลิต.....	๖๔
ภาพประกอบที่ ๗ จุดปล่อยผลิตภัณฑ์.....	๖๕
ภาพประกอบที่ ๘ การบรรจุผลิตภัณฑ์.....	๖๖
ภาพประกอบที่ ๙ การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ.....	๙๒



## อักษรย่อ

อักษรย่อในงานวิจัยฉบับนี้ ใช้อ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พุทธศักราช ๒๕๓๙ โดยได้กล่าวถึงที่มาเล่ม/ข้อ/หน้า ตามลำดับ เช่น ที.สี. (ไทย) ๙/๑๒๒/๒๒๖ = ทีฆนิกาย สีลขันธวรรค เล่มที่ ๙ ข้อ ๑๒๒ หน้า ๒๒๖

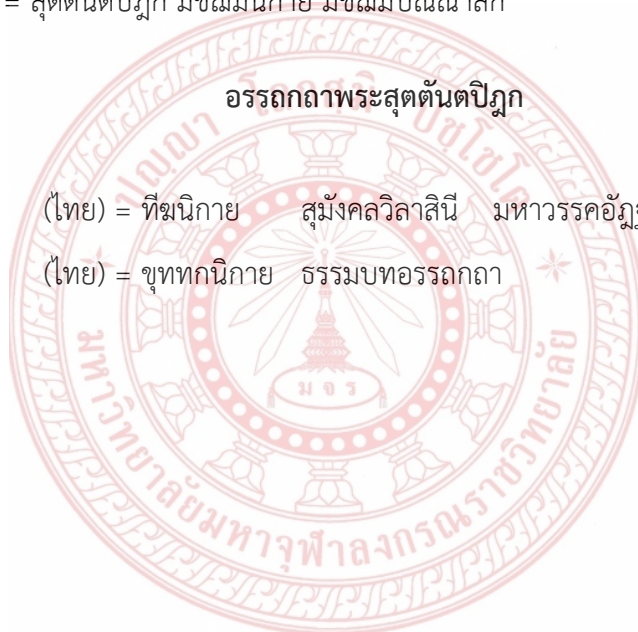
ส่วนคัมภีร์อรรถกถา จะแจ้งที่มา เล่ม/ หน้า เช่น มงคล. (บาลี) ๑/๖๔ ฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย หมายถึง มงคลตถปิณี เล่ม ๑ หน้า ๖๔ ฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย

### พระสุตตันตปิฎก

- |       |  |           |
|-------|--|-----------|
| ที.ม. | (ไทย) = สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค         | (ภาษาไทย) |
| ม.ม.  | (ไทย) = สุตตันตปิฎก มัชฌิมนิกาย มัชฌิมป็นณาสก์ | (ภาษาไทย) |

### อรรถกถาพระสุตตันตปิฎก

- |         |  |           |
|---------|--|-----------|
| ที.ม.อ. | (ไทย) = ทีฆนิกาย สุมังคลวิลาสินี มหาวรรคอัฐกถา | (ภาษาไทย) |
| ช.ธ.อ.  | (ไทย) = ขุททนิกาย ธรรมบทอรรถกถา                | (ภาษาไทย) |



## บทที่ ๑

### บทนำ

#### ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ รัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ดังนั้นภาครัฐจึงสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น จากสิ่งของหรือทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและมีความเป็นอัตลักษณ์ของคนในชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ผลผลิต การบริการที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ อาชีพจึงเป็นฟันเฟืองในการพัฒนาคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจชุมชน ส่งผลในระดับบุคคล ชุมชน สังคม อาชีพนอกจากการสร้างประโยชน์ในด้านรายได้และการพัฒนาระบบเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดความคุ้มค่า โดยการนำมาแปรรูปอาชีพทำให้คนในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ประจำมีผลผลิตตามนโยบายของรัฐหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความรู้สึกรักและผูกพันในท้องถิ่นของตนเอง การร่วมมือกันจากชุมชนเป็นการเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร โดยการสร้างและพัฒนารูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชนที่มีคุณภาพ เชื่อมโยงสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศในระดับสากลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำท้ายความสำเร็จสำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาเพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น<sup>๑</sup> ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันอาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถ

<sup>๑</sup> สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๕๗). โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). จาก <http://www.sme.go.th>.



ใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติสินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้น จากการที่มีประชากรรวมกว่า ๕๙๐ ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+๓ (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+๖ (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก รวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรมและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันให้มีความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราয়ี่ห้อสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย<sup>๒</sup>

นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่างๆ เป็นต้น การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาดการพัฒนาสินค้า OTOP จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ ๒๕๕๕ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดทำโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการหรือในชื่อเรียกว่า “OTOP PLUS” วัตถุประสงค์ของโครงการมุ่งเน้นกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาต่อยอดสินค้าจากภูมิปัญญาไทยในแต่ละท้องถิ่น เพื่อต้องการเปลี่ยนสมดุลของประเทศ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ยกระดับจากผู้ประกอบการที่ตอบสนองความต้องการระดับท้องถิ่นสามารถตอบสนองในระดับสากล สร้างช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ OTOPLUS จึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และเป็นการแสดงศักยภาพของผู้ผลิตให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัวเชื่อมโยงวัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรมเข้าด้วยกัน จากการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ ๔-๕ ดาว เข้าร่วมการพัฒนา จำนวน ๒๐๒ ราย ภาคกลาง ๖๒ ราย ภาค

<sup>๒</sup> สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. คู่มือการลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี ๒๕๕๕. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท ดีเอสที จำกัด.

ตะวันออก ๑๑ ราย ตะวันออกเฉียงเหนือ ๕๕ ราย ภาคใต้ ๒๘ ราย และภาคเหนือ ๔๖ ราย โดยจังหวัดลำปาง ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นทวีพรรณ หน้าน้ำอ้อย ได้รับการคัดเลือก<sup>๓</sup>

ดังนั้นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้ เป็นสินค้าจากท้องถิ่นทั่วประเทศไทย ทุกๆ หนึ่งตำบลจะมีแบรนด์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลนั้นๆ รวมถึงองค์ความรู้ วัตถุดิบ แรงงาน แรงใจ ความสามัคคี และความหวงสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน รวมถึงพัฒนาอาชีพไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและแบ่งปันผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้โลกได้ชื่นชม ประกอบกับเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน เป็นแนวทางที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะการนำสินค้าสู่สากล ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญาให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล อาทิ สินค้าเกษตรกรรม อาหาร สมุนไพร เครื่องประดับ เป็นต้น ให้เป็นที่ยอมรับตลาดโลก ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ภายนอกจึงจำเป็นที่จะต้องมีความเป็นที่ยอมรับของสังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จากประเด็นดังกล่าวการให้ความสำคัญของสินค้า OTOP เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง ประกอบกับการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ทำให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เสนอแนวทางพัฒนาสินค้า OTOP ประชากรรัฐเพื่อจำหน่ายบนเครื่องบิน OTOP ไทย จากท้องถิ่น บินสู่ท้องฟ้า ภายใต้ความร่วมมือโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ประชากรรัฐเพื่อจำหน่ายบนเครื่องบิน ที่ต้องการเห็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาคนไทยได้รับการพัฒนาและมีช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ทุกระดับ จึงมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทย โดยกรมการพัฒนาชุมชน ร่วมกับหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP จนสามารถนำขึ้นจำหน่ายบนเครื่องบินและช่องทางอื่นๆ การดำเนินการครั้งนี้มุ่งหวังเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้กว้างออกไป จะทำให้สินค้า OTOP ประชากรรัฐมียอดขายเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง และที่จะได้มากกว่าเรื่องของรายได้ก็คือ ชื่อเสียงประเทศไทยที่ถูกถ่ายทอดผ่านผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาของคนไทยที่เผยแพร่ไปทั่วโลกที่จะทำให้ผู้คนทั่วโลกได้เห็นได้ว่าประเทศไทย

ทำให้ลำปางซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคเหนือให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้า OTOP เป็นอย่างมาก เร่งพัฒนาสินค้าให้เข้าไปสู่ระดับสากล สินค้า OTOP ของจังหวัดลำปาง ในปี ๒๕๖๐ มีจำนวนทั้งหมด ๑,๐๖๒ ผลิตภัณฑ์ มีผู้ประกอบการทั้งหมด ๖๐๕ รายและได้รับการตอบรับจากตลาดในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างมาก ทำให้มีอัตราการเติบโตทางธุรกิจอย่างดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการได้ยกระดับสินค้า เพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมไปถึงการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์และของฝากจากเมืองลำปาง โดยใช้ต้นทุนทางธรรมชาติและทุนทางสังคม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน

<sup>๓</sup> กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๕๕.

เป็นการดำเนินงานโดยสมาชิกภายในชุมชนที่มีความต้องการรายได้เสริมหรือแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในพื้นที่นั้นๆ หรืออาจจะดำเนินการโดยผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียวก็ได้ที่มุ่งเน้นการแปรรูปสินค้าที่เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ คือ อาหารของมนุษย์ซึ่งมีความจำเป็นในการบริโภคบนพื้นฐานของการประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น จึงมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะสามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะจังหวัดลำปางที่มีวัตถุดิบ อาทิ ข้าวเหนียว ข้าวกล้อง ข้าวปลอดสารพิษมีผลผลิตจำนวนมากจนล้นตลาด ราคาข้าวตกต่ำ ดังนั้นผู้ประกอบการในจังหวัดลำปาง จึงได้มีการหาแนวทางด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ การผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นหลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อสอดคล้องกับการพัฒนาของโลก ตามแนวทางพระพุทธศาสนาอิทธิบาท ๔ ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพของตนตามหลักพุทธธรรมที่มีการพัฒนาไปถึงเส้นชัย จะเห็นได้ว่าหลักคำสอนในทางศาสนาสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการผลิตและการวางแผนทางจัดจำหน่าย

ปัจจุบันจากการสำรวจผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น พบว่าแต่ละกลุ่มก็ได้ระดับผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตั้งแต่ ๑ ดาว จนถึงระดับ ๕ ดาว เช่น ๑. ข้าวแต่นทวีพรรณ ๒. ข้าวแต่นน้ำแดงโม ๓. ข้าวแต่นคุณมณี ๔. ข้าวแต่นน้ำแดงโม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะคา ๕. ข้าวแต่นธัญพืชกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ๕. ข้าวแต่นระพีพัฒน์ ๖. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองหลาย (จิรวัดน์ข้าวแต่น) ๗. ข้าวแต่นน้ำแดงโมแม่บุญพิน ๘. ข้าวแต่นบุญทวี ๑๐. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะหัวช้าง ๑๑. ข้าวแต่นน้องมายด์ ๑๒. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง เป็นต้น โดยที่ปัญหาตราของวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น บางสถานประกอบการพบว่า ต่างก็พยายามสร้างตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ แต่ยังไม่อยู่ในระดับสากลถูกต้องตามเกณฑ์ของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ห้ายที่สุดส่งผลกระทบต่อการใช้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ดังนั้นข้าพเจ้าจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ โดยเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง ข้าวแต่น ซึ่งเป็นสินค้าขึ้นชื่อจังหวัดลำปาง ประเภทอาหารและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการเป็นสินค้าจีไอ เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดลำปาง เพื่อศึกษากลยุทธ์ ความพร้อมของผู้ประกอบการในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย สินค้า OTOP สู่ตลาดอาเซียนได้อย่างไรให้มีคุณภาพ การศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลกระทบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดที่เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ นำไปสู่สากลได้อย่างมีคุณภาพ ได้รับการยอมรับสามารถแข่งขันและอยู่รอดในตลาดอาเซียนได้อย่างยั่งยืน

## ๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ
- ๑.๒.๓ เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนว

พุทธ



### ๑.๓ ปัญหาการวิจัย

- ๑.๓.๑ ปัญหาในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- ๑.๓.๒ ผู้ประกอบการไม่มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน
- ๑.๓.๓ การปรับตัวของผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

### ๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย

- ๑.๔.๑ ขอบเขตในด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน แนวทางการพัฒนา การดำเนินงานของผู้ผลิตผู้ประกอบการข้าวแต๋นในจังหวัดลำปางเพื่อรองรับสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- ๑.๔.๒ ขอบเขตในด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ๑) ผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ

๑. ผู้ประกอบการ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

(Purposive Sampling) จำนวน ๑๒ คน ประกอบด้วย

#### ตารางที่ ๑ รายชื่อผู้ประกอบการ

ชื่อกลุ่มผู้ผลิต	ชื่อผลิตภัณฑ์	ระดับดาว
๑. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่หน้าธัญพืช, หน้าอ้อยงา, หน้าน้ำพริกเผาหมูหยอง	๕
๒. ข้าวแต๋นน้องมายด์	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่หน้าธัญพืช	๔
๓. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองหลาย (จิริวิฒนข้าวแต๋น)	ข้าวแต๋นกลมหน้าอ้อย, ธัญพืช, ข้าวแต๋นคำเดียว, ข้าวแต๋นหน้างา และข้าวแต๋นหน้าหมูหยอง	๔
๔. ห้างหุ้นส่วนสามัญ ข้าวแต๋นทวีพรรณ	ข้าวแต๋นหน้าอ้อย	๔
๕. ข้าวแต๋นบุญทวี	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่คำเดียวรสเค็ม	๔
๖. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเกาะคา (พิกุลทิพย์)	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่, ข้าวแต๋นหมูหยอง, ข้าวแต๋นธัญพืชสมุนไพร, ข้าวแต๋นคำเดียว	๔
๗. กลุ่มข้าวแต๋นน้ำแดงโม่แม่บุญพิน	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่ หน้าธัญพืช	๔
๘. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะหัวช้าง	ข้าวแต๋นหน้าธัญพืช	๔
๙. ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่ทองคำ	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่ดั้งเดิม, หน้าธัญพืช, หมูหยอง	๓
๑๐. ข้าวแต๋นน้องอ๋ม	ข้าวแต๋นน้องอ๋ม	๓
๑๑. ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใหม่เหล่ายาว	ข้าวแต๋นน้ำแดงโม่หน้าน้ำเชื่อมงาขาว, ข้าวแต๋นหน้าธัญพืช	๑

๑๒. กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร	ข้าวแต่น้ำแดงโม	๑
----------------------------------	-----------------	---

๒. ผู้บริโภค การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ จำนวน ๑๐ ท่าน ซึ่งได้มาจาก ประชาชนชาวจังหวัดลำปางและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้ามาใช้บริการในร้านค้า

๓. เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๗ ท่าน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด (ผู้ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)

- เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดลำปาง (ผู้ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)

- เจ้าหน้าที่หอการค้าจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่สินค้าธนาคารออมสินจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่สินค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัด

ลำปาง

โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) และการจัดทำสารสนเทศกลุ่มกับผู้ประกอบการ ผู้บริโภค พัฒนาชุมชน และหอการค้าจังหวัด

๑.๔.๓ ขอบเขตในด้านพื้นที่

ซึ่งผู้วิจัยได้เลือก พื้นที่จังหวัดลำปาง สินค้า OTOP ประเภทอาหารข้าวแต่น้ำ จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI (เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือโครงการ ๑ จังหวัด ๑ จีไอ) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคท้องถิ่น

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๐

## ๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์

การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ข้าวแต่น้ำ ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้รับการยอมรับด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการตลาดและการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างเป็นกระบวนการ



### ๑.๕.๒ การพัฒนาศักยภาพแนวพุทธ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ข้าวแต่น ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้รับการยอมรับด้วยความศรัทธาเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการตลาดและการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างเป็นกระบวนการ โดยผู้ประกอบการที่ดีจะต้องยึดหลักคุณธรรมเป็นเครื่องมือในการนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ มีความโดดเด่นและได้รับมาตรฐานการผลิต โดยยึดหลักอิทธิบาท ๔ ซึ่งเป็นหลักธรรมแห่งความสำเร็จ

### ๑.๕.๓ ผลิตภัณฑ์ OTOP

ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารข้าวแต่น จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI (เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือโครงการ ๑ จังหวัด ๑ จีไอ) ของจังหวัดลำปาง

### ๑.๕.๔ ตลาดอาเซียน

มีเครือข่ายในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ในการร่วมมือกันทางเศรษฐกิจและเปิดการค้าเสรีการส่งออก มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ข้าวแต่น ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

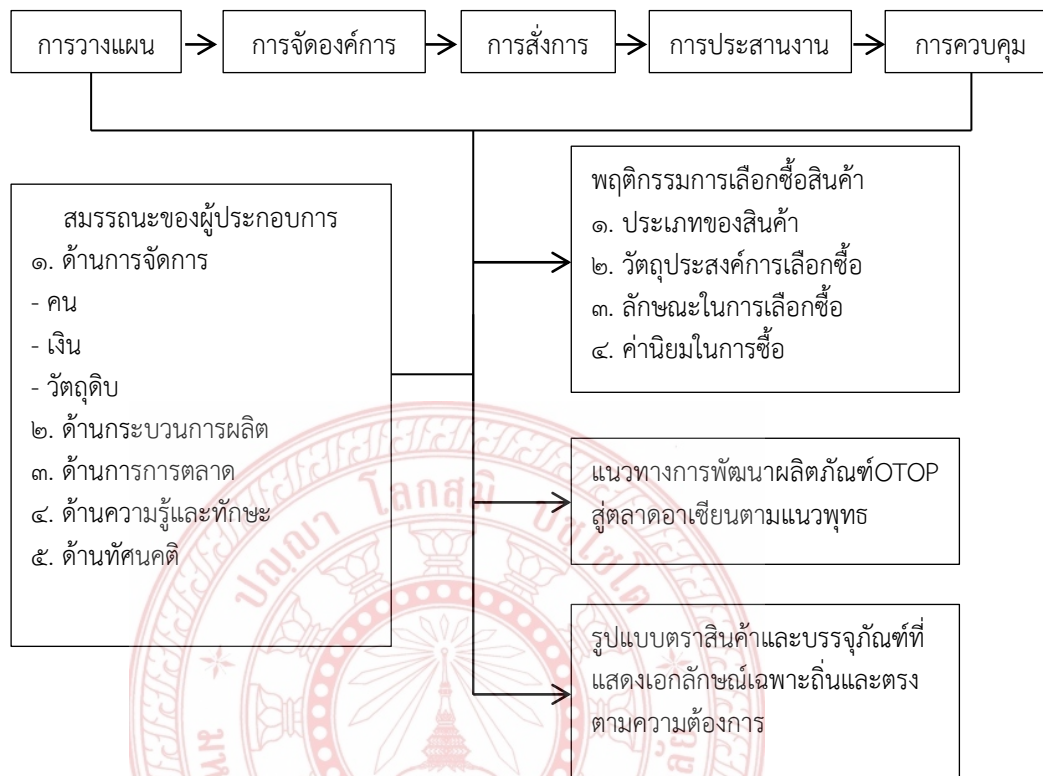
### ๑.๕.๕ อิทธิบาท ๔

แนวทางการทำงานสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย ฉันทะ (มีความเชื่อในเป้าหมายที่ตั้งไว้และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อเป้าหมายของกลุ่ม) วิริยะ (ความขยันหมั่นเพียร ไม่ย่อท้อ ต่อปัญหาและอุปสรรคในการจัดการ กระบวนการผลิต และการตลาด) จิตตะ (ความเอาใจใส่ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน) วิมังสา (ความหมั่นดูแลตรวจสอบผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอให้มีความทันสมัยเป็นสากล)

## ๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) เป็นกรอบแนวคิดเชิงกระบวนการ โดยมีลักษณะกรอบแนวทางการวิจัยดังนี้

### ภาพประกอบที่ ๑ กรอบแนวคิดการวิจัย



#### ๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

๑.๗.๑ หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์สร้างแรงดึงดูดในการสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ

๑.๗.๒ รูปแบบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของประเทศสู่ตลาดอาเซียน

๑.๗.๒ ข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ พัฒนาไปสู่รูปแบบที่ได้มาตรฐานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๑.๗.๓ ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชนเพื่อการพัฒนาสู่การจัดการความรู้ที่ยั่งยืนต่อไป

## บทที่ ๒

### เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำงานช่วยชี้แนะแนวทางในการทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” ตามหัวข้อดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดพัฒนาศักยภาพ
- ๒.๒ แนวคิดพัฒนาเชิงพุทธ
- ๒.๓ แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ๒.๔ แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ๒.๕ หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ การผลิตและการตลาด
- ๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ๒.๑ แนวคิดพัฒนาศักยภาพ

##### ๒.๑.๑ การพัฒนา

การพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญและเป็นสิ่งอันพึงปรารถนาของทุกประเทศโดยเฉพาะประเทศกลุ่มที่กำลังพัฒนาหรือกลุ่มประเทศที่สาม องค์ประกอบของการพัฒนามีใช้ให้ ความสำคัญทางด้านมิติใดมิติหนึ่งหากแต่ให้ความสำคัญในทุกๆ ด้านอย่างเท่าเทียมกันเพราะการ พัฒนาเป็นมิติแห่งการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบของบริบทพื้นฐานทางด้านสังคมของประเทศ ในปัจจุบันหลายๆ ประเทศได้ตระหนักถึงคุณค่าแห่งการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้าง ของสถาบันต่างๆ โครงสร้างการบริหาร รวมทั้งขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตอัตลักษณ์แห่งชุมชน แม้ว่าการพัฒนาจะเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละชาติ ในทางกลับกันสถานการณ์สังคมโลกมีความเปลี่ยนแปลงและเจริญไปมาก ทุกคนต้องตระหนักที่จะช่วยกันพัฒนาช่วยหรือเกื้อกูลกันเพื่อความเจริญของสังคมโลกต่อไป

ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๕๐ และต้นทศวรรษที่ ๑๙๖๐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นทฤษฎีที่นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสนใจและมีฐานคิดเชื่อว่า การพัฒนาประเทศทั้งหมด จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเป็นลำดับขั้นตอน กล่าวคือ มีขั้นของการออมทรัพย์ ขั้นการลงทุน และขั้นของการช่วยเหลือจากต่างประเทศ ฉะนั้นในความหมายของนัก เศรษฐศาสตร์ตามฐานคิดแนวนี้จึงหมายถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของระบบ เศรษฐกิจส่วนรวม เพื่อบูรณะและ พัฒนาเศรษฐกิจในระยะสั้น ฉะนั้นการพัฒนาประเทศในบาง ประเทศโดยเฉพาะประเทศที่ด้อยพัฒนาทั้งหลาย จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อการพัฒนา ฐานคิดของทฤษฎีนี้มาจากการใช้แผนมาร์แชล (Marshall Plan) ของ สหรัฐอเมริกา ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศต่างๆ ทางยุโรป ในการบูรณะประเทศ

จากทฤษฎีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่กล่าวมา เมื่อพิจารณาถึงความสอดคล้องในพัฒนาประเทศของกลุ่มที่กำลังพัฒนาและด้อยพัฒนามีส่วนที่เหมือนกัน<sup>๔</sup>

๑) การเพิ่มระดับความเชี่ยวชาญและการแบ่งงานกันทำ ผู้มีส่วนร่วมในการผลิตทุกระดับจะมีความเชี่ยวชาญในงานของตนมากขึ้น และการแบ่งงานกันทำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นี่เป็นสิ่งที่เกิดในกระบวนการผลิต ซึ่งจะเพิ่มขึ้นไปพร้อมๆ กับการพัฒนา เศรษฐกิจ เมื่อมีความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้นย่อมทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพดีขึ้น อย่างไรก็ตาม สิ่งนี้มักสัมพันธ์กับอัตราที่เพิ่มขึ้นของการผลิตที่อาศัยทุนเป็นหลักการพัฒนาเศรษฐกิจจึงก่อให้เกิด อุปสงค์ต่อการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการลงทุนให้มากกว่าการบริโภคที่เป็นอยู่ สำหรับในประเทศ โลกที่สามหลายๆ ประเทศนั้นควรเน้นเรื่องการลงทุนมนุษย์โดยที่ทรัพยากรต่างๆ ซึ่งใช้ไปจะ ทำให้ประชาชนได้รับสารอาหารมากขึ้นและมีสุขภาพดีขึ้น ทั้งนี้ความล้าหลังของสังคมย่อมเป็น อุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ ถ้าไม่มีการลงทุนดังกล่าว

๒) การแพร่กระจายของเศรษฐกิจเงินตรา และการเสื่อมความนิยมในเรื่อง การค้าแบบแลกเปลี่ยนกัน จะเกิดขึ้นถ้ามีความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน การมีความ ต้องการเพิ่มขึ้นในการแลกเปลี่ยนหรือการค้าระหว่างบุคคลที่อยู่ในขั้นตอนการผลิตต่างๆ กัน ย่อมกระตุ้นให้เศรษฐกิจเงินตราเจริญเติบโตขึ้น ซึ่งเงินตรานั้นถือเป็นสื่อของการแลกเปลี่ยนที่ดีกว่าการแลกเปลี่ยนของ ทั้งในแง่ของความยืดหยุ่น ความคงทนถาวร สามารถแบ่งส่วนได้ ขนถ่ายได้ และเป็นหนี้ได้

๓) การเปิดโอกาสให้ปริมาณของทางเลือกที่มีประสิทธิภาพขยายวงออกไป มากขึ้นทั้งแก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นได้ทั้งจากการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เช่น สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ประเภทพลาสติก อาหารแบบใหม่ๆ รวมทั้งสินค้าสาธารณะ เช่น การศึกษา โครงการสุขภาพและอนามัย และในด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทต่างๆ รวมทั้งการมีสถาบันใหม่ๆ ที่มีความก้าวหน้าทางเทคนิค เปิดโอกาสให้มีบริษัทธุรกิจเพิ่มขึ้น มีกลุ่มธนาคารต่างๆ เพิ่มขึ้น มีครัวเรือนเพิ่มขึ้น มีคนเพิ่มขึ้น เป็นต้น

๔) การเปลี่ยนแปลงบทบาทของรัฐบาล

๕) การให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นแก่การส่งสินค้าและบริการออกนอกประเทศ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ทั้งนี้รวมทั้งในแง่ของการไหลเวียนของเงินตรา เช่น การกู้ยืม

๖) การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างในการกระจายการจ้างงาน และสถานที่ ของการทำงาน เช่น ให้แรงงานหันเหจากภาคเกษตรกรรมมาสู่ภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น

๒.๑.๒ การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง (Self - Reliance Community Development)

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนของการกระจายอำนาจ พ.ศ.๒๕๔๒ มีผลทำให้หน่วยงานของรัฐพยายามปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ประชาชนในชุมชนก็มีความตื่นตัวในการที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนมากขึ้น การกระจายอำนาจลงสู่ชุมชนทำให้การพัฒนาชุมชนขึ้นอยู่กับประชาชนในท้องถิ่นทั้งสิ้นและผู้ที่ทำหน้าที่สนับสนุน ให้คำปรึกษา

<sup>๔</sup> Remenyi, J., ๑๙๘๔ : ๑๔ - ๑๗ (อ้างใน กิ่ง วรงค์บุญสิน, การพัฒนาอย่างยั่งยืน, ๒๕๓๘), หน้า.๓๖



เกี่ยวกับแนวคิดและโครงการ วิชาการก็คือเจ้าหน้าที่ภาครัฐในชุมชนบั้นเอง ทนงศักดิ์ ได้กล่าวถึงบทบาทของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ว่าต้องกระตุ้นให้ประชาชนได้รู้ ได้เข้าใจ ถึงแนวคิด หลักการวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน และให้ประชาชนตระหนักกว่าเป็นปัญหาร่วมกันของทุกคนในชุมชน มิใช่ของคนใดคนหนึ่ง

คำว่า “พัฒนา” เป็นคำกริยา แปลว่าทำให้เจริญ ทำให้ยั่งยืนถาวร ดังนั้น การพัฒนา ก็คือ การทำให้เจริญ พระพุทธศาสนามีหลักการและกระบวนการพัฒนามนุษย์ที่วางไว้ชัดเจนจากพระไตรปิฎก พบว่า พระพุทธเจ้าได้ทรงอธิบายถึงธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ไว้ตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิเป็นปฐมชีวิตจนเต็มโตในครรภ์มารดาเมื่อคลอดแล้วจึงเป็นสภาวะรวมของขันธ คือ รูป เวทนา สัญญา สังขารและวิญญาณ ขันธ นี้เมื่อสรุปลงเหลือเพียง คือ รูปกับนาม การพัฒนามนุษย์ตามหลักพระพุทธศาสนา จึงมีลักษณะที่บูรณาการต้องได้รับการหล่อเลี้ยงบำรุง และส่งเสริมไปพร้อมกันทั้งหมดอย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน กล่าวคือทางด้านร่างกายนั้น ต้องยึดหลักของศีลในการควบคุมพฤติกรรมต่างๆ และยึดหลักของความพอเหมาะพอดีในการเลี้ยงดูเช่น การให้อาหาร การพักผ่อน การอยู่อาศัย การรักษาโรค ทางด้านจิตใจ ต้องยึดหลักของสมาธิ ศีล การบริหารจิตใจให้หลุดละอกุศลมีความบริสุทธิ์แจ่มใส ทางด้านปัญหายุทธหลักของความรู้คิดมีเหตุผลเพื่อหลุดพ้นจากทุกข์ มุ่งสู่อิสรภาพอันสมบูรณ์ นอกจากนี้พระพุทธศาสนายังวางหลักการทางด้านสังคมให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมีสันติ โดยยึดหลักของวิชาและกรุณา<sup>๕</sup>

ทนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ<sup>๖</sup> การกระทำเช่นนี้จะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ตนเองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอภิปราย ถกเถียง พิจารณาปัญหาต่างๆ ในชุมชนของตนเองด้วย จะรู้สึกร่วมรับผิดชอบในการดำเนินโครงการ เหมือนเป็นปัญหาของตนโดยแท้จริงการพัฒนาชุมชนไม่จำเป็นที่จะเป็นการพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมในด้านใดอย่างหนึ่งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุน ให้ประชาชนพึ่งตนเองได้เป็นประการสำคัญ หากสิ่งใดเกินกว่าความสามารถของประชาชนเช่นทางด้านวิชาการและวัสดุที่จำเป็น รัฐบาลยอมเข้าให้การช่วยเหลือเพื่อโครงการ กิจกรรมของราษฎรบรรลุผลด้วยดี ทั้งนี้โดยวิธีการ “ทำงานกับประชาชน (work with people) หมายถึงร่วมคิด ร่วมปรึกษา และร่วมกันทำงาน ไม่ใช่ทำให้ประชาชน (Work for people) แต่ฝ่ายเดียว”

จิตจำนงค์ กิติกิริติ<sup>๗</sup> แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เหมาะสมที่ เหมาะสมที่จะใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมของกลุ่มประเทศทางตะวันตกได้ดี เพราะอาศัยพื้นฐานวัฒนธรรมทางตะวันตกเป็นแนวคิดหลัก และทฤษฎีการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเองเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นจากการได้ประจักษ์ถึงความบกพร่องของการพัฒนาตามกระแสหลัก เช่นทฤษฎีทางพุทธศาสตร์ ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง (ทฤษฎีใหม่) ซึ่งอาคมกล่าววาทฤษฎีการพัฒนาแบบพึ่งตนเองเป็นทางเลือกเพื่อการพัฒนาประเทศอีกแนวทางหนึ่ง ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของกลุ่มประเทศโลกที่สาม จากนักเศรษฐศาสตร์และนักสังคมศาสตร์หลายๆประเทศ โดยอาศัย

<sup>๕</sup> ทิศนา ขัมมณี และคณะ, หลักการและรูปแบบการพัฒนาเด็กปฐมวัยตามวิถีไทย, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, ๒๕๔๖), หน้า ๘- ๙.

<sup>๖</sup> ทนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ, การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง, (กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์ ๒๕๓๔), หน้า ๑๘

<sup>๗</sup> จิตจำนงค์ กิติกิริติ, การพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพฯ : คุณพินอักษรกิจ ๒๕๒๕), หน้า ๕๔.



รากฐานการสร้างองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์เศรษฐกิจที่ผ่านมาว่า ภายใต้กระบวนการพัฒนาของประเทศต่างๆ ทั้งในเอเชียบางประเทศและประเทศแถบละตินอเมริกา ได้ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแท้จริงหรือไม่แต่ผลปรากฏจากการที่ได้กล่าวถึงไว้แล้วในทฤษฎีความด้อยพัฒนาและการพึ่งพิงนั้นก็พบว่าประเทศในโลกที่สามต้องตกอยู่ในสภาพเสียเปรียบทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตลอดมา การกระจายความเจริญกระจุกอยู่ในเมืองใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการปกครอง ความมั่งคั่งก็ตกอยู่กับผู้นำประเทศเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ความยากจนของประชาชนในชนบทก็ยังปรากฏอยู่ทั่วไป ถึงแม้ผู้นำประเทศจะพยายามแสดงให้เห็นถึงความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการพิจารณาจากรายได้ประชาชาติ ซึ่งเป็นกรมองเพียงภาพรวมระดับประเทศที่มีได้คำนึงถึงความเป็นจริงระดับบุคคลว่า รายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นนั้นได้กระจายไปทุกระดับหรือไม่

อคัม ใจแก้ว<sup>๕</sup> แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเองเป็นสิ่งที่นักพัฒนาและเจ้าหน้าที่ภาครัฐในพื้นที่ชุมชนชนบทควรศึกษาเป็นอย่างยิ่ง (sustainable development) หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของปัจจุบันโดยไม่ทำให้ผู้คนในอนาคตเกิดปัญหาในกาตอบสนองความต้องการของตนเอง” (นิยามของคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา World Commission on Environment and Development ในรายงาน Our Common Future ๑๙๘๗ หรือ Brundtland Report) การพัฒนายั่งยืนรวมความถึง ๓ ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน โครงการพัฒนาใดๆ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบทั้งสามด้านนี้ การพัฒนายั่งยืนเป็นมากกว่าเพียงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมเพื่อลดการบริโภคทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมลงไปในระดับที่ยังรักษาความสมดุลที่ดี ทำให้อุณหภูมิร่วมกับธรรมชาติโดยไม่ทำลายล้างอย่างที่ผ่านมาและทำกันอยู่หลายแห่ง ให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนอยู่ดีกินดีและอยู่เย็นเป็นสุข “การพัฒนายั่งยืน” เป็นคำที่ถูกใช้คู่ไปกับคำว่า “ธรรมาภิบาล” (good governance) ถือว่าเป็นสองคำที่สัมพันธ์เกี่ยวพันกันอย่าแยกจากกันมิได้ โดยโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) เห็นว่าการพัฒนายั่งยืนได้ถ้าหากมีธรรมาภิบาลก่อให้เกิดการพัฒนายั่งยืน การพัฒนามนุษย์ (human development) หมายถึงการเปิดทางเลือกมากมายผู้คนในสังคมหมายถึงว่าการให้ถือเอาผู้ชายผู้หญิง โดยเฉพาะคนจนและคนที่อยู่ในภาวะยากลำบากเสี่ยงอันตรายเป็นศูนย์กลางของกระบวนการพัฒนารายงานของ (UNDP) ๑๙๙๖ ได้แสดงให้เห็นว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจไม่ได้เป็นหลักประกันการพัฒนายั่งยืนและไม่ได้ขจัดปัญหาความยากจนให้หมดไปเช่น บางประเทศมีรายได้ให้ประชาชาติต่อหัวสูงกลับอยู่ในระดับต่ำของการพัฒนามนุษย์ มีปัญหาความเหลื่อมล้ำแตกต่างระหว่างประเทศร่ำรวยและประเทศยากจนระหว่างคนรวย กับคนจนในประเทศเดียวกัน ช่องว่างที่ถ่างออกไปเรื่อยๆ การพัฒนามนุษย์มีอยู่ ๕ ลักษณะคือ

๑) การสร้างความเข้มแข็ง (empowerment) คือการเพิ่มขีดความสามารถในการเลือกทางและทางเลือกให้ผู้คนได้เป็นอิสระจากความหวง จากสิ่งที่พวกเขาขาดแคลน และให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิต

๒) ความร่วมมือ (co-operation) ผู้คนสัมพันธ์กันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

<sup>๕</sup> อคัม ใจแก้ว, แนวความคิดเบื้องต้นทางสังคม เศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลง, (สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๒๔)

๓) ความเท่าเทียม (equity) คนมีโอกาเข้าถึงทรัพยากรการศึกษาการดูแลสุขภาพ การจัดการชีวิต ทรัพยากร ชุมชนของตนเอง

๔) ความยั่งยืน (sustainability) การพัฒนาวันนี้ไม่ทำลายทรัพยากรและโอกาสของคนรุ่นต่อไปแต่สร้างหลักประกันให้คนในอนาคตเป็นอิสระจากความยากจนและได้ใช้ความสามารถขั้นพื้นฐานของตัวเอง

๕) ความมั่นคงปลอดภัยอันตราย (security) ในชีวิตทรัพย์สินการคุกคามจากโรคและภัยอันตราย

### ๒.๑.๒ การพัฒนาศักยภาพ

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การนำเอาความรู้ ความสามารถที่อยู่ภายในตัวบุคคลใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตัวบุคคลและองค์กร นำศักยภาพเหล่านั้นมาใช้อย่างมีกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่ทุกสิ่งทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นไปอย่างง่ายดายนและรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะ เมื่อศักยภาพที่มีอยู่ในตัวบุคคลแต่ละคนได้รับการพัฒนาแล้ว ผลลัพธ์ที่จะตามมาก็คือ ความสำเร็จขององค์กร<sup>๙</sup>

การพัฒนาความรู้ความสามารถของมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมาจากการรู้จักที่จะพัฒนาและตระหนักรู้ในความรู้ความสามารถของตนเอง เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการทำงานระหว่างร่างกายและจิตใจ ดังนั้น การพัฒนาความสามารถของมนุษย์จึงจำเป็นต้องพัฒนาทั้งร่างกายและจิตใจไปพร้อมๆ กัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพของพลังความคิดซึ่งเป็นพลังอำนาจที่ยิ่งใหญ่อยู่ในตัวเอง หากรู้จักวิธีการในการพัฒนาศักยภาพนั้น พลังดังกล่าวก็จะถูกนำมาใช้ในการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ การฝึกฝนตนเองได้มีความคิดที่แปลกใหม่ มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รู้ถึงแนวทางหรือวิธีการในการจัดการกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน

## ๒.๒ แนวคิดพัฒนาเชิงพุทธ

### ๒.๒.๑ พระพุทธศาสนากับสังคมไทย

สังคม หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณใดบริเวณหนึ่งเป็นเวลานานพอสมควร โดยผู้คนในกลุ่มนั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและมีหลายสิ่งหลายอย่างคล้ายหรือเหมือน ๆ กัน เช่น การแต่งกาย ภาษาที่ใช้ ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี พิธีกรรม สังคมไทยนั้น ชาวไทยส่วนมากเป็นชาวพุทธโดยกำเนิด ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทยร้อยละ ๙๕ นับถือศาสนาพุทธ นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ ๓.๕ ที่เหลืออีกร้อยละ ๑.๕ เป็นผู้ไม่นับถือศาสนาคริสต์และอื่นๆ<sup>๑๐</sup>

จึงอาจกล่าวได้ว่าสังคมไทยนั้นเป็น “สังคมพุทธ” พุทธศาสนานั้นมีหลักธรรมสำคัญสอนให้คนประพฤติปฏิบัติตนมีเมตตากรุณาธรรมมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้ตกทุกข์ได้ยากละเว้นจากการประพฤติผิดศีลธรรมต่างๆ โดยเฉพาะศีล ๕ ซึ่งเป็นหลักนำความประพฤติเบื้องต้นสำหรับปุถุชน

<sup>๙</sup> ดร.ณ ไคร์ศรี, การพัฒนาศักยภาพ. ๒๕๕๑.

<sup>๑๐</sup> สนิท สมัครการ และสุพรรณิ ไชยอำพร. สังคมไทยภาวะปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต, ออนไลน์, ๒๒พฤษภาคม ๒๕๖๐.

ทั่วไปที่ไปด้วยข้อห้ามหรือสิ่งที่พุทธศาสนิกชนควรละเว้น ๕ ประการ ได้แก่ การฆ่าสัตว์การลักขโมย ทรัพย์สินของผู้อื่น การประพฤติดิถีในกาม การพูดเท็จ และการเสพสิ่งของมีนเมา ข้อห้ามเหล่านี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการดำรงชีพที่ดี สุจริต มีคุณธรรม และไม่ตั้งอยู่ในความประมาทอันจะเป็นหนทางนำไปสู่ความหายนะ พระพุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและจัดระเบียบทางสังคมไทยหลายด้านเช่น ด้านการปกครอง การศึกษา ประเพณี วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยมีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน ความสัมพันธ์ของวัดกับชุมชนนั้นมีรากฐานมาจากหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่มุ่งสอนให้คนอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุขทั้งในชีวิตตนเองและสังคม หลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้ามุ่งสอนให้เป็นคนประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง ชุมชนจะเจริญก้าวหน้ามีระเบียบนั้นคนในชุมชนต้องพัฒนาจิตใจให้มีความเจริญทัดเทียมกับความเจริญทางวัตถุ โดยมีสถาบันศาสนาช่วยพัฒนาสังคมไทย พระสงฆ์เป็นผู้เผยแผ่หลักธรรมคำสอนหรือเป็นผู้นำในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ กิจกรรมของพระสงฆ์นั้นช่วยให้งานพัฒนาประสบผลสำเร็จติดต่อกันมาหลายสมัย ทั้งที่เป็นทางการและโดยความสมัครใจของพระสงฆ์เอง

#### ๒.๒.๒ อิทธิพลของพระพุทธศาสนาต่อสังคมไทย

พระพุทธศาสนามีอิทธิพลต่อสังคมไทยในด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมือง การปกครอง และด้านเศรษฐกิจ<sup>๑๑</sup>

##### ๑) ด้านสังคมและวัฒนธรรม

พระพุทธศาสนาเป็นรากฐานของวัฒนธรรมไทยด้านต่างๆ วิถีชีวิตของคนไทย เกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนาตั้งเกิดจนตาย เนื่องจากหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนามีความสอดคล้องกับลักษณะอุปนิสัยคนไทย เช่น ชอบความสงบ ความมีเมตตาอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ชอบความอิสระเสรี พระพุทธศาสนาอยู่คู่กับชาติไทยมาตั้งแต่โบราณกาล

##### ๒) ด้านการเมืองการปกครอง

พระพุทธศาสนาได้มีอิทธิพลต่อการปกครองอย่างมาก โดยเฉพาะในอดีต สมัยที่มีการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราช อันมีพระมหากษัตริย์เป็นผู้ทรงใช้อำนาจในการปกครองบ้านเมืองโดยเด็ดขาด แต่ด้วยทรงมีนคตต่อหลักธรรมทางพุทธศาสนา ทรงปกครองบ้านเมืองโดยธรรม ทรงประกอบด้วยทศพิธราชธรรม ทรงสนพระทัยในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและทรงเป็น พุทธมามกะทุกพระองค์ จึงสามารถใช้ธรรมะปกครองอย่างสงบร่มเย็นในบางคราวที่บ้านเมืองอยู่ในความระส่ำระสายด้วยเหตุสงครามกับข้าศึกพระพุทธศาสนาก็เข้ามามีบทบาทต่อการกู้ชาติบ้านเมือง เช่น ใช้วัดเป็นที่ฝึกอาวุธทหาร มีพระสงฆ์เป็นผู้ให้ขวัญและกำลังใจแก่ทหารและชาวบ้านก่อนออกศึก ดังกรณีชาวบ้านบางระจัน ได้รับขวัญและกำลังใจจากหลวงพ่อธรรมโชติ ทำให้สามารถเอาชนะข้าศึกปัจจุบัน การปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขและทรงเป็นพุทธมามกะ ทรงมีพระราชศรัทธาในบวรพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า ทรงเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ประชาชน ทรงเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนชาวไทย พระองค์ทรงใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนา มาปฏิบัติในพระจริยาวัตรของพระองค์ และเป็นแบบอย่างแก่ประชาชนชาวไทยยามที่บ้านเมืองประสบปัญหาภาวะวิกฤตก็ทรงเป็นห่วงบ้านเมือง ดังเช่น เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทรงแนะนำให้

<sup>๑๑</sup> สมัยกรุงรัตนโกสินทร์, **พุทธศาสนาในประเทศไทย**, ออนไลน์, ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๖๐.



ประชาชนหันมาปฏิบัติตามหลักธรรมทางพุทธศาสนา ด้วยการมีชีวิตอยู่อย่างพอดีแบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง ไม่ฟุ่มเฟือยสุรุ่ยสุร่ายพระสงฆ์เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับประชาชน เนื่องจากพระสงฆ์เป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน เป็นที่เชื่อถือของประชาชน ดังนั้น วัดจึงเป็นศูนย์กลางระหว่างประชาชนกับรัฐ เมื่อมีกิจการต่าง ๆ ของรัฐ เช่น การประชุม การเลือกตั้ง ก็ใช้วัดเป็นสถานที่ราชการชั่วคราวและพระสงฆ์ยังเป็นสื่อในการสร้างความเข้าใจในเรื่องการปกครองแก่ประชาชน เช่น การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องประชาธิปไตยแก่ประชาชนในเรื่องรัฐธรรมนูญในโอกาสต่างๆ เช่น ในการเทศนาสั่งสอนมักจะสอดแทรกความรู้ทางการเมืองการปกครองแก่ประชาชนด้วย

### ๓) ด้านเศรษฐกิจ

พระพุทธศาสนามีหลักคำสอนที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอยู่มากมายโดยชี้แนะวิธีการดำรงชีพอยู่อย่างถูกต้อง และมีนำมาซึ่งความสุขแก่บุคคลและสังคมได้ พระพุทธศาสนาได้สอนเกี่ยวกับหลักการดำเนินชีวิตด้วยสัมมาอาชีวะ ได้แก่ การประกอบกิจการงานอาชีพที่สุจริตและประกอบด้วยหลักธรรม ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในกิจกรรมดังกล่าว เช่น

๓.๑) การรู้ประมาณในการบริโภค ใช้จ่าย ไม่ฟุ่มเฟือยสุรุ่ยสุร่าย ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของประชาชนอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะเศรษฐกิจถดถอยเช่นปัจจุบัน

๓.๒) หลักการทำงานที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ทิฐุธรรม มีกัตถะประโยชน์ หรือหัวใจเศรษฐกิจ ซึ่งเปรียบเสมือนหลักเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธของพระพุทธเจ้า ได้แก่

- ๑) อุฏฐานสัมปทา หมายถึง ความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน
- ๒) อารักขสัมปทา หมายถึง การประหยัดอดออมทรัพย์ที่ได้มา โดยใช้จ่ายแต่จำเป็น
- ๓) กัลยาณมิตตตา หมายถึง การรู้จักคบคนดี ไม่คบคนชั่วคนพาลอันจะนำพาให้เสียทรัพย์สิน
- ๔) สมชีวิตา หมายถึง การรู้จักสภาพทางเศรษฐกิจ ฐานะทางการเงินของตน ใช้จ่ายแต่พอดี

พุทธศาสนามีความผูกพันกับความเป็นสังคมไทยมาแต่เดิม ชาวไทยส่วนใหญ่ร้อยละ ๙๕ นับถือพระพุทธศาสนาเรียกได้ว่า สังคมไทยที่แท้คือ สังคมพุทธที่มีวิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรมจนเป็นเอกลักษณ์ไทยมาจนปัจจุบัน แม้กระแสค่านิยมและวัฒนธรรมตะวันตกอาจมากระทบจนมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตไปบ้าง แต่รากฐานความเป็นวิถีพุทธยังคงปรากฏให้เห็นอย่างเหนียวแน่นไม่เสื่อมคลาย วิถีชีวิตของคนไทยมีความผูกพันกับพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้ง จนไม่สามารถแยกออกจากวิถีชีวิตประจำวันได้ พุทธศาสนามีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างมาก ทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง และเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในด้านวัฒนธรรมนั้น พระพุทธศาสนาเป็นรากฐานของวัฒนธรรมไทยด้านต่าง ๆ ทั้งด้านภาษา วรรณกรรม ศิลปกรรม การศึกษา พิธีกรรม เป็นต้น ในด้านการเมืองการปกครอง พระมหากษัตริย์ทรงนับถือพุทธศาสนาปกครองบ้านเมือง โดยธรรมประกอบด้วย ทศพิธราชธรรม สनพระทัยในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและทรงเป็น พุทธมามกะทุกพระองค์

นอกจากนั้น วัดยังเป็นศูนย์กลางระหว่างประชาชนกับรัฐ เมื่อมีกิจการต่างๆ ของรัฐ เช่น การประชุม การเลือกตั้ง ก็ใช้วัดเป็นสถานที่ราชการชั่วคราว และพระสงฆ์ยังเป็นสื่อในการสร้างความเข้าใจในเรื่องการปกครองแก่ประชาชนได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องประชาธิปไตยแก่ประชาชนในเรื่องรัฐธรรมนูญในโอกาสต่างๆ เช่น ในการเทศนาสั่งสอนมักจะสอดแทรกความรู้ทางการเมืองการปกครองแก่ประชาชนด้วย ในด้านเศรษฐกิจ พระพุทธศาสนามีหลักคำสอนที่ชี้แนะวิธีการดำรงชีพอยู่อย่างถูกต้อง มีคำสอนเกี่ยวกับหลักการดำเนินชีวิตด้วยสัมมาอาชีวะ ได้แก่ การประกอบกิจการงานอาชีพที่สุจริตและประกอบด้วยหลักธรรม เช่น การรู้จักขยันหาทรัพย์ การเก็บออม การใช้จ่ายพอประมาณ การคบคนดี ไม่คบคนชั่วคนพาลอันจะนำพาให้เสียทรัพย์สิน เป็นต้น

### ๒.๒.๓ การพัฒนาสังคมไทยตามหลักพุทธศาสนา

#### ๑) ความสำคัญของพุทธศาสนาในการพัฒนาสังคมไทย

“พัฒนา” ว่า คือ “ทำให้เจริญ” ดังนั้น การพัฒนา จึงหมายถึง การทำให้เจริญ การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วไป เช่น การพัฒนาชุมชนพัฒนาประเทศ คือ การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่า “การพัฒนา” เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว คือ การทำให้ลักษณะเดิมเปลี่ยนไป โดยมุ่งหมายว่าลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า หรือสภาพเก่า แต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดปัญหาในตัวเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามากหรือปัญหาน้อย การพัฒนาสามารถตีความหมายได้ ๒ นัย<sup>๑๒</sup>

๑) การพัฒนาในความเข้าใจแบบสมัยใหม่ หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุประสงค์รูปแบบและในเชิงปริมาณ เช่น ถนน บ้าน ดัดขึ้นชีวิตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

๒) การพัฒนาในแง่ของพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ โดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดี ซึ่งให้ผลประโยชน์สูงสุดความกลมกลืน และความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิต โดยไม่เบียดเบียนทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

พระพุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาแก่ประชาชนในยามที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ ดังจะเห็นว่าประเทศไทยของเราได้ประสบปัญหาเศรษฐกิจอย่างรุนแรง แต่ก็ยังอยู่กัน อย่างสงบสุข ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าประเทศไทยเรามีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่ดี หรือเรียกว่าทุนทางสังคม ได้แก่ มีฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคงโดยเฉพาะการเกษตร ฐานทางทรัพยากรธรรมชาติที่มั่นคง โดยมีทรัพยากรของประเทศมากมาย มีดินดี น้ำดี เหมาะแก่การเพาะปลูก และฐานทางวัฒนธรรมแข็งแกร่ง คือ มีพระพุทธศาสนาเป็นวัฒนธรรมทางด้านจิตใจสามารถแก้ปัญหาในยามวิกฤตได้ วัฒนธรรมแบบพุทธได้โอบอุ้มสังคมไทยให้สงบร่มเย็นได้ ด้วยองค์ประกอบ ๒ ประการคือ<sup>๑๓</sup>

<sup>๑๒</sup> กาญจนา แก้วเทพ, **มรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา พลังในชุมชนชนบท**, กรุงเทพฯ : สภาคณาจารย์แห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, ๒๕๓๐.

<sup>๑๓</sup> สมัยกรุงรัตนโกสินทร์, **พุทธศาสนาในประเทศไทย, ออนไลน์**, ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๖๐.



ประการแรก องค์กรทางพุทธศาสนาเป็นที่พึ่งของสังคมในยามวิกฤต ดังเช่น ปัจจุบันวัดหลายๆ แห่ง กลายเป็นศูนย์กลางในการช่วยเหลือชาวบ้าน ด้วยการใช้วัดเป็นสถานสงเคราะห์ ฝึกอาชีพ และกิจกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ตกงาน วัดในชนบทหลายแห่งกลายเป็นที่พึ่งสำหรับผู้ตกงาน เป็นสนามกีฬาสำหรับเยาวชน (ในโครงการลานวัด ลานใจ ลานกีฬา) โดยมีพระสงฆ์เป็นผู้นำในการส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชน

ประการที่สอง หลักธรรมทางพุทธศาสนาที่แทรกซึมอยู่ในจิตใจของผู้คนที่สามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม จะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม แต่ก็มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทย ทำให้ไม่เกิดความวุ่นวายระส่ำระสายเกิดขึ้น หลักธรรมเหล่านั้นได้แก่

๑) ความเมตตาปราณี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน มีการช่วยเหลือคนตกงานด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ดูถูกซ้ำเติม เช่น ช่วยจัดหางานให้ จัดโรงงานอาหารฟรีให้และให้กำลังใจในการต่อสู้ชีวิต ทั้งจากการแนะนำของผู้ใกล้ชิดและจากสื่อมวลชนต่างๆ

๒) ให้อภัยและโอนอ่อนผ่อนตาม เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น เช่น ปัญหาระหว่างลูกจ้างกับนายจ้าง หรือระหว่างหน่วยงานเอกชนกับรัฐที่ต้องปิดกิจการ ก็ไม่มีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้น ด้วยการใช้ถ้อยที่ถ้อยอาศัย ผ่อนปรนต่อกันได้

๓) ความสันโดษ แม้จะถูกออกจากงานที่ทำก็ยินดี เต็มใจที่จะทำงานอื่นแม้จะมีรายได้น้อยกว่าก็ยินดีทำ การรู้ประมาณในการบริโภคในการใช้จ่าย มุ่งให้ประหยัด ทำให้เกิดเศรษฐกิจแบบพอเพียง

๔) ความสมานสามัคคี ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของประชาชนในชาติในอันที่จะพร้อมใจกันกอบกู้เศรษฐกิจให้กลับมาอยู่ดีกินดี แม้จะเสียสละเงินทองบริจาคช่วยชาติก็เต็มใจที่จะบริจาค

การพัฒนาสังคมไทยตามหลักพุทธศาสนานั้นจะต้องมีการพัฒนาคนควบคู่ไปด้วย เพื่อสร้างคนให้มีความเข้มแข็ง ๓ ประการ คือ<sup>๑๔</sup>

๑) ความเข้มแข็งทางพฤติกรรม ได้แก่ ความขยันขันแข็งจริงจังในการทำงาน

๒) ความเข้มแข็งทางจิตใจ ได้แก่ การช่วยเหลือตนเอง ไม่รอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก

๓) ความเข้มแข็งทางปัญญา ได้แก่ ความพยายามทำด้วยตัวเอง ใช้ปัญญาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา ก่อให้เกิดภาวะผู้นำทางปัญญา ซึ่งเป็นผู้นำที่แท้จริงนั่นเองเมื่อสร้างคนให้มีความเข้มแข็งแล้วก็จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมได้และส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็ง โดยยึดหลักการ ดังนี้

๓.๑ ถือหลักทำการให้สำเร็จด้วยความเพียรพยายาม ที่เรียกว่า หลักธรรม

๓.๒ ถือหลักเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนาชีวิตให้ดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ ทั้งทางพฤติกรรมทางจิตใจ และทางปัญญา ที่เรียกว่า ไตรสิกขา

๓.๓ ถือหลักทำการทั้งหลายอย่างเร่งรัดไม่รอเวลาด้วยความไม่ประมาทที่เรียกว่า หลักอัปมาท

<sup>๑๔</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), ธรรมกับไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, ๒๕๔๑), หน้า ๒๙-๓๑.

๓.๔ ถือหลักทำตนให้เป็นที่พึ่งเพื่อพึ่งตนเองได้และเป็นอิสระ ที่เรียกว่าหลักอิสรภาพแห่งการพึ่งตนได้

พุทธศาสนามีความเหมาะสมกับการพัฒนาสังคมสังคมไทยเป็นอย่างยิ่ง เพราะหลักพุทธธรรมเป็นการสร้างคนที่มีคุณภาพชีวิต ทำให้คนในสังคมดำเนินชีวิตบนฐานแห่งความจริง รู้จักพึ่งพาตนเอง ชยัน ประหยัดเรียบง่าย ใฝ่สันติ มีศีลธรรม เพื่อแผ่ความรัก และปราศจากความเห็นแก่ตัว ดังนั้น ในการแก้ปัญหาด้านศีลธรรมของชาวชนบท จึงจำเป็นต้องมีการนำหลักพุทธศาสนา ซึ่งมีหลักการและแนวทางแห่งการพัฒนาอย่างเหมาะสม เข้าไปเผยแพร่ ฟื้นฟูให้แก่ชาวชนบท เพื่อให้สังคมชนบทสามารถประสานการพัฒนาทางด้านวัตถุและจิตใจให้สอดคล้องกลมกลืนกัน เพื่อเป้าหมายแห่งความพ้นทุกข์ได้อย่างหมดจด ทั้งนี้ต้องเน้นว่า การที่จะมีการพัฒนาทางด้านจิตใจได้หมายความว่า จะต้องเลิกละการพัฒนาทางด้านวัตถุและสังคมซึ่งเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพื่อที่จะให้การพัฒนาทางใจนั้นไม่ขัดแย้งกับการพัฒนาทางด้านวัตถุและสังคม ทั้งกลับเป็นเครื่องหนุนให้มีการพัฒนาในแนวทางที่เหมาะสม เป็นการนำให้ส่วนความต้องการของชีวิตทั้ง ๓ ด้านของคนเราประสานกลมกลืนกันได้อย่างเหมาะสมดังนั้น การพัฒนาสังคมไทยควรดำเนินการตามหลักพุทธธรรมจึงเป็นการพัฒนา ดังนี้<sup>๑๕</sup>

๑) การพิจารณาให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะของชีวิตและสังคมที่ถูกต้องโดยเฉพาะลักษณะที่เป็นปัญหา สาเหตุของปัญหาความเป็นไปได้ของการแก้ไขปัญหาและแนวทางของการดำเนินชีวิตไปสู่เป้าหมายอย่างไม่มีปัญหาด้วยความเข้าใจทุกขั้นตอน ในหลักพุทธธรรมจะต้องเป็นความเข้าใจที่มาจากพิจารณาไตร่ตรองตลอดจนการทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง มิใช่จากความเชื่อในธรรมเนียมที่มีมาแต่โบราณ หรือเชื่อในตำรา หรือเชื่อในบุคคล หรือเชื่อเพราะการนึกคาดเดา หรือเพราะเห็นว่าตรงกับความเชื่อเก่าของตน เป็นต้น การที่หลักพุทธธรรมเน้นการสร้างความเข้าใจเป็นพื้นฐานตั้งแต่ตอนต้นนั้นก่อให้เกิดผลดีหลายประการ คือ

๑.๑ ทำให้คนดำรงชีวิตอยู่บนรากฐานแห่งสัจจะหรือความเป็นจริงไม่หลงงมงาย

๑.๒ การที่ต้องเรียนรู้และทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง จะทำให้คนรู้จักการพึ่งพาตนเอง เพราะพุทธเจ้าก็ทรงย้ำว่า “อตตาคิ อตตานิ นาโถ” ตนนั้นแลเป็นที่พึ่งแห่งตน

๑.๓ ความเข้าใจนี้จะเป็นรากฐานแห่งศรัทธาที่มั่นคง คือ มีความเชื่อมั่นและความชัดเจนถึงแนวทางการพัฒนาตนเอง และสังคมไปสู่ชีวิตที่ลัดเลาะความทุกข์ ศรัทธาที่มั่นคงนี้จะก่อให้เกิดความวิริยะอุตสาหะที่จะพัฒนาไปให้ถึงเป้าหมายอย่างไม่มีย่อท้อมีความปิติในการพัฒนา ฉะนั้น จึงทำให้คนในสังคมเป็นคนพากเพียรทำดี มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาความดีงามทั้งแก่ตนและสังคมส่วนรวม

๒) แนวทางการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมนั้น เน้นความเป็นอยู่ที่เป็นสุขกับความเรียบง่าย สอดคล้องสัมพันธ์กับธรรมชาติ ข้อนี้จะนำตนให้รู้จักการดำรงอยู่อย่างประหยัดไม่ฟุ่มเฟือยจนเกินเหตุ ทั้งไม่ทำลายธรรมชาติ เพื่อสนองความเห็นแก่ตัวและความอยากในทางวัตถุของตน

๓) หลักพุทธธรรมยังเน้นถึงการดำรงชีวิตที่สงบ น้อมนำให้เกิดความใฝ่ในสันติ

๔) หลักพุทธธรรมสอนให้คนรู้จักแผ่แผ่ความรัก

<sup>๑๕</sup> สุภาพรณ ฦ บางช้าง, พระสงฆ์กับการพัฒนาชนบท, (กรุงเทพฯ : กองแผนงาน กรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๕๖), หน้า ๒๘-๓๐.

กล่าวโดยสรุป พระสงฆ์ไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืนเป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้สังคมมีความเป็นปกติสุข โดยทำหน้าที่เผยแผ่หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ในการพัฒนาตามหลักพุทธศาสนาต้องพัฒนาคนให้มีความเข้มแข็ง คือ พัฒนาทั้งในด้านร่างกายจิตใจ และทางปัญญา ซึ่งเรียกว่า “ไตรสิกขา” โดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดี อบรมสั่งสอนให้ชาวบ้านประพฤติ ปฏิบัติอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม ดำรงชีวิตอยู่บนรากฐานแห่งสัจจะ หรือความจริง ไม่หลงงมงาย รวมทั้งส่งเสริมทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมให้เจริญงอกงาม ซึ่งให้ผลประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืน และความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิตไม่เบียดเบียนทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม โดยมีวัดเป็นศูนย์กลางและพระสงฆ์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนและเผยแผ่พุทธศาสนา

#### ๒.๒.๔ เศรษฐศาสตร์ตามหลักพระพุทธศาสนา

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ตามหลักพระพุทธศาสนา คือ องค์ความรู้ที่สามารถอธิบายกฎของธรรมชาติ และสรรพสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง ที่มีอยู่ก่อนการอุบัติขึ้นของพระพุทธเจ้า ซึ่งพระองค์นั้นได้ค้นพบและนำมาเผยแผ่ให้ศาสนิกชนได้รู้และปฏิบัติตาม ในความเป็นศาสตร์ของพระพุทธศาสนายังสามารถทำให้เราศึกษาได้หลายศาสตร์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจในศาสตร์นั้นๆ เพราะองค์ความรู้ในพระพุทธศาสนาที่เพื่อการพัฒนาภูมิปัญญาตามแบบแผนวิถีพุทธซึ่งเป็นที่สนใจของผู้แสวงหาทางเลือกในการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาว่าตนเองจะมีชีวิตรอดอย่างมีคุณภาพหรือไม่ พระพุทธศาสนามีข้อมูลความรู้ทางด้านศาสตร์ต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่ให้ความกระจ่างสำหรับการดำเนินชีวิตด้านเศรษฐกิจให้รอดอย่างมีคุณภาพที่น่าจะเป็นทางเลือกให้สังคมที่กำลังเป็นอยู่ต่อไปจะได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ตามหลักพระพุทธศาสนาโดยจะพิจารณาในส่วนต่างๆ ดังนี้

##### ๑) ความหมายเศรษฐศาสตร์แนวพระพุทธศาสนา

พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต)<sup>๑๖</sup> ได้แสดงทัศนะ ว่าเศรษฐศาสตร์แนวพุทธนั้นต้องสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจร การที่จะสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจรก็ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์ด้วยดีกับองค์ประกอบทุกอย่างในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ องค์ประกอบทั้งสามในการดำรงอยู่ของมนุษย์นั้นจะต้องประสานเกื้อกูลกัน หมายความว่า องค์ประกอบเหล่านี้ประสานกันด้วยและเกื้อกูลกันด้วย ในการดำรงอยู่ร่วมกันและก็เดินไปด้วยกัน ฉะนั้น พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ให้เป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมคุณภาพชีวิตนั้น นี้เป็นการไม่เบียดเบียนตนและไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม และไม่ทำให้เสียคุณภาพของ eco systems หรือระบบธรรมชาติแวดล้อม

อภิชัย พันธเสน<sup>๑๗</sup> ได้แสดงทัศนะไว้ว่า พุทธเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการนำเอาคำสอนของพระพุทธเจ้า มาประยุกต์เข้ากับแนวคิดในวิชาเศรษฐศาสตร์ ที่พัฒนามาจากอารยธรรมตะวันตก

<sup>๑๖</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, พิมพ์ครั้งที่ ๖. (กรุงเทพมหานคร : สหธรรมิก, ๒๕๔๐), หน้า ๖๑.

<sup>๑๗</sup> อภิชัย พันธเสน, พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ, พิมพ์ครั้งที่ ๓. (กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์, ๒๕๔๗), หน้า ๕.



กล่าวโดยสรุปก็คือ วิชาที่ว่าด้วยการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะทำให้ปัจเจกบุคคลและสังคมบรรลุซึ่งความดีสุข จากการมีชีวิตอยู่ในโลกวัตถุภายใต้เงื่อนไขของการมีทรัพยากรที่จำกัด

๒) หลักเศรษฐศาสตร์ตามแนวพระพุทธศาสนา

พระไตรปิฎกเป็นคัมภีร์หลักที่บันทึกเรื่องราวสาระคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า ไว้ไม่ให้เกิดการจัดกระจาย แบ่งเป็น ๓ หมวด คือ<sup>๑๘</sup>

๒.๑) พระวินัยปิฎก ว่าด้วยเรื่องข้อบัญญัติเกี่ยวกับความประพฤติความเป็นอยู่ของพระสงฆ์และภิกษุณีสงฆ์

๒.๒) พระสุตตันตปิฎก ว่าด้วยเรื่อง พระสูตรหรือเทศนาที่ตรัสแก่บุคคลต่างๆ

๒.๓) พระอภิธรรมปิฎก ว่าด้วยเรื่อง หลักธรรมต่างๆ ที่อธิบายในแง่วิชาการล้วนๆ

องค์ความรู้และสาระของพระไตรปิฎกได้วางแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับธรรมดาทั่วไปจนถึงระดับอริยบุคคล จุดเด่นของหลักเศรษฐศาสตร์ตามแนวพระไตรปิฎกคือ แบบแผนชีวิตระดับธรรมดาทั่วไปว่าทำอะไรจึงจะดำเนินชีวิตให้บรรลุวัตถุประสงค์ในธุรกิจที่มนุษย์มีความต้องการอย่างไม่จำกัดแต่วัตถุที่จะตอบสนองความอยากมนุษย์กับมีอย่างจำกัด โดยสาระหลักคือ ความสำคัญของการผลิต จำหน่าย แจกจ่าย ใช้สอย เพื่อการดำรงชีวิตอย่างพอเพียงให้มีคุณภาพตามแนวพุทธ

องค์ประกอบในการผลิตแนวพุทธประกอบด้วย ๔ อย่าง คือ (๑) คน เพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการผลิตโดยวางแผนว่าจะผลิตอย่างไร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่พอเพียงกับการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว (๒) เป้าหมาย คือ จะผลิตในปริมาณเท่าใด ผลิตเพื่อใคร (๓) วิธีการ คือ การดำเนินการผลิตที่ไม่เบียดเบียนตน ผู้อื่น และทำลายสิ่งแวดล้อม (๔) ปัญญา คือ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ในทางพระพุทธศาสนาก็เน้นที่ปัญญานิยมมากกว่า บริโชนานิยม เพื่อให้มนุษย์รู้จักคิดเป็นแก้ปัญหาเป็นและนำพาชีวิตของตนให้อยู่รอดด้วยตนเองให้ได้<sup>๑๙</sup>

สุรพงษ์ วิบูลย์เศรษฐ<sup>๒๐</sup> ได้กล่าวไว้ใน เศรษฐศาสตร์ตามแนวพุทธศาสตร์ เกี่ยวกับการผลิตแนวพุทธว่า สิ่งที่น่าสนใจให้ผู้ผลิตทำการผลิตจะเป็นหลักพุทธธรรมที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผู้ผลิตควรนำหลักพุทธธรรมมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านการผลิต หลักธรรมที่นำมาใช้อาจได้แก่หลักที่ว่าด้วยสัมมาอาชีวะ คือ การประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจผลิตสินค้าให้คุณแก่มนุษย์ ไม่ผลิตสินค้า ที่เป็นโทษต่อมนุษย์ เช่น การผลิตยาพิษ หรือ อาวุธ ใช้หลักไม่เบียดเบียนคือผู้ผลิตจะเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิตและเลือกนำเอาหลักทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างระมัดระวัง ไม่นำเอาทรัพยากรมาใช้ในปริมาณมากเกินไป จนทำลายสภาพแวดล้อมให้เสียความสมดุลซึ่งเป็นการเบียดเบียนธรรมชาติและเบียดเบียนตนเองด้วย

๓) ปัญหาเศรษฐกิจตามแนวพระพุทธศาสนา

<sup>๑๘</sup> พุ. ธ. (ไทย) ๒๕/๑๖๐/๘๒.

<sup>๑๙</sup> พระสิริมังคลาจารย์, มิ่งคลัตถทีปนี, แปล เล่ม ๒. ( กรุงเทพมหานคร : มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๒), หน้า ๒๙.

<sup>๒๐</sup> สุรพงษ์ วิบูลย์เศรษฐ, เศรษฐศาสตร์ตามแนวพุทธศาสตร์, หน้า ๓.

การทำงานทุกอย่างจะต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคด้วยกันทุกอย่างในทางเศรษฐกิจเองก็ตามก็มีปัญหาเช่นเดียวกันปัญหาเศรษฐกิจในทางเศรษฐศาสตร์ คือ มนุษย์มีความต้องการอยู่ไม่จำกัดแต่ปัจจัยที่จะนำมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อสนองความต้องการและการให้บริการต่อความต้องการนั้นมีอยู่ค่อนข้างจำกัดจึงเกิดปัญหาขึ้นซึ่งอาจสรุปได้เป็น ๓ ประการ คือ<sup>๒๑</sup>

๑. เมื่อทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในโลกมีปริมาณจำกัด และไม่สามารถสนองความต้องการทั้งหมดของมนุษย์ได้

๒. จะผลิตสินค้าเพื่อให้บริการแก่มนุษย์ด้วยกรรมวิธีใด ที่จะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด

๓. สินค้าที่จะผลิตขึ้นจะผลิตด้วยกรรมวิธีที่ใช้ทุนต่ำจะผลิตเพื่อใคร

### ๒.๓ แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก โดยมีหลักการดังนี้<sup>๒๒</sup>

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance Creativity) ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล

๓) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม<sup>๒๓</sup> โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายที่สำคัญของนายกช่วงสมัยทักษิณ ชินวัตร ซึ่งมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับ

<sup>๒๑</sup> ณรงค์ศักดิ์ ธีรวิบูลย์ชัย,ดร. และคณะ, **หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**, พิมพ์ครั้งที่ ๑๒.(นนทบุรี :คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,๒๕๓๔),หน้า ๒๒.

<sup>๒๒</sup> กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก การงานผลการดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge Based OTOP: KBO ปี ๒๕๕๐, หน้า ๑๑๔.

<sup>๒๓</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, **แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**, ออนไลน์, ค้นหา ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๕๘.



ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับประชาชนในชนบทภายใต้ ขบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งบรรพบุรุษมีการสืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี คุณค่า มีจุดเด่น การขาย และมีรูปแบบการใช้งานตาม ยุคสมัยสามารถมีการพัฒนาไปอย่างกว้างไกล และผลิตภัณฑ์สามารถนำไปสู่ระดับนานาชาติ ดังนั้นโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็น แนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ที่ ประกอบไปด้วย สินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกศิลปะ การนำเสนอ ประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบและ ทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาเพิ่มขบวนการบริหาร การผลิต และการตลาด ให้กลายเป็นสินค้าที่มี คุณภาพ เป็นการสร้างจุดเด่น มีเอกลักษณ์ ตามพื้นที่ รวมถึงขบวนการบริหารจัดการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในประเทศและทั่วโลก โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ สร้างความเจริญให้แก่ชุมชนในทุกหมู่บ้าน ทุกตำบล เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และ ภาพลักษณ์ของชุมชน ลดปัญหาต่างๆ อาทิ ความยากจน การอพยพย้ายถิ่น ลดปัญหาทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์และความเจริญให้กับชุมชนเพื่อยกระดับฐานะของ ผลิตภัณฑ์สู่อาเซียน

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล เพื่อสนับสนุนแต่ละ ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองเป็นจุดขาย ออกจำหน่าย สร้างงาน สร้างรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน พร้อมจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านแห่งละ ๑ ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งภาครัฐจะให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหาร จัดการ เพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนออกขายสู่ตลาดกว้าง โดยได้มอบหมายให้ คณะกรรมการ อำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) เป็นหน่วยกำกับดูแล มีบริหารโครงการซึ่งมี กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยรับผิดชอบหลัก ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในโครงการดังกล่าว ให้มีการรับรองคุณภาพและแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เพื่อเพิ่มความ เชื่อถือยอมรับแก่ผู้บริโภค ให้สามารถขยายตลาดจากการค้าภายในชุมชน เป็นการค้าระหว่างชุมชน สู่ ตลาดเมืองจนถึงตลาดสากลที่เน้นในเรื่องของมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ “ผลิตภัณฑ์ OTOP” (One Tambon One Product) แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

๑) กลุ่มสินค้า ประกอบด้วย สินค้าที่เป็นอาหาร อันได้แก่ผลิตผลทางการเกษตร, ผลิตภัณฑ์ อาหารแปรรูป สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน

๒) กลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่และบริการ ศิลปวัฒนธรรมงานเทศกาล การละเล่นพื้นบ้าน ประเพณีต่าง ๆ สถานที่คือแหล่งท่องเที่ยว บริการคือ บริการที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ นวดแผนโบราณ, รถลาก เกวียนลาก เป็นต้นมาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์” เน้นเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนเท่านั้น ชุมชนในที่นี้หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกลุ่มกัน ประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งที่จดทะเบียนหรือไม่มีการจดทะเบียน เป็นการรวมกลุ่มกันเองโดย ธรรมชาติก็ได้ เช่น กลุ่มชมรม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิรวมถึงการแปรรูปอื่นๆ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงถูกกำหนดให้เป็นนโยบายสำคัญในการแก้ไขปัญหา เศรษฐกิจและความยากจนของประเทศ โดยมุ่งหวังให้เกิดการปรับโครงสร้างภาคการผลิตหันมาสร้าง

มูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่มีอยู่ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ผสมผสานให้กับวัฒนธรรม ประเพณีและการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงสนับสนุนการกระจายสินค้าชุมชนออกสู่ตลาดภายนอก ได้ในระดับสากล เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ให้ราษฎรมีงานทำ มีรายได้ อาศัยศักยภาพ ในชุมชนเพื่อให้เกิดความมั่นคงยั่งยืน โดยยืนอยู่บนฐานความคิด “การมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชน คิดเองทำเอง” รัฐทำหน้าที่เพียงให้การสนับสนุนเท่านั้น เป็นแนวคิดในการพัฒนาเพื่อวางรากฐาน ความยั่งยืนจากข้างล่างไปสู่ระดับประเทศในที่สุด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการ หนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดย การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

### ๒.๓.๑ หลักการดำเนินงานของ OTOP

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยวิธีการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในด้านเงินทุน การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการไว้ดังนี้<sup>๒๔</sup>

๑) ด้านเงินทุน ทุนในที่นี้ หมายถึง คน ภูมิปัญญา ความรู้ ความสามารถ เทคโนโลยี ปัจจัย การผลิต ที่ดิน อาคาร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือประกอบอาชีพ รวมถึงแหล่งเงินทุนจะสนับสนุนทุนแก่ กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหาร จัดการ แก้ไขกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการระดมและพัฒนาเงินทุน ในระดับครอบครัวจะสามารถสร้างทุนให้ เกิดขึ้นได้ด้วยการประหยัด การออม การประกอบอาชีพ การลดรายจ่าย ใช้ประโยชน์ของเงินทุนให้ คู้มูลค่าและการกู้ยืมเงินดอกเบี้ยต่ำ

๒) ด้านการผลิต การผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่างๆ โดยใช้ปัจจัยการผลิต เพื่อนำสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิต เป็นการผลิตได้ ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูปและการบริโภค เพื่อให้การปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน ได้มีรายได้จากการขายผลผลิต ผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก มีคุณภาพและนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิต

การพัฒนาการผลิต มีวิธีดังนี้

๒.๑) ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการตลาด

๒.๒) พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๒.๓) สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิต

๒.๔) จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ

๒.๕) สนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ในการบริหารการผลิต เป็นการวางแผนการจัดระเบียบองค์การและการควบคุม กระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและการจัดการระบบการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการ พัฒนาการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต การแปรรูปผลผลิตที่มีคุณภาพ และติดตาม ควบคุมให้มีประสิทธิภาพ

<sup>๒๔</sup> จีระ กาญจนภักดิ์ และพะนอนิจิต เหล่าพูลสุข, เอกสารวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ แบบพอเพียง, (กรุงเทพฯ: หจก.โรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น, ๒๕๕๑), หน้า ๗๔-๑๑๒.

๓) ด้านการตลาด ในการพัฒนาการตลาด อันดับแรก ได้แก่ การศึกษาตลาดด้วยการค้นหาความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค จัดเตรียมข้อมูลเพื่อการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านรูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ประโยชน์ ความนิยม ราคา เพื่อช่วยในการตัดสินใจผลิตและลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการลงทุน สำหรับแหล่งข้อมูลการตลาดอาจจะได้จากข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น รายงาน วารสาร สถิติ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนและข้อมูลที่ต้องเก็บรวบรวมขึ้นใหม่จะทำให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับทางการตลาด ซึ่งเป็นการผสมผสานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ระบบการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

๔) ด้านการบริหารจัดการ ในการพัฒนาการบริหารจัดการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้ถูกทิศทาง ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สามารถดำเนินกิจการได้ด้วยตนเองและสำหรับแนวทางในการพัฒนาผู้บริหารและการจัดการ

๔.๑ การฝึกอบรม สัมมนา ประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบการและการบริหาร ศึกษาดูงาน การบริหารทุน การผลิต การตลาด แลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มอาชีพประเภทเดียวกัน สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และประสานให้เอกชนมีบทบาทพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากนี้ผู้บริหาร ผู้จัดการ และคณะกรรมการควรต้องรู้เรื่องการบริหารจัดการให้สามารถบริหารจัดการเป็น และมีประสิทธิภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนและการบริหารทุน ให้รู้จักพึ่งตนเอง สามารถผลิตให้มีคุณภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนทั้งภายในและภายนอก

๔.๒ การสร้างองค์กรให้เข้มแข็ง องค์กรที่เข้มแข็งเป็นองค์กรที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความสามัคคี มีความเป็นผู้นำ พึ่งตนเอง รู้จักหน้าที่ มองการณ์ไกล และมีระเบียบวินัย มีการพัฒนาโครงสร้างองค์กรให้มีคุณภาพ สามารถบริหารจัดการได้

๔.๓ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาบุคลากรเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยการพัฒนาคณะกรรมการบริหารกลุ่มให้บริหารกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๔ การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการผลิตและการตลาด ส่งเสริมสนับสนุนให้มีเครือข่ายตามพื้นที่ ตามกิจกรรม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม

๔.๕ การจัดหาและบริหารวัสดุในการจัดหาและบริหารวัสดุ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้รู้จักเลือกและจัดหาวัสดุ มีทักษะและมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้งานและการบำรุงรักษา และสามารถทำได้โดยฝึกอบรมผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

### ๒.๓.๒ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP (หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์)

หลักเกณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ตามแนวทางและหลักเกณฑ์ของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๔๙ ในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๓ ด้าน คือ



ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ออกเป็น ๕ ระดับ ดังนี้<sup>๒๕</sup>

๑) ระดับ ๕ ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ ๙๐ คะแนนขึ้นไป) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพหรือมีศักยภาพในการส่งออก

๒) ระดับ ๔ ดาว (ได้คะแนนระหว่าง ๘๐-๘๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากลได้

๓) ระดับ ๓ ดาว (ได้คะแนนระหว่าง ๗๐-๗๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ ๔ ดาวได้

๔) ระดับ ๒ ดาว (ได้คะแนนระหว่าง ๕๐-๖๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ ๓ ดาว โดยมีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

โดยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP แบ่งเป็น ๓ ประเภท

๑) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่มีลักษณะเป็นกลุ่มคนที่ได้รวมตัวกันภายในชุมชน เพื่อผลิตสินค้า บริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์

๒) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชน

๓) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชน

สรุปได้ว่า การคัดสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการทั้งหลาย เป็นการจัดลำดับ มาตรฐาน คุณภาพของสินค้าและมาตรฐานของผู้ประกอบการเอง เป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองพร้อมกับการแข่งขันคุณภาพสินค้าของตนเอง

#### ๒.๓.๓ ความหมายวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ<sup>๒๖</sup> ได้อธิบายว่า ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน องค์การชุมชน และเครือข่ายองค์การชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว เสริมสร้างสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเองและมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและไม่เอาเปรียบผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมารวมมือกันทำอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาดโดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปันการช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขันวิสาหกิจ

<sup>๒๕</sup> กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ๒๕๔๕, หน้า ๘๐-๘๕.

<sup>๒๖</sup> เสรี พงศ์พิศ, วิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก, (กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์, ๒๕๕๐).



วิสาหกิจชุมชน (Community Enterpris) เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว จะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน<sup>๒๗</sup> โดยลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน มีลักษณะสำคัญดังนี้

๑) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ  
๒) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรทุน แรงงานในชุมชนเป็นหลัก

- ๓) ริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมของชุมชน
- ๔) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- ๕) มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ
- ๖) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- ๗) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย

ชุมชนจะมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับหมู่บ้านอยู่มาหลายปี ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น

#### ๒.๓.๔ ประเภทวิสาหกิจชุมชน

ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชนสามารถมองได้หลากหลายมิติ คือ แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลักและแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

๑) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลักซึ่งมีอยู่ ๕ อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวันมีมูลค่ามากกว่าของค่าใช้จ่ายทั้งปีของแต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไปไม่ว่าอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

๒) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีคุณภาพดีในระดับมาตรฐานสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไป หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ก็คือ หนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบของวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ดังนี้

<sup>๒๗</sup> ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์ และคณะ, แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP ผู้สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๕๘.

๒.๑ ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองเป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกันใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก

๒.๒ ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่ม เพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชน ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าเพื่อการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไป ทั้งนี้การประกอบวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่เน้นที่การลดรายจ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

#### ๒.๓.๕ แนวทางสู่ความสำเร็จ<sup>๒๘</sup>

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล พัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้า ให้เกิดจุดเด่นเฉพาะโดย สอดคล้องกับวัฒนธรรม และเป็นที่ยอมรับของตลาด มีช่องทางการขายเริ่มจากตลาดในชุมชนสู่ตลาดเมือง และพัฒนาไปยังตลาดต่างประเทศ

๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์ทำได้เองในชุมชน มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ผลผลิตมีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำแบบกัน สร้างตราสินค้า และอาจรื้อฟื้นภูมิหลังวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะของหมู่บ้าน เช่น สินค้าอาหารสูตรโบราณ สินค้าทอลายเฉพาะของท้องถิ่น

๓) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ สร้างบุคคลให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถคิดอย่างผู้ประกอบการ ทำสินค้าออกมาจะขายใคร ศึกษาหาความรู้ในด้านที่ทำให้รู้จริงเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนการผลิต สามารถทำได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

กรมการพัฒนาชุมชน<sup>๒๙</sup> กล่าวว่า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีจุดขายเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก กล่าวว่า แนวความคิด One Village One Product ของจังหวัดไอโอตาประเทศญี่ปุ่นเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนที่ให้คนที่อยู่ในชุมชนได้สร้างความคิดและทำด้วยตัวเองสร้างสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นของตัวเองนำของเดิมที่ดีและมีอยู่แล้วไปพัฒนาขัดเกลาให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้ฐานข้อมูลของชุมชนให้เป็นประโยชน์ โดยอาศัยหลักในการดำเนินงาน ๓ ประการ ได้แก่

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์

<sup>๒๘</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สมอ.พร้อมรับนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ปีที่ ๒๘ ฉบับที่ ๓๒๔ มิถุนายน ๒๕๔๕

<sup>๒๙</sup> กรมการพัฒนาชุมชน, เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, (กรุงเทพฯ: บริษัทพิชการพิมพ์ จำกัด.๒๕๔๕) หน้า ๖.

## ๓) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

จากหลักการทั้ง ๓ ประการ ต้องมีการทำให้แนวความคิดดังกล่าวสามารถแพร่กระจายในชุมชนของตนเอง ส่งเสริมแนวคิดนี้อย่างถูกต้อง ให้ผู้นำชุมชนได้ทราบและเข้าใจมีการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่และข้าราชการของจังหวัด จนเกิดความเข้าใจและกระจายข้อมูลไปอย่างแพร่หลาย จนเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ มีการเสนอข่าวผ่านสื่อจนเป็นที่ยอมรับและเกิดการแข่งขันในการพัฒนาจนทำให้สินค้ามีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในกระบวนการพัฒนา One Village One Product ของจังหวัดไอโอต๊ะ ๘ ประการ ได้แก่

๑) การมีผู้นำมีวิสัยทัศน์และมีความตั้งใจทำงานอย่างจริงจัง

๒) การมีหน่วยงานที่ให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องที่ต้องการอย่างพร้อมมูลจากการฝึกขั้นทักษะ

๓) มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบกรที่เข้าถึงได้ง่าย ตอบคำถามประชาชนได้ทุกเรื่อง

๔) องค์กรสหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง มีมาตรฐานและมีบทบาทในแง่ของการช่วยเหลือ

๕) ทางเทคนิค ทั้งทางด้านการตลาด การขนส่งและเทคโนโลยีและที่สำคัญเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนอย่างแท้จริง

๖) ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนตามความเป็นไปได้ของโครงการที่ขอต่อรัฐบาลท้องถิ่นโดยไม่เหลื่อมล้ำระหว่างคนจนและรวยทุกคนมีสิทธิ์ขอทุนได้เท่าเทียมกัน โดยรัฐพิจารณาจากความเป็นไปได้ของโครงการ ทำให้โครงการที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จสูง มีการสร้างงานที่เป็นธรรมชาติ เนื่องจากหากธุรกิจเกิดและประสบความสำเร็จ การจ้างงานก็จะเกิดตามมาและยังเอื้อต่อการเกิดธุรกิจที่เกี่ยวพันกันเป็นทอดๆ

๗) ระบบสังคมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ สมาชิกของกลุ่มโครงการมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันดี ไม่แบ่งเขาแบ่งเรา

๘) ประชาชนมีคุณภาพ ช่างคิดช่างทำ คิดแล้วทำ ทำแล้วคิดตลอดเวลา มีความขยันเป็นพื้นฐาน อดทน ไม่ย่อท้อ

ใจมานัส พลอยดี ปัจจัยแห่งความสำเร็จ<sup>๓๐</sup>

๑) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เงินทุนของตนเอง ไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินลงทุน มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานมากกว่า การพึ่งเงินกู้โดยไม่มีทุนสะสมของตนเองเป็นการชี้ว่า องค์กรเศรษฐกิจนั้นยังพึ่งตนเองไม่ได้ ซึ่งขัดกับหลักการธุรกิจชุมชนที่ต้องการพึ่งตนเอง กลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองด้านเงินทุน หรือสามารถระดมทุนจากชุมชนได้เองจึงมีโอกาที่จะอยู่ได้ และเติบโตได้มากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม

๒) ปัจจัยด้านการตลาด กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกลุ่มที่มีคู่ค้าที่แน่นอนและเพียงพอ คู่ค้าที่เป็นผู้ค้าส่งที่รับสินค้าคราวละมาก ๆ ออกไปจำหน่าย ส่วนด้านค้า

<sup>๓๐</sup> ใจมานัส พลอยดี (อ้างถึงใน ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ), แนวคิดและหลักการพื้นฐานของ OTOP, ๒๕๕๐. หน้า ๑๔๐ - ๑๕๕



ปลีกไม่มีคู่ค้าที่แน่นอน แต่ต้องมีมากเพียงพอ ธุรกิจชุมชนที่มีผลผลิตไม่มากโดยทั่วไปจะอาศัยตลาดค้าปลีกเป็นสำคัญ แต่ถ้าหากเป็นผู้ผลิตสินค้าจำนวนมาก จำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายของผู้ค้าส่งด้วย แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่มีตลาดแน่นอน เข้าไม่ถึงตลาด จะประสบความล้มเหลวในที่สุด

๓) ปัจจัยด้านการผลิต ความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบที่พิจารณาจากวัตถุดิบ ทักษะ และความชำนาญของผู้ทำการผลิต นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญพอ ๆ กับโอกาสทางตลาด

๔) ปัจจัยด้านบริหารและจัดการ ด้านระบบเงิน ระบบงาน และระบบบุคลากร ระดมทุนและสะสมทุน การบริหาร กระแสเงินไหลเข้าและกระแสเงินไหลออก ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการขาดสภาพคล่องใช้จ่ายเงินไปในทางที่ก่อประโยชน์ให้แก่กลุ่มมากที่สุด ระบบบัญชีและระบบการควบคุมตรวจสอบรายได้รายจ่ายจำเป็นต้องมีความถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐานมากขึ้น การบันทึกตัวเลขต้องเป็นสากลที่สามารถตรวจอ่านได้เข้าใจ บุคลากรด้านการเงินไม่เพียงแต่มีความสามารถในการหารายได้และควบคุมค่าใช้จ่ายเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญที่สุดจำเป็นต้องมีความรู้ด้านบัญชีอย่างพอเพียง การบริหารการเงินที่ไม่รัดกุม ใช้เงินอย่างขาดประสิทธิภาพจะนำไปสู่ความผิดพลาดเหมือนธุรกิจทั่วๆ ไปกำลังประสบอยู่ขณะนี้ ด้านระบบธุรกิจชุมชนดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal Business) มักจะไม่ค่อยมีกฎเกณฑ์แน่นอน โดยทั่วไปจะถือเอามติของที่ประชุมสมาชิกเป็นแนวทางและนโยบาย กรรมการบริหารและการบริหารงานโดยอิงมติที่ประชุม แต่กรรมการบริหารมักจะต้องลงมือเป็นผู้ปฏิบัติงานด้วย เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานจริงๆ มักจะขาดแคลน เพราะไม่ค่อยมีการจ้างผู้ปฏิบัติงาน ระบบงานจึงไม่ค่อยแน่นอน แม้จะมีการแบ่งฝ่ายแบ่งคนรับผิดชอบ แต่ในทางปฏิบัติจริงมักจะเป็นว่า ใครพอจะทำได้ก็ให้ช่วยกันทำทำด้วยความสมัครใจ ไม่สามารถกำหนดค่าตอบแทนที่แน่นอนได้ การดำเนินงานมักอิงหลักสหกรณ์ ร่วมกันคิด ตัดสินใจ เอาเสียงส่วนใหญ่เป็นตัวกำหนดทิศทางธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ "แกนนำ" เป็นผู้มีความสามารถในการบริหารและจัดการ การแบ่งฝ่าย แบ่งสายงาน การจัดโครงสร้างการบริหาร จึงขึ้นอยู่กับการเสนอแนะของแกนนำขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความเป็นจริงที่แกนนำได้สัมผัสมาโครงสร้างและสายงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนต่างๆ จึงมักจะแตกต่างกันไปตามความถนัดของแต่ละกลุ่มด้านระบบบุคลากร ชุมชนมักจะไม่ค่อยจ้างหรือมีเพียงคนสองคน จึงไม่มีสายงานการบังคับบัญชา บุคลากรของกลุ่มมีแต่สมาชิกและกรรมการ การสั่งการ การบังคับบัญชา การให้คุณให้โทษโดยสายการบังคับบัญชาจึงไม่มี ความสำเร็จของการบริหารบุคลากรจึงอยู่ที่ระบบการจูงใจเชิงคุณภาพ และการยอมรับนับถือแกนนำหรือผู้นำเป็นสำคัญ ระบบการให้คุณให้โทษอยู่ที่ระบบวัฒนธรรม คือ ผู้ที่ผิดพลาดหรือทำผิดจะถูกชุมชนตำหนิ ผู้ทำดีชุมชนจะยกย่อง ระบบการควบคุมตรวจสอบโดยสังคม ระบบบุคลากรของธุรกิจชุมชนจะมีประสิทธิภาพแค่ไหนจึงขึ้นอยู่กับสัจจะ คุณธรรม ความสามารถ และความเสียสละของบุคลากรเป็นหลัก

๕) ปัจจัยด้านผู้นำ ชาวชนบทโดยทั่วไปมักจะขาดความคิดริเริ่ม พอใจจะเป็นผู้ตามเป็นผู้เอาอย่างหรือเลียนแบบ ใครที่ทำอะไรแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ใหม่ๆ มักจะไม่ได้รับการยอมรับ แต่ครั้งประสบความสำเร็จก็จะมีผู้เอาอย่างและกลายเป็นผู้นำ ผู้นำโดยธรรมชาติของชุมชนจึงมักจะเป็นผู้มีบารมีหรือมีฐานะทางสังคม หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้ชุมชนชาวบ้านธรรมดาที่แสดงความสามารถจนกลายเป็นที่ยอมรับของชุมชนก็มี แต่มักจะต้องฝ่าฟันและสร้างการยอมรับ



จากชาวบ้านด้วยความยากลำบากกว่ากับธุรกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลหรือโดยคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน จะระดมทุนได้ง่าย ขยายตัวได้เร็วและมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

๖) ปัจจัยด้านแรงงาน ในธุรกิจชุมชนแรงงานประเภท "ลูกจ้าง" มีน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นประเภททำงานให้ตนเอง (Self-employed) แรงงานของผู้ที่ทำงานให้ตนเองและครอบครัว แม้ว่าธุรกิจชุมชนตั้งอยู่ในชนบท เป็นการประกอบกิจการของครอบครัวเกษตรกร แต่สภาพความเป็นจริงขณะนี้หลาย ๆ แห่งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานทั้งระดับแรงงานไร้ฝีมือและแรงงานฝีมือในระดับแรงงานไร้ฝีมือ การมีแรงงานในท้องถิ่นอย่างพอเพียงและแรงงานเหล่านี้มีทักษะทางการผลิต เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

๗) ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การเกิดขึ้น การคงอยู่ และการเติบโตของธุรกิจชุมชน จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของชุมชน ต้องร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบ ในแง่ของระบบเศรษฐกิจทุนนิยม การมีส่วนร่วมของสมาชิกหมายถึงการระดมทุนและการใช้ทุนที่ระดมมานั้น "ทุน" ที่กล่าวนี้หมายถึง "เงินทุน" เป็นสำคัญ การมีส่วนร่วมของการระดมทุนจึงหมายถึง การร่วมถือหุ้น ร่วมลงทุนและนำทุนไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมอย่างเอาการเอางานนั้นจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการพึ่งตนเอง แม้ว่าระยะเริ่มแรกธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการช่วยเหลือจากภายนอกเป็นด้านหลัก แต่ต่อมาสมาชิกชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จึงจะทำให้เกิดเป็นธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง คงอยู่และเติบโตได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีกิจกรรมทางการผลิตและสามารถพึ่งตนเองได้ด้านเงินทุนมักจะพัฒนามาจากกลุ่มออมทรัพย์

๘) ปัจจัยเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับขององค์กร ระเบียบข้อบังคับเป็นกฎเกณฑ์กติกาเพื่อให้ทุกคนปฏิบัติตาม ในอันที่จะทำให้การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายเป็นไปอย่างราบรื่น และสอดคล้องประสานกัน การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งอยู่บนพื้นฐานของการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ฉะนั้น กฎเกณฑ์กติกาต่าง ๆ จึงต้องเกิดขึ้นจากข้อตกลงของสมาชิกเป็นพื้นฐาน กรรมการนำข้อตกลงนั้นมาใช้ให้เป็นจริง หากระเบียบกฎเกณฑ์ที่นำมาใช้นั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเห็นชอบจากสมาชิก อาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งและติดขัดในการดำเนินงาน ระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับการเงิน ซึ่งสามารถนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ได้ง่าย และถ้าระเบียบข้อบังคับนี้ไม่เหมาะสมรัดกุม จะทำให้เกิดการรั่วไหลได้ง่าย ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ

๙) ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ในที่นี้หมายถึง ปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลหรือบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจชุมชนโดยทั่วไปจะมีอยู่ ๔ กลุ่ม รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาล NGOs นักวิชาการหรือสถาบันวิชาการและธุรกิจ ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จล้วนแต่มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับภายนอก

## ๒.๔ แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) คือ การร่วมกันทางเศรษฐกิจของประเทศในเขตอาเซียน ๑๐ ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อผลประโยชน์ในอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจ การส่งออก และการนำเข้าสินค้าของชาติในอาเซียนก็จะเปิดเสรี ทำให้แต่ละประเทศสามารถส่งออกและนำเข้า

สินค้าได้มากขึ้น ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจขอไม่ลดภาษีนำเข้า โดยได้มีการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและมีผลเป็นรูปธรรม ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

๒.๔.๑ เป้าหมายสำคัญของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมี ๔ ด้าน คือ<sup>๓๑</sup>

๑) การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน โดยการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมืออย่างเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียน

๒) การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยเน้นเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ได้แก่ ขนส่ง พลังงาน ไฟฟ้า และเหมืองแร่ รวมถึงการพัฒนาและปรับประสานนโยบายที่จะสนับสนุนการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ได้แก่ นโยบายการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ภาษีอากร และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๓) การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค เป็นการลดช่องว่างของระดับการพัฒนาาระหว่างประเทศสมาชิก พร้อมทั้งสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และร่วมมือกันในโครงการต่างๆ เช่น ความร่วมมือด้านการเกษตร อาหาร และป่าไม้ ทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ความร่วมมือด้านพลังงาน เป็นต้น

๔) บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก เน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เพื่อให้อาเซียนมีท่าทีร่วมกันอย่างชัดเจนเช่น การจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิต/จำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น มีผลกระทบต่อการปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก โดยที่ปัญหาของ OTOP โดยรวมของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยี และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐแนวทางการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOP สู่การรวมตัวของ AEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยควรเริ่มพัฒนาจากการสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โครงการ ‘หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)’ เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นแนวทางในการปรับตัวของ OTOP ในภาพรวม คือ การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ไม่ต้องรอรับการช่วยเหลือจากผู้อื่นอย่างเดียว ต้องมีความรู้ในสิ่งที่ตนเองจะทำ มีการ

<sup>๓๑</sup> กฤตชญากัด อุ่นเสรี, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC: ASEAN Economic Community, เอกสารความรู้ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, ๒๕๕๔.

เรียนรู้ในสิ่งนั้นมาก่อนการเริ่มดำเนินการจริง นอกจากนั้น ผู้ประกอบการ OTOP ควรดำเนินการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้<sup>๓๒</sup>

๑) ด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ การสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมาจากทั้งปัจจัยภายนอก (External Factors) และปัจจัยภายใน (Internal Factors) ซึ่งปัจจัยภายในอันหนึ่งที่สำคัญ คือ การสร้างเครือข่ายของธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะช่วยสร้างโอกาสที่ดีให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมอย่าง OTOP หรือ SMEs และมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ธุรกิจมีการสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ในการสร้างจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการ และมีทักษะในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จุดแข็งที่สำคัญอีกอย่างของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชียทำให้มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาสู่ไทยสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์หรือสินค้าเอกลักษณ์ของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ดังนั้น การสร้างความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาสินค้าเชิงอนุรักษ์/เอกลักษณ์ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อการขายในตลาดโลกได้ในอนาคตยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการ OTOP ควรหาพันธมิตรทางธุรกิจหรือเครือข่ายธุรกิจ เพื่อหาคนมาช่วยเติมเต็มให้ธุรกิจเราเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ง่ายขึ้น สำหรับธุรกิจ OTOP นั้น อาจเพียงหากคนมาร่วมทุนเพื่อช่วยพัฒนาธุรกิจโดยอาจขอให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเป็นผู้ประสานหรือจับคู่ธุรกิจ

๒) ด้านการจัดการ หากผู้ประกอบการจะพยายามสร้างความสามารถในการแข่งขัน ผู้เขียนเห็นว่าควรมีการสร้างและเพิ่มนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับสินค้าและบริการ โดยอาจเริ่มจากนวัตกรรมจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่เราสามารถสร้างได้ไม่ยากนัก แล้วค่อยๆ พัฒนาแนวคิดการสร้างนวัตกรรมในระดับที่ยากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องประดับตกแต่งของที่ระลึก และกลุ่มผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ที่ต้องผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ สิ่งสำคัญคือ ต้องอาศัยความร่วมมือกัน (Cooperation) จากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อันหมายถึง การร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ในการพัฒนาคนให้สามารถคิดอย่างมีนวัตกรรมได้ และต้องให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาคอน (Retention) ให้ดี โดยเฉพาะธุรกิจที่ผลิตสินค้าที่ต้องใช้ฝีมือ และต้องขอความร่วมมือจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ในการสนับสนุนในการผลิตสินค้าที่ผู้ประกอบการมีความชำนาญและเชี่ยวชาญ เพื่อให้ธุรกิจขนาดใหญ่ช่วยนำไปจัดจำหน่ายให้ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่อาจไม่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้านั้น แต่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครบวงจร จึงเป็นการพึ่งพาอาศัยกันและกันภาครัฐจึงต้องสนับสนุนในด้านการฝึกอบรมให้เกิดแนวคิดนวัตกรรมใหม่ๆ

๓) ด้านการผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ควรให้ความสำคัญและจริงจังในการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิต โดยนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแต่ต้นทุนไม่สูงเข้ามาช่วยใน

<sup>๓๒</sup> ยุทธศักดิ์ สุภสร, โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC), ออนไลน์, สืบค้นเมื่อ ๑๒ พฤษภาคม ๒๕๖๐.



กระบวนการผลิต โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเครื่องดื่มและสมุนไพรที่มีใช้อาหาร ในเรื่องของวัตถุดิบ อาจนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกจากประเทศสมาชิก AEC หรือย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีวัตถุดิบราคาถูก มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ควรเน้นการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ (Productivity) เพื่อการรองรับคำสั่งซื้อที่มีคราวละมากๆ โดยการสร้างเครือข่ายระหว่างกันและมีกลไกในการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิต

๔) ด้านการตลาด การที่ธุรกิจ OTOP จะเข้าสู่การแข่งขันในตลาดการค้าเสรีนั้นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และสร้างกลยุทธ์การตลาด ไม่ว่าจะเป็นการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ การหาตลาดใหม่ การหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม ซึ่งมีหลากหลายวิธีในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจ OTOP อันดับแรก ควรมีการขยายธุรกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและเริ่มสร้างเครือข่ายกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ของไทย ที่สามารถพึ่งพากันได้ในเรื่องของตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายโดยจัดให้มีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและจำหน่ายในการสร้างตราสินค้านั้น ผู้ประกอบการ OTOP อาจไม่สามารถสร้างตราสินค้าได้ง่ายทางออก คือ การหาพันธมิตรร่วม (Co-brand) เนื่องจากส่วนใหญ่สินค้าของ OTOP มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองอยู่แล้ว แต่อาจไม่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจ ผู้ประกอบการ OTOP จำเป็นต้องหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ เน้นที่การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้ากลุ่มที่เรามีความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงการมุ่งเน้นส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสินค้าไทย โดยให้ทุกกลุ่มหันมาศึกษาและพัฒนาสินค้าโดยมุ่งเน้นที่ความสามารถหลัก (Core Competency) หรือความถนัดของตนให้มากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจำเป็นต้องเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมในการบริโภคของแต่ละประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญที่สุดกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Technology Innovation) และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) ซึ่งเน้นที่ราคา คุณภาพของสินค้า และการบริการหลังการขาย ดังนั้น ผู้ประกอบการ OTOP พฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละประเทศใน AEC สถานการณ์ทางการตลาดของประเทศนั้นๆ อย่างใกล้ชิดในด้านการสื่อสารการตลาดนั้นผู้ประกอบการ OTOP ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการสื่อสารการตลาดในการจำหน่ายสินค้าและบริการของธุรกิจโลกออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และไลน์ เป็นต้น เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ทำให้มีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายด้วยต้นทุนต่ำ ไม่จำเป็นต้องโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือวิทยุที่มีต้นทุนสูง

จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการ OTOP จึงต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้าหรือบริการให้ได้การยอมรับในระดับสากล โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบ ต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือบริการของตนเอง สร้างการรับรู้ในตราสินค้าของไทยต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า

## ๒.๕ หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องด้านผู้ประกอบการ ด้านการผลิตและการตลาด

งานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิต ๑ โดยบางคนทำงานเพื่องานเพราะงานนั้นเป็นสิ่งซึ่งทำให้ได้มีการแสดงออกและมีคุณค่าภายในตัวของมันเอง แต่สำหรับบางคนการทำงานเป็นเพียงเครื่องมือ คือเป็นวิธีทางอันหนึ่งเพื่อจะหาเงินให้มากขึ้น ให้ได้มาซึ่งความมั่นคงในงานมากขึ้นหรือบางคนก็ทำงาน



เพราะเป็นสิ่งที่น่าสนใจหรือท้าทายความสามารถจุดมุ่งหมายของการทำงานจึงเปลี่ยนแปลงไปตามแต่  
 ละบุคคล แต่ไม่ว่าจะเป็นพนักงานคนงานหรือเจ้าหน้าที่ต่างๆ ต่างก็มีความพยายามที่จะให้ได้มาซึ่ง  
 ความสำเร็จและคุณภาพของชีวิตตน

#### ๒.๕.๑ หลักของอิทธิบาท ๔

ในยามที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ พุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการแก้ไข  
 ปัญหาของประชาชนให้อยู่อย่างสงบสุขที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าประเทศไทยเรามีพื้นฐานทางสังคมและ  
 วัฒนธรรมที่ดี คือมี “ทุนทางสังคม” ได้แก่ มีฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคงโดยเฉพาะการเกษตรฐานทาง  
 ทรัพยากรธรรมชาติที่มั่นคงโดยมีทรัพยากรของประเทศมากมาย มีดินดี น้ำดี เหมาะแก่การเพาะปลูก  
 และฐานทางวัฒนธรรมแข็งแกร่ง คือ มีพระพุทธศาสนาเป็นวัฒนธรรมทางด้านจิตใจสามารถแก้ปัญหา  
 ในยามวิกฤตได้ วัฒนธรรมแบบพุทธได้โอบอุ้มสังคมไทยให้สงบร่มเย็นได้

อิทธิบาท ๔ นั้นผู้วิจัยได้ศึกษาตามหลักคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าเพื่อจะใช้หลักการ  
 และแนวคิดให้ประสบผลสำเร็จตามหลักอิทธิบาท ที่พระพุทธองค์ได้ตรัสไว้ใน พระไตรปิฎก เพื่อให้  
 เป็นข้อปฏิบัติ หรือ เป็นแนวทางให้ประสบผลสำเร็จ พระพุทธองค์ได้ให้หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับ  
 อิทธิบาท ๔ ในสุตตันตปิฎก มัชฌิมนิกาย มัชฌิมปิณฑาสก<sup>๓๓</sup>

๑) เจริญอิทธิบาท อันประกอบไปด้วยฉันทสมาธิปรธานสังขาร สมาธิที่เกิดจากฉันทะ  
 ความเพียรสร้างสรรค์

๒) เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยวิริยสมาธิปรธานสังขาร สมาธิที่เกิดจากวิริยะ  
 ความเพียรสร้างสรรค์

๓) เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยจิตตสมาธิปรธานสังขารสมาธิที่เกิดจากจิตตความ  
 เพียรสร้างสรรค์

๔) เจริญอิทธิบาทอันประกอบไปด้วยวิมังสาสมาธิปรธานสังขาร สมาธิที่เกิดจากวิมังสา  
 สมาธิความเพียรสร้างสรรค์ประการนั้น สวากของเราเป็นอันมากจึงได้บรรลุที่สุดแห่งอภิญญาและ  
 อภิญญาบารมีอยู่ ดังนั้น

พระพุทธองค์ได้ตรัสใน สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย มหาวรรค ว่า พระผู้มีพระภาค ผู้ทรงรู้  
 ทรงเห็น เป็นพระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้าพระองค์นั้น ทรงบัญญัติอิทธิบาท ๔ ประการนี้และเพื่อ  
 เพิ่มพูนความสำเร็จเพื่อให้ชำนาญ ในเรื่องความสำเร็จ เพื่อพลิกแพลงให้เกิดความสำเร็จ แนวคิด  
 ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิบาท ๔ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นพอสรุปได้ดังนี้คือ พระ พุทธองค์ได้กล่าวถึง  
 อิทธิบาท ๔ ว่า เป็นสิ่งเพิ่มพูนความสำเร็จ เพื่อให้ชำนาญ เพื่อพลิกแพลงให้เกิด ความสำเร็จเพื่อละ  
 กิเลสอันเป็นเครื่องผูกใจ

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต)<sup>๓๔</sup> อิทธิบาท ๔ สรุปได้ว่า หลักธรรมที่ไม่เคยล้ำสมัย  
 หรือหลักธรรมอันเป็นหลักแห่งความสำเร็จ หรือทางแห่งความสำเร็จ ๔ ประการ

๑) ฉันทะ เพราะเหตุว่าทรงรักสิ่งที่ทรงทำ จึงได้ทำสิ่งที่ทำอยู่ในขณะนี้

๒) วิริยะ คือความพากเพียร ความพยายามไม่ย่อท้อ

<sup>๓๓</sup> ม.ม. (ไทย) ๑๓/๒๔๗/๒๕๒.

<sup>๓๔</sup> พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), ธรรมนุญชีวิต, พิมพ์ครั้งที่ ๔๖, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
 กรมศาสนา, ๒๕๕๕), หน้า ๔๐.

๓) จิตตะ คือความเอาพระทัยจดจ่อในสิ่งที่ทรงที่ทำ เพราะฉะนั้นท่านจึงทำได้

๔) วิมังสา ทำงานแล้วไม่ทิ้ง คอยตรวจสอบ ทบทวน ไตร่ตรอง พิจารณา

ดังนั้นหลักความสำเร็จปฏิบัติตามหลักธรรมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จแห่งกิจการที่เรียกว่า อธิบาท (ธรรมให้ถึงความสำเร็จ) ซึ่งมี ๔ ข้อ คือ<sup>๓๕</sup>

๑) ฉันทะ รักงาน การเห็นคุณค่า ความรัก ความพอใจ คือ มีใจรัก พอใจจะทำสิ่งนั้นและทำ ด้วยใจรัก ต้องการทำให้เป็นผลสำเร็จอย่างดีแห่งกิจหรืองานที่ทำ มิใช่สักว่าทำพอให้เสร็จๆ หรือเพียง เพราะอย่างได้รางวัลหรือผลกำไร

๒) วิริยะ สู้งาน ความเพียร เห็นเป็นความท้าทาย ใจสู้ขยัน คือ พากเพียรทำขยัน หมั่น ประคบ หมั่นกระทำสิ่งนั้นด้วยความพยายามเข้มแข็งอดทน เอาธุระ ไม่ทอดทิ้ง ไม่ทอดยถ่ ก้าว ไป ข้างหน้าจนกว่าจะ สำเร็จ

๓) จิตตะ ใส่ใจงาน ความคิด อุทิศตัวต่องาน ใจจดจ่อ จริงจัง คือ เอาจิตฝึกฝั่ ตั้งจิต รับรู้ ในสิ่งที่ทำ และทำสิ่งนั้นด้วยความคิดไม่ปล่อยจิตใจให้ฟุ้งซ่านเลือนลอย ใช้ความคิดในเรื่องนั้น บ่อยๆ เสมอๆ ทำกิจหรืองานนั้นอย่างอุทิศตัวอุทิศใจ

๔) วิมังสา ทำงานด้วยปัญญา ไตร่ตรอง พิสูจน์ทดสอบ ตรวจสอบ ตรวจสอบแก้ไขใช้ปัญญา สอบสวน คือ หมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจสอบหาเหตุผลและตรวจสอบข้อยิ่งหย่อน เกินเลย บกพร่องขัดข้องในสิ่งที่ทำนั้น โดยรู้จักทดลอง วางแผน วัดผล คิดค้นวิธีแก้ไขปรับปรุง เป็นต้น เพื่อ จัดการและดำเนินงานนั้นให้ได้ผลดียิ่งขึ้นไป

พระกวีวรรณญาณ (อ๋างใน พัทธราพร วีรสิทธิ์)<sup>๓๖</sup> ได้กล่าวไว้ว่า หลักในการทำงานให้สำเร็จนั้น ตามหลักพระพุทธศาสนาเรียกว่า “อธิบาท” มาจากคำว่า อธิ= ความสำเร็จ บาท = วิธีทางที่จะ นำไปสู่เมื่อ “อธิบาท” เป็นชื่อของธรรมหมวดหนึ่ง ก็หมายความว่า ธรรมหมวดนั้นแหละเป็น “หลักการ” สำคัญที่จะนำเราไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือไปสู่ความสำเร็จได้

ปัญญา ใช้บางอย่าง<sup>๓๗</sup> ได้กล่าวถึง อธิบาท ๔ ไว้เป็น ๒ นัย คือ นัยแห่งพระสูตรและนัย แห่งพระอภิธรรมจะแสดงหนักไปทางโลกุตตระ ในที่นี้เป็นการแสดงตามนัยแห่งพระสูตร ความหมาย ของอธิบาท มีดังนี้ ความพอใจ การทำความพอใจ ความใคร่เพื่อจะทำความฉลาด ความพอใจใน ธรรม นี้เรียกว่า ฉันทะ ความปรารถนาความเพียรทางใจ ความขะมักเขม้น ความบากบั่น ความตั้ง หน้า ความพยายาม ความอดสาหะ ความอดทน ความเข้มแข็ง ความหมั่น ความก้าวไปอย่างไม่ ท้อถอย ความไม่ทอดทิ้งฉันทะ ไม่ทอดทิ้งธุระ ความประคับประคอง ธุระไว้ด้วยดี วิริยะ วิริยอินทรีย์ วิริยพละ สัมมาวายามะ นี้เรียกว่า วิริยะ จิต มโน มานัส มโน วิญญานธาตุ นี้เรียกว่า จิต ปัญญา กิริยาที่รู้ชัด ความไม่หลง ความวิจยธรรม สัมมาทิฎฐิ นี้เรียกว่า วิมังสา

<sup>๓๕</sup> พัทธราพร วีรสิทธิ์, ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพและความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคตามหลักอธิบาท ๔ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานประกันสังคม, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต , (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , ๒๕๔๖), หน้า ๑๑.

<sup>๓๖</sup> เรื่องเดียวกัน,

<sup>๓๗</sup> ปัญญา ใช้บางอย่าง , ธรรมอธิบายหลักธรรมในพระไตรปิฎก , (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ธรรมสภา, ๒๕๔๘), หน้า ๕๐.

สนอง วรอุไร<sup>๓๘</sup> ได้กล่าวไว้ว่า อธิบาท ๔ คือ สูตรสำเร็จของชีวิต ตามที่พระพุทธเจ้าตรัสไว้ว่า จิตเป็นรากฐานของสิ่งทั้งหลาย จิตประเสริฐกว่าสิ่งทั้งหลาย สิ่งทั้งหลายสำเร็จได้ด้วยจิต เพราะฉะนั้น ความสำเร็จจึงอยู่ที่ใจ ไม่ว่าเราจะต้องการอะไรหากเราตั้งใจกำหนดจิตไว้มั่นคง ทุกสิ่งจะสำเร็จได้ตั้งใจ และอธิบาท ๔ ให้ถึงขั้น คือ ทำสิ่งต่างๆ ด้วยใจรัก ด้วยความพากเพียร ด้วยใจจดจ่อ และใช้ปัญญาไตร่สวนอย่างสม่ำเสมอ แล้วความสำเร็จจะไม่หนีไปไหน

ในโลกนี้ประวัติศาสตร์ยืนยันว่า<sup>๓๙</sup> ได้มีนักทำงานชั้นยอดเยี่ยมอยู่คนหนึ่ง คือ พระพุทธเจ้า พระองค์ทรงออกผนวช ทรงตั้งวัตถุประสงค์ไว้ว่าจะแสวงหาโมกขธรรมให้ได้ พระองค์ก็ได้โมกขธรรม สมประสงค์ ครั้นได้ตรัสรู้แล้วจะทรงประกาศพระศาสนาที่ทรงตั้งวัตถุประสงค์ไว้ว่า จะทรงประดิษฐานพระศาสนาให้มั่นคง มีบริษัทครบสี่แล้วจึงจะปรินิพพาน พระองค์เป็นนักทำงานชั้นยอดเยี่ยมของโลก เมื่อทรงทำงานจนมีประสบการณ์อย่างเพียงพอแล้ว พระองค์ทรงสรุปลงว่าสาเหตุแห่งความล้มเหลวของคนทำงานมีอยู่ ๔ อย่าง คือ ๑. ความเบื่อหน่าย ๒. ความเกียจคร้าน ๓. ความทอดธุระ ๔. ความโง่เขลา ซึ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นสาเหตุของความล้มเหลวในที่สุด

พระองค์ได้ทรงสรุปวิธีปฏิบัติไว้ ๔ ประการเหมือนกัน เรียกว่า อธิบาท ๔

#### ตารางที่ ๒ วิธีปฏิบัติอธิบาท ๔<sup>๔๐</sup>

ทางล้มเหลว	ทางสำเร็จ
ความเบื่อหน่าย	ฉันทะ
ความเกียจคร้าน	วิริยะ
ความทอดธุระ	จิตตะ
ความโง่เขลา	วิมังสา

ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา ๔ อย่างนี้ เรียกว่า อธิบาท แปลว่า ทางแห่งความสำเร็จ การเรียนอธิบาทแต่ละข้อนี้ ควรสนใจในจุดสำคัญ คือ

พันเอกปิ่น มุทุกันต์<sup>๔๑</sup> ได้แยกคำว่า อธิบาท ออกเป็นสองคำ คือ อธิ แปลว่า ฤทธิ์ บาท แปลว่าทางปฏิบัติ รวมกันเข้าเป็นศัพท์เดียวกันเป็น อธิบาท แปลว่า ทางปฏิบัติเพื่อให้บังเกิดฤทธิ์

<sup>๓๘</sup> สนอง วรอุไร, ทำชีวิตให้ได้ดีและมีสุข, พิมพ์ครั้งที่ ๑๐, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อัมรินทร์, ๒๕๕๐), หน้า ๙๗.

<sup>๓๙</sup> พันเอกปิ่น มุทุกันต์, แนวสอนธรรม : ตามหลักสูตรนิกธรรมตรี, (กรุงเทพฯ : คลังวิทยา, ๒๕๑๔) หน้า ๒๒๖.

<sup>๔๐</sup> เรื่องเดียวกัน



พุทธทาสภิกขุ<sup>๔๒</sup> ได้อธิบายว่า อิทธิบาท แยกเป็น อิทธิ แปลว่า ความสำเร็จ บาท แปลว่า ฐาน เจริญง ดังนั้น อิทธิบาท จึงแปลว่า รากฐานแห่งความสำเร็จ ซึ่งมี ๔ อย่างคือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา

พระธรรมปิฎก<sup>๔๓</sup> ได้อธิบายว่า อิทธิบาท แปลว่า ธรรมเครื่องให้ถึงอิทธิฤทธิ์หรือ ความสำเร็จหรือธรรมที่เป็นเหตุให้ประสบความสำเร็จ หรือแปลง่ายๆ ว่าทางแห่งความสำเร็จ

กล่าวโดยสรุปแล้ว อิทธิบาท ๔ หมายถึง ข้อปฏิบัติที่ให้บรรลุถึงความสำเร็จหรือทางแห่ง ความสำเร็จ มีอยู่ ๔ อย่างคือ

- ๑) ฉันทะ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น
- ๒) วิริยะ ความเพียรพยายามทำในสิ่งนั้น
- ๓) จิตตะ ความเอาใจฝักใฝ่ในสิ่งนั้น
- ๔) วิมังสา การพิจารณาใคร่ครวญหาเหตุผลในสิ่งนั้น

อิทธิบาท ๔ จึงเป็นหลักธรรมที่ทำให้ประสบความสำเร็จเป็นบันไดแห่งความสุขและ ความสำเร็จ คนเราเมื่อมีความรัก ความพอใจ ขยันหมั่นเพียร ความเอาใจใส่ใคร่ครวญอยู่เสมอการ ทำงานย่อมมีประสิทธิภาพและคนทำงานก็ย่อมมีความสุข หลักทำงานที่พระพุทธเจ้าสอนไว้มีสี่ข้อ เรียกว่า อิทธิบาท ถ้าพิจารณาอย่างละเอียดแล้วเห็นได้ชัดว่า เป็นสูตรทำงานที่สมบูรณ์ที่สุด แผง จิตวิทยาการวิจัยและพลังแห่งความสำเร็จไว้ครบครันในหลัก ๔ ข้อ คือ ความเต็มใจทำ(ฉันทะ) ความ แข็งใจทำ(วิริยะ) ความตั้งใจทำ(จิตตะ) และความเข้าใจทำ(วิมังสา) ทั้งสี่ข้อนี้เป็นเรื่องของใจทั้งนั้น เต็มใจ แข็งใจ ตั้งใจ เข้าใจ นี่คือ สูตรสำหรับนักทำงาน

#### ๒.๕.๒ ความสำคัญของอิทธิบาท ๔

ปัญหาหรืออุปสรรคที่จะขัดขวางให้การทำงานนั้น ไม่ประสบความสำเร็จมีหลายทางคือ เกิดจากตัวเองก็มี เกิดจากเหตุการณ์แวดล้อมก็มี เกิดจากเพื่อนที่ทำงานเองก็มี แต่อุปสรรคที่สำคัญ อย่างยิ่งที่เกิดจากตัวเราที่ทำงานไม่สำเร็จ มี ๔ อย่าง คือ ความเบื่อหน่าย ความเกียจคร้าน ความทอด ธุระ ความโม่งเขลา ดังนั้นพระพุทธเจ้าจึงสอนวิธีการทำงานไว้มี ๔ ข้อ เรียกว่า อิทธิ บาท แปลว่าทาง แห่งความสำเร็จ คือฉันทะ ความพอใจ วิริยะ ความเพียร จิตตะ ความใส่ใจ วิมังสา ความคิดค้น ถ้ามี อิทธิบาท ๔ นี้ครบแล้ว ย่อมบรรลุถึงความสำเร็จได้สมประสงค์หากสิ่งนั้นไม่เหลือวิสัย<sup>๔๔</sup> Watson (อ้างอิงจาก พงษ์พันธ์ พงษ์ไสภา)<sup>๔๕</sup> การเรียนรู้จะเกิดขึ้นเพราะมีการวางเงื่อนไข และการที่พฤติกรรม ใดจะมีความเข้มข้นรุนแรงนั้น มิใช่เป็นเพราะรางวัล หรือการเสริมแรงอย่างเดียว แต่เป็นเพราะการ เชื่อมโยงเกี่ยวพันกับสิ่งเร้า คือ สิ่งที่กระตุ้นให้นักเรียนมีความต้องการเรียนรู้มีอิทธิบาทสมบูรณ์ก็ เพราะสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกที่ทำให้นักเรียนมีแรงกระตุ้นที่จะเรียนรู้ มีสิ่งกระตุ้นที่สำคัญอย่าง หนึ่งคือ แรงจูงใจที่อยากจะเรียน ภาษาทางพระพุทธศาสนาว่า ฉันทะ ความพอใจหรือความต้องการ

<sup>๔๑</sup> พันเอกปิ่น มุกข์กันต์, แนวสอนธรรม : ตามหลักสูตรนักธรรมตรี, (กรุงเทพฯ : คลังวิทยา, ๒๕๑๔) .  
หน้า ๒๑๐.

<sup>๔๒</sup> พุทธทาสภิกขุ, การงานที่เป็นสุข, (กรุงเทพฯ : ธรรมสภา, ๒๕๓๗). หน้า ๙๐.

<sup>๔๔</sup> ปิ่น มุกข์กันต์, พ.อ. มงคลชีวิตภาค ๒, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มัทมามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๕), หน้า ๑๐

<sup>๔๕</sup> พงษ์พันธ์ พงษ์ไสภา, พฤติกรรมกลุ่ม, (กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, ๒๕๔๒), หน้า ๙๒.



มีความสัมพันธ์กับความเพียรพยายาม (วิริยะ) สนใจในการเรียนรู้โดยมิเห็นแก่ความยากลำบาก คือ ตั้งใจเรียนรู้ (จิตตะ) และ การหาวิธีการหรือการพิจารณา (วิมังสา) สิ่งที่เกี่ยวข้องต่อการเรียน ละสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องต่อการเรียน ทำให้ตนเองประสบความสำเร็จการศึกษาได้เพราะมีสิ่งเร้า

อิทธิบาท ๔ มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ก็เพราะว่า การฝึกหัดคนให้มีคุณธรรมตามหลักอิทธิบาท ๔ นี้จัดเป็นการใช้ปัญญาในการพิจารณาหาเหตุผลและกระบวนการทำงาน โดยวิมังสา เป็นผลของจิตตะ คือเมื่อตรวจตราดูแล้วเห็นว่า การทำงานของตนยังบกพร่องอยู่หรือผิดวัตถุประสงค์ อีกอย่างหนึ่งคือพิจารณาหาเหตุผลในการทำงานตามขั้นตอน งานที่ลงมือทำแล้วนั้นได้ผลเป็นขั้นๆ อย่างไร เป็นการทบทวนผลว่าเป็นที่ พึงปรารถนาหรือไม่ ถ้าได้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจหรือได้ผลที่ไม่พึงปรารถนาก็จัดการแก้ไขหรือปรับปรุงตามกระบวนการอิทธิบาท ๔

๒.๕.๓ องค์ประกอบของอิทธิบาท ๔ ไว้ดังนี้<sup>๕๖</sup>

๑) ฉันทะ แปลว่า ความพอใจ ได้แก่ ความมีใจรักใคร่สิ่งๆ ที่ทำและพอใจใฝ่รักในจุดหมายของสิ่งๆ ที่ทำนั้น อยากทำสิ่งๆ นั้นๆ ให้สำเร็จ อยากให้งานนั้นหรือสิ่งนั้นบรรลุ

๒) วิริยะ แปลว่า ความอดทน กล้ากล้า บากบั่น ก้าวไป ใจสู้ ไม่ย่อท้อไม่หวั่นกลัวต่ออุปสรรคและความยากลำบาก เมื่อคนรู้ว่าสิ่งใดมีคุณค่าควรแก่การบรรลุถึง ถ้าวิริยะเกิดขึ้นแก่เขาแล้ว แม้ได้ยิวว่าจุดหมายนั้นจะลุล่วงได้ยากนัก มีอุปสรรคมาก หรืออาจใช้เวลาเท่านั้นปีเท่านั้นเดือนเขาก็ไม่ท้อถอย กลับเห็นเป็นสิ่งท้าทายที่เขาจะเอาชนะให้ได้ทำให้สำเร็จ

๓) จิตตะ แปลว่า ความคิดจดจ่อ หรือเอาใจฝักใฝ่ ได้แก่ ความมีจิตผูกพัน จดจ่อเฝ้าคิดเรื่องนั้นใจอยู่กับงานนั้น ไม่ปล่อย ไม่ห่างไปไหน ถ้าจิตตะเป็นไปอย่างแรงกล้าในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรืองานอย่างใดอย่างหนึ่ง คนผู้นั้นจะไม่สนใจไม่รับรู้เรื่องอื่นๆ ใครพูดอะไรเรื่องอื่นๆ ไม่สนใจ แต่ถ้าพูดเรื่องงานนั้นจะสนใจเป็นพิเศษ

๔) วิมังสา แปลว่า ความสอบสวนไตร่ตรอง ได้แก่ การใช้ปัญญาพิจารณาหมั่นใคร่ครวญตรวจตราหาเหตุผล และตรวจสอบข้อยิ่งหย่อน เกินเลย บกพร่องหรือขัดข้อง เป็นต้น ในกิจที่ทำรู้จักทดลองและคิดค้นหาทางแก้ไขปรับปรุง

พิฑูร มลิวัลย์ ได้กล่าวไว้ว่า<sup>๕๗</sup> องค์ประกอบของอิทธิบาท ๔ ได้แก่ ๑. ฉันทะ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น คือ เมื่อทำสิ่งใดก็ทำด้วยความพอใจด้วยความรัก ในสิ่งนั้น ทำสิ่งนั้นด้วยความเต็มใจ ไม่เบื่อหน่ายในกิจที่ทำ (เต็มใจ) ๒. วิริยะ ความเพียรประกอบสิ่งนั้น คือ เมื่อทำสิ่งใดก็ทำด้วยความขยันหมั่นเพียร ด้วยความพยายาม เข้มแข็งอดทน ไม่ทอดทิ้งกิจที่ทำนั้น (แข็งใจ) ๓. จิตตะความเอาใจฝักใฝ่ในสิ่งนั้น ไม่วางธุระ คือ เมื่อทำสิ่งใดทำด้วยความรู้จัก ไตร่ตรอง ทำด้วยปัญญา รู้จักพิจารณาใคร่ครวญ ตรวจหาสาเหตุด้วยความรอบคอบ (เข้าถึง) ๔. วิมังสา ความหมั่นตรองพิจารณาเหตุผลในสิ่งนั้น เมื่อทำสิ่งใดทำด้วยความรู้จัก ไตร่ตรองรู้จักพิจารณาใคร่ครวญ รู้จักพินิจพิจารณา ทดลองทดสอบ (เข้าใจ) จากองค์ประกอบของอิทธิบาท

<sup>๕๖</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พุทธธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๘, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๘๔๒ - ๘๔๔.

<sup>๕๗</sup> พิฑูร มลิวัลย์, แบบเรียนวิชาธรรมและนักธรรมชั้นตรี, (กรุงเทพมหานคร : กรมการศาสนา, ๒๕๔๐), หน้า ๑๙ - ๒๐

สรุปได้ว่า อธิปไตย ๔ หมายถึง คุณธรรมที่ทำให้ประสบความสำเร็จตามประสงค์ โดยหวังความสำเร็จในสิ่งใดต้องทำตนให้สมบูรณ์ด้วยสิ่งที่ เรียกว่า อธิปไตย มี ๔ ประการ คือ ฉันทะ (ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น) วิริยะ (ความเพียรประกอบ สิ่งนั้น) จิตตะ (ความเอาใจฝักใฝ่) วิมังสา (การหมั่นตรិตรองพิจารณาเหตุผล)

### ๒.๕.๒ แนวคิดผู้ประกอบการ(Entrepreneur)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเองด้วยตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (วุฒิชัย จงคำนิ่งศีล, ๒๕๔๗) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่ เป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้ประกอบการใหม่ มีการแสวงหาตลาด หรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม ผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้นการพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพ และเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถรวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (พนทิพย์ ฆารไสว, ๒๕๕๔)

๑. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการประกอบการ ประเมินได้จากคุณลักษณะต่างๆ ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของ Frese (๒๐๐๐) ดังนี้

- ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถที่จะนำตนเองไปสู่โอกาสและสามารถทำงานได้ด้วยตัวเอง ตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ

- ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ พัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ซ้ำแบบดั้งเดิม การบริการและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง ความกล้าในการตัดสินใจ ทำกิจกรรมภายใต้สถานะที่ไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวเท่ากัน และยอมรับความเสี่ยงได้ เพื่อหวังผลกำไรของการดำเนินงาน

- ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง การที่มีความมุ่งมั่นสูงในการทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยความพยายามล้ำหน้า และมีการบริหารจัดการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

- ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับตนเอง และนำข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

- ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง เป็นผู้ที่มีความหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ หรือให้ความสำคัญกับหนทางที่ไปสู่ความสำเร็จ ชอบงานท้าทาย และมีแรงจูงใจในการดำเนินงานนั้นๆ ให้ได้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ

๒. ศักยภาพผู้ประกอบการ ศักยภาพเป็นสมรรถนะของบุคคลที่มีความสามารถที่แตกต่างจากผู้อื่นผ่านประสบการณ์ธุรกิจ ความรู้ที่สั่งสมมาทุนเดิมทางสังคมแนวคิดในการทำงาน เครือข่ายธุรกิจและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการต้องมีการแบกรับความเสี่ยงและมีความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ (Cunningham and Lischeron, ๑๙๙๑; Cantillon, ๑๙๓๑) แต่แนวคิดของมีปีเตอร์ (Joseph Schumpeter, ๑๙๑๐) มีมุมมองที่แตกต่างไปไม่ได้สนใจเรื่องความเสี่ยงแต่ให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมองค์การและเห็นว่าผู้ประกอบการนั้นคือ ผู้นำเสนอสิ่งใหม่ (innovator) ที่ไม่ใช่ช่างประดิษฐ์ (inventor) ทำการเปลี่ยนแปลง “ตลาด” ด้วยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาผสมรวมกัน (resource combination) ให้กลายเป็นสิ่งใหม่ และได้แบ่งวิธีการนี้ออกเป็น ๕ วิธีได้แก่

- (๑) การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพใหม่
- (๒) การใช้วิธีการผลิตแบบใหม่
- (๓) การเปิดตลาดใหม่
- (๔) การค้นหาแหล่งซัพพลายใหม่หรือการค้นหาวัตถุดิบชนิดใหม่และ
- (๕) การก่อตั้งกิจการใหม่ (Schumpeter, ๑๙๓๔, p.๑๒๐)

ซึ่งผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในวงจรธุรกิจยุคใหม่รวมถึงที่เป็นผู้ริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ ในวงการค้าทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็นผู้นำของตลาดสากล (Frederick; Kuratko; Hodgetts, ๒๐๐๗, p. ๓๒๑)

## ๑. ด้านผู้ประกอบการ

๑.๑ หลักปาปนิกรรม หลักของการบริหารจัดการ โดยทั่วไปแล้วในการจัดการบริหารจัดการมักต้องมีหลักธรรมนี้ประกอบการบริหารกิจการหรือองค์กร จากเนื้อหาในพระธรรมปิฎกได้กล่าวไว้เกี่ยวกับหลักปาปนิกรรม ๓ ไว้ว่าเป็นหลักพ่อค้าหรือคุณสมบัติของพ่อค้าที่พึงจะมีโดยจะต้องมีหลักในการบริหารจัดการหรือมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

๑.๑.๑ จักขุมา คือ ตาดี หมายถึง การรู้จักสินค้า สามารถมองสินค้าเป็น รวมไปถึงสามารถคำนวณราคาโดยเล็งเห็นทุนและกำไรได้อย่างแม่นยำ มีปัญญามองการณ์ไกล สามารถคาดการณ์ทิศทางในอนาคตในการประกอบธุรกิจได้อย่างแม่นยำด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล ซึ่งอาจจะใช้ประสบการณ์ในอดีตร่วมประกอบการตัดสินใจวางแผนต่างๆ



๑.๑.๒ วิธูโร คือ จัดเจนธุรกิจ หมายถึง รู้จักแหล่งซื้อแหล่งขายที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธุรกิจของตน อีกทั้งรู้ความเคลื่อนไหวหรือความต้องการของตลาด เพื่อการเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ต้องมีความสามารถในการจัดซื้อจัดจำหน่าย รู้ใจและรู้จักเอาใจลูกค้า บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า สามารถจัดการธุรกิจอย่างมืออาชีพ

๑.๑.๓. นิสยสัมปโน คือ มีพร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย หมายถึง ความสามารถทำตนให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับหมู่แหล่งทุนใหญ่ (เครดิตดี) หรือมีความสามารถหาเงินมาลงทุนหรือดำเนินกิจการธุรกิจของตนได้โดยง่าย อันรวมไปถึงมีมนุษยสัมพันธ์ดีในการติดต่อเจรจาธุรกิจต่างๆให้ดำเนินงานไปตามระยะเวลา หรือสามารถทำให้ผู้คนหรือพนักงานสามารถปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจจะทำ<sup>๔๘</sup>

**พระณรงค์ วุฒิเมธี (สังขวิจิตร)**<sup>๔๙</sup> ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามหลักปาปณิกสูตรว่า ผู้บริหาร(ผู้ประกอบการ) ควรมีโอกาสเปิดกว้างความคิดเห็นจากคนรุ่นใหม่ รวมไปถึงต้องเข้าใจในทิศทางและวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างถ่องแท้ตามหลักปาปณิกธรรมว่าด้วยจักขุมา ส่วนด้านวิธูโรควรมีทัศนคติในการเปิดกว้างและมีความเท่าเทียมกันและมีการใช้คนให้ถูก (Put the right man on the right job) นอกจากนี้ควรมีให้การอบรมความเป็นผู้นำสร้างจิตสำนึกให้คนกับองค์กร ละลายพฤติกรรมคนในองค์กร เอาใจใส่บุคลากร และเพิ่มโอกาสทางความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานตามหลักนิสยสัมปโน

๑.๒ พรหมวิหาร ๔ เป็นธรรมของผู้เป็นใหญ่หรือผู้ประเสริฐ ซึ่งเป็นคุณธรรมที่บุคคลควรปฏิบัติต่อกันโดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในฐานะผู้ใหญ่ที่มีหน้าที่ให้การอบรมสั่งสอน ตลอดจนการชี้แนะแนวทางให้ผู้ผู้น้อย จนทำให้ผู้น้อยเกิดความรู้สึกรักสำนึกในบุญคุณ อันประกอบไปด้วย ๔ ข้อ ได้แก่ เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา<sup>๕๐</sup>

๑.๒.๑ เมตตา (ความรัก) คือ ความจงใจปรารถนาดี มีจิตไมตรี มุ่งช่วยเหลือให้ทุกคนเกิดประโยชน์และความสุขทั้งกายและใจ เช่น ความสุขจากการมีทรัพย์สิน ความสุขจากการใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ความสุขจากการปราศจากหนี้สิน และความสุขอันเกิดจากการทำในสิ่งที่ปราศจากโทษ เป็นต้น

๑.๒.๒ กรุณา (ความสงสาร) คือ ความอยากให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้พ้นจากความทุกข์ทั้งปวง ซึ่งความทุกข์ได้แก่สิ่งที่เบียดเบียนให้เกิดความไม่สบายกายและใจ เกิดขึ้นจากหลายปัจจัย พระพุทธองค์ทรงสรุปเกี่ยวกับความทุกข์ไว้ว่าสามารถแบ่งทุกข์ออกได้เป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ทุกข์โดยสภาวะ (การเกิด การเจ็บไข้ ความชราภาพ และความตาย) และทุกข์จรหรือทุกข์ทางใจ

<sup>๔๘</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)**, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๙๖-๙๘.

<sup>๔๙</sup> พระณรงค์ วุฒิเมธี (สังขวิจิตร), “การบริหารจัดการตามหลักทฤษฎีปาปณิกสูตรของ บริษัท เอ็นอีซี อินฟอนเทียร์ (ไทย) จำกัด,” **วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๒๓-๒๔.

<sup>๕๐</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)**, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๑๒๔.



(ทุกข์อันเกิดจากสาเหตุที่อยู่ภายนอกตัวเรา เช่นการหวังแล้วไม่เป็นดังหวัง ประสบกับสิ่งที่ไม่เป็นที่รักหรือชอบ การพลัดพราก) ซึ่งความกรุณาคือการอยากให้พ้นทุกข์เหล่านี้

๑.๒.๓ มุทิตา (ความเบิกบายพลอยยินดี) คือ ความอยากเห็นผู้อื่นมีความสุข จนตนเองก็รู้สึกเป็นสุขเช่นกัน และเมื่อเห็นว่าผู้หนึ่งประสบความสำเร็จมากขึ้นก็จะพลอยยินดีไปด้วย โดยปราศจากความริษยาในใจ ซึ่งความริษยามักเกิดขึ้นเมื่อได้เห็นผู้อื่นได้ดีกว่าตน ดังนั้นมุทิตาคือคนที่ฝึกหัดตนให้เป็นคนไม่ริษยา เพื่อสร้างไมตรีจิตและผู้มิตรกับผู้อื่นได้อย่างลึกซึ้ง

๑.๒.๔ อุเบกขา (ความรู้สึกรู้ใจเป็นกลาง) คือ การวางเฉยเที่ยงตรงดั่งตราขังมองตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น มองเห็นการที่บุคคลได้รับผลดีหรือชั่วสมควรแก่เหตุที่ผู้หนึ่งประกอบขึ้น พร้อมทั้งจะวินิจฉัย วางตนและปฏิบัติไปตามความเหมาะสมอย่างตรงไปตรงมา แม้ว่าบุคคลนั้นจะมีความสนิทสนมต่อกัน<sup>๕๑</sup>

**อุทิศ การเพียร<sup>๕๒</sup>** ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้พรหมวิหาร ๔ ในการบริหารบุคลากร มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ด้านเมตตาในการบริหารบุคลากร ผู้บริหารควรเป็นแบบอย่างที่ดี ให้ความรักความเมตตาแก่ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาด้วยความไม่ลำเอียง ตลอดจนเอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือ ในด้านกรณา ผู้บริหารควรสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา รวมไปถึงส่งเสริมพัฒนาความรู้ อารมณ์ จิตใจ และสังคมในทางการทำงานตามความสามารถ และช่วยให้ผู้ที่ปฏิบัติงานให้พ้นจากความเดือดร้อนทางกายและใจ ในด้านมุทิตา ผู้บริหารควรปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นธรรม รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและควรเป็นผู้มีเหตุผล รวมไปถึงการให้ความเป็นมิตรไมตรีต่อทุกคน และในด้านอุเบกขาผู้บริหารควรมีการแก้ไขปัญหาอย่างยุติธรรม ไม่ควรมีอคติ ให้คำนึงถึงหมู่คณะก่อนตัดสินใจ และให้ความช่วยเหลือจัดสรรสวัสดิการต่างๆ ให้กับผู้ใต้บัญชา

๑.๓ สังคหวัตถุ ๔ คือ เครื่องยึดเหนี่ยวใจและสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ ประกอบไปด้วย ทาน ปิยวาจา อตถจริยา สมานัตตตา<sup>๕๓</sup> โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑.๓.๑ ทาน คือ การให้หรือการแบ่งปัน โดยให้ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตลอดจนการเสียสละช่วยเหลือสงเคราะห์ด้วยปัจจัยสี่ แบ่งปันความสุขให้แก่กันและกัน รวมไปถึงการให้ความรู้ความเข้าใจเป็นวิทยาทานแก่ผู้อื่น

๑.๓.๒ ปิยวาจา คือ การใช้การพูดด้วยคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง มีเหตุผลเป็นหลักเป็นฐาน ตลอดจนการชี้แจงหรือแนะนำแต่สิ่งเป็นประโยชน์ ชักจูงแต่ในทางที่เป็นประโยชน์ดีงาม หรือแสดงความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น รวมไปถึงการให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจเห็นแจ้ง สมานสามัคคี และเกิดไมตรีมิตร จนนำไปสู่การรักใคร่นับถือเกื้อกูลกันในหมู่คณะ

<sup>๕๑</sup> ญัตถวรรณ วิฑิตาคม, “การประยุกต์ใช้พรหมวิหาร ๔ ในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต ๔๒”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๑๘-๑๙.

<sup>๕๒</sup> อุทิศ การเพียร, “การบริหารบุคลากรตามหลักพรหมวิหาร ๔ ในทัศนะของบุคลากรตำแหน่งปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๘), หน้า ๘๑-๘๓.

<sup>๕๓</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), *ธรรมนุญชีวิต*, พิมพ์ครั้งที่ ๘๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐.), หน้า ๒๕.

๑.๓.๓ อัตถจริยา คือ การทำประโยชน์ให้แก่กันและกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ด้วยร่างกายและแรงใจ ชวนชวนช่วยเหลือกิจการต่างๆ เพื่อประโยชน์ส่วนรวม รวมไปถึงการช่วย แก้ไขปัญหา ปรับปรุง และแบ่งเบาภาระของกันและกัน ซึ่งทำให้การดำเนินการใดๆ สำเร็จลุล่วงได้ อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา

๑.๓.๔ สมานัตตา คือ การปรับตัวสมานให้เข้ากับผู้อื่นด้วยการวางตัวเสมอต้น เสมอปลาย สร้างความไว้วางใจ มีความจริงใจต่อกันจนทำให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกปลอดภัย ปราศจากการเอาเปรียบและไม่หวาดระแวงกัน ปฏิบัติตนให้สม่ำเสมอต่อผู้คนที่หลากหลาย มีสุขร่วมเสพ มีทุกข์ร่วมแก้ไขปัญหา โดยให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกันของคนในกลุ่มหรือองค์กร<sup>๕๔</sup>

ในการน้อมนำหลักธรรมข้อนี้ไปใช้เพื่อการบริหารองค์กรนั้น **ธีรพงษ์ บุญรักษา และนวพันธ์ วอกกลาง**<sup>๕๕</sup> กล่าวว่า การที่ผู้บริหารองค์กรสามารถน้อมนำหลักสังคหวัตถุ ๔ นี้ ไป ประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กร ก็จะเกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างมากต่อองค์กร เพราะจะเป็นผูก ใจกับผู้ใต้บังคับบัญชา เกิดความเข้าใจ ความเห็นใจ ความเชื่อใจ และกลายเป็นความจริงใจขึ้น ซึ่งจะ สนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ความสามัคคีในหมู่คณะ และทำให้สามารถทำงานได้อย่างเป็นทีมที่ ดี ที่มีความเหนียวแน่น และมีประสิทธิภาพสูง ได้นำเสนอแนวทางในการนำมาใช้เพื่อการบริหาร องค์กร สามารถสรุปตามหลักสังคหวัตถุ ๔ ได้ดังนี้

๑. ทาน: การให้ประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงานผู้บริหารต้องรู้จัก “ให้” เป็นผู้มี น้ำใจ ใจกว้าง มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แต่เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น การให้สิ่งของต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ความรัก ความไว้วางใจ โอกาสในการทำงาน สำคัญ ให้เกียรติให้คุณค่าและศักดิ์ศรี และปกป้องเมื่อมีผู้อื่นมาคุกคามผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ความอบอุ่น ทำให้ความรู้ และที่สำคัญอีกประการ คือ การให้อภัย เป็นการให้ออกสแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาที่ ทำ ผิดพลาด ได้มีโอกาสในการพัฒนา และปรับปรุงตนเอง เป็นต้น

๒. ปิยวาจา: การพูดและการสื่อสารที่เกิดประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหารจะต้องใช้การสื่อสารด้วยคำพูดที่เหมาะสม คำพูดที่เหมาะสมกับผู้รับ คือ การปรับการใช้ คำพูดให้มีความเหมาะสมกับผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น คำพูดที่สุภาพ คำพูดที่นุ่มนวล อย่างไรก็ตามการ ใช้คำพูดที่เหมาะสมควรคำนึงถึงการสื่อสารผ่านคำพูดนั้นให้เป็นไปด้วยความจริงใจ ความมีไมตรี ความเท่าเทียม การให้เกียรติ การชื่นชมและยกย่อง เป็นต้น

๓. อุตถจริยา: การทำประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงานผู้บริหารจะต้องทำตัวให้ เป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและผู้ใต้บังคับบัญชา โดยไม่นิ่งดูตายและต้องพยายามช่วยเหลือเกื้อกูล เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่เสมอ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ เช่น การลงมือช่วยเหลือ การจัดทำโครงการต่างๆ การให้คำแนะนำที่ถูกต้อง การแนะนำหรือขอความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ หรือเครือข่ายที่สามารถช่วยเหลือการปฏิบัติหน้าที่ของเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น

<sup>๕๔</sup> อรศิริ เกตุศรีพงษ์, “สังคหวัตถุ ๔ : วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้”, *วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต*, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๖๘ (พฤษภาคม - มิถุนายน ๒๕๕๐): ๔๓- ๔๖.

<sup>๕๕</sup> ธีรพงษ์ บุญรักษา และนวพันธ์ วอกกลาง, “แนวทางการบริหารองค์กรด้วยหลักธรรม”, *วารสาร บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, ปีที่ ๑๑ ฉบับพิเศษ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๙): ๔-๒๐.

นอกจากนั้น ยังหมายรวมถึงการทำประโยชน์ด้วยตนเอง ไม่เกี่ยวกับหน้าที่ เช่น การทำตนเป็นเพื่อนที่ดี ให้กำลังใจแก่ครอบครัวของบุคลากร เป็นต้น

๔. สมานัตตา: การวางตัวอย่างเป็นประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหารจะต้องวางตัวให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงวัฒนธรรม ประเพณี และหลักการที่ถูกต้องด้วย นอกจากนี้ ผู้บริหารยังต้องวางตัวอย่างยุติธรรม ไม่เอินเอียงต่อความไม่ถูกต้อง ไม่ทอดทิ้งเพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่โยนความผิดให้แก่ผู้อื่น แต่ต้องร่วมทุกข์ร่วมสุขกับเพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาการประยุกต์ใช้สังคหวัตถุ ๔ ในการบริหารกิจการสหกรณ์ โดย **ปราโมทย์ ยอดแก้ว**<sup>๕๖</sup> ได้ศึกษาประเด็นการใช้หลักธรรมในการพัฒนารูปแบบสหกรณ์ตามแนวพุทธ พบว่าสังคหวัตถุ ๔ เป็นหลักธรรมที่สามารถทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จ ซึ่งหลักธรรมนี้ช่วยสอนในเรื่องการช่วยเหลือแบ่งกันกัน ความสุจริต ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรในองค์กร โดยอิงอยู่บนแนวคิดเรื่องปฏิสัมพันธ์ที่สอนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ

๑.๔ ทัศนคติที่มีต่อประโยชน์ ๔ เป็นธรรมที่ใช้เป็นไปเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน หรือเรียกว่า หัวใจเศรษฐี เป็นหลักธรรมที่อำนวยความสะดวกในขั้นต้นอันพึงได้รับการประกอบกิจการหรือการมียึดอาชีพสุจริตที่มีความถูกต้องทั้งในทางกฎหมายและศีลธรรม เป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ต้องอาศัยการรอคอยในภายภาคหน้า ซึ่งผลอาจจะมีผลเป็น เงินทอง สิ่งของ ชื่อเสียงเกียรติยศ การสรรเสริญ หรืออาจจะเป็นผลตอบแทนทางด้านจิตใจก็ได้ มีทั้งหมด ๔ ประการ<sup>๕๗</sup> ดังต่อไปนี้

๑.๔.๑ อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น คือ ขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติหน้าที่การงาน ประกอบอาชีพอันสุจริต มีความชำนาญ รู้จักใช้ปัญญาสอดส่อง ตรวจสอบหาอุบายวิธีสามารถจัดดำเนินการให้ได้ผลดี ตลอดจนทำให้มีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งต่ออาศัยความขยันหมั่นเพียร

๑.๔.๒ อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษา คือ รู้จักคุ้มครองเก็บรักษาโภคทรัพย์ และผลงานอันตนได้ทำไว้ด้วยความขยันหมั่นเพียร โดยชอบธรรม ด้วยกำลังงานของตน ไม่ให้เป็นอันตรายหรือเสื่อมเสีย แต่ไม่ได้หมายถึงการเก็บอย่างเดียวโดยไม่ใช้สอย ควรเป็นการเก็บเพื่อให้มีใช้สอยตลอดไป

๑.๔.๓ กัลยาณมิตรตตา คบคนดีเป็นมิตร คือ รู้จักกำหนดบุคคลในถิ่นที่อาศัย เลือกเสวนากับผู้ที่เป็นมิตรแท้ ซึ่งแบ่งได้เป็น ๔ จำพวก ได้แก่ มิตรมีอุปการะ มิตรร่วมสุขร่วมทุกข์ มิตรแนะนำประโยชน์ และมิตรมีความรักใคร่ ซึ่งการเลือกคบคนดีเป็นมิตรจะส่งผลทำให้การประกอบกิจการใดๆ มีความราบรื่นและเจริญก้าวหน้า ทั้งในหน้าที่การงานและกิจการงานใดๆ

<sup>๕๖</sup> ปราโมทย์ ยอดแก้ว, “การพัฒนาแบบสหกรณ์ตามแนวพุทธ”, วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี, ฉบับที่ ๘ (๑๗) (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๗): ๒๕-๓๗.

<sup>๕๗</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม), (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๑๓๘.



๑.๔.๔ สมชีวิตา มีความเป็นอยู่เหมาะสม คือ รู้จักกำหนดรายได้และรายจ่ายเลี้ยงชีวิตแต่พอดี เลี้ยงชีวิตตามกำลังทรัพย์ที่หามาได้ มิให้ฝืดเคืองหรือฟุ่มเฟือย ให้รายได้เหนือรายจ่าย มีประหยัดเก็บไว้<sup>๕๘</sup>

หลักสำคัญของทฤษฎีธัมมิกัตถประโยชน์ ๔ หากปฏิบัติตามได้ จะทำให้ได้รับประโยชน์หลายประการแก่ผู้ประพฤติปฏิบัติตาม รวมไปถึงการส่งผลดีไปยังสังคมด้วย ไม่ว่าจะเป็น สามารถทำให้บุคคลสามารถสร้างหลักฐานได้อย่างมั่นคง เป็นแบบอย่างที่ดีให้ผู้อื่นไปปฏิบัติตามได้ จนนำไปสู่การมีเกียรติมีชื่อเสียงและเกิดมีค่านับถือเชื่อถือฟัง รวมไปถึงการสร้างเสริมพันธมิตรกับคนรอบข้าง ตลอดจนจนทำให้มีโอกาสในการบำเพ็ญประโยชน์แก่ส่วนรวม นอกจากนี้ยังสามารถสร้างการเจริญก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจให้แก่ประเทศชาติในทางอ้อมและช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นสังคมได้

๑.๕ อคติ ๔ เป็นสิ่งที่ไม่ควรประพฤติ ซึ่งในทางพระพุทธศาสนาหมายถึงความลำเอียง เป็นธรรมชาติของผู้เป็นใหญ่ที่ต้องยึดถือ โดยอคติเป็นวิถีในทางที่ไม่ถูกต้องหรือการดำเนินการไปในทางที่ผิด อันเกิดจากทัศนคติส่วนตัวหรือความคิดเห็นที่ผิด จนนำไปสู่ความลำเอียงหรือความไม่เที่ยงธรรม ประกอบไปด้วย ๔ ประการ ได้แก่

๑.๕.๑ ฉันทาคติ คือ ความลำเอียงเพราะรัก ชอบ ด้วยการให้การช่วยเหลือหรือเข้าข้างคนที่ตนรักหรือชอบ จนนำไปสู่การไร้ความเที่ยงธรรม มักเกิดกับบุคคลใกล้ชิดสนิทสนม

๑.๕.๒ โทษาคติ คือ ความลำเอียงเพราะความไม่ชอบหรือความโกรธในบุคคลนั้น จนนำไปสู่การกลั่นแกล้งหรือป้ายโทษให้แก่บุคคลนั้นที่เกลียดชัง

๑.๕.๓ โมหาคติ คือ ความลำเอียงเพราะความหลง ความเขลา ด้วยการกลั่นแกล้งให้คนที่เกลียดชังเป็นทุกข์ ซึ่งมักจะเกิดจากความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์

๑.๕.๔ ภัยาคติ คือ ความลำเอียงเพราะความกลัว ซึ่งเป็นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้การช่วยเหลือคนที่มีอิทธิพลตลอดจนคนมีอำนาจเหนือเรา จนทำให้เกิดการเสียความยุติธรรมไป มักเกิดจากการเกรงกลัวอำนาจและอิทธิพลที่อยู่เหนือเรา

**อภิชาติ พานสุวรรณ**<sup>๕๙</sup> กล่าวไว้ว่า อคติ ๔ เป็นสิ่งที่ผู้ที่มีหน้าที่บริหารต้องละเว้น เพื่อครองใจคนในองค์กร โดยอคติเป็นสิ่งที่อกุศลธรรม ที่สามารถทำลายจิตใจคนได้ ตลอดจนจนไม่สามารถครองใจคนได้ จนนำไปสู่ความลำเอียง ความไม่ยุติธรรมและก่อให้เกิดความขัดแย้งในองค์กร อคติ ๔ จึงเป็นสิ่งต้องห้ามสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องบริหารคนในองค์กร

## ๒. หลักพุทธธรรมด้านการผลิต

### ๒.๑ หลักธรรมสี่ปรัสนธรรม

<sup>๕๘</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **ธรรมนุญชีวิต**, พิมพ์ครั้งที่ ๘๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐.), หน้า ๓๘.

<sup>๕๙</sup> อภิชาติ พานสุวรรณ, “หลักพุทธบูรณาการเครื่องมือครองใจคนของผู้บริหารยุคใหม่”, **วารสาร มหาวิทยาลัยวงศการณราชวิทยาลัย สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๐): ๑๐๐ - ๑๑๑.



สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณสมเด็จพระสังฆราช(อฎฐายี)<sup>๖๐</sup> กล่าวว่า สัปปริสธรรม ๗ หมายถึง คุณธรรม ๗ ประการ ที่ผู้ได้ปฏิบัติตามผู้นั้นย่อมเป็นสัปปริสชนที่เจริญด้วยคุณสมบัติควรค่าแก่การนับถือ สามารถให้บุคคลผู้นั้นสามารถประกอบกิจกรรมการงานบรรลุผลสำเร็จด้วยดี และเป็นหลักเพื่อให้คนเป็นบุคคลผู้สงบสุข และมีความเจริญรุ่งเรืองให้หน้าที่การงานได้

นอกจากนี้ในพจนานุกรมศาสนา ฉบับประมวลศัพท์ของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต)<sup>๖๑</sup> ได้ให้ความหมายว่า ธรรมของสัตบุรุษ หรือธรรมของคนดี มีทั้งหมด ๗ ประการ ที่เป็นองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างสมบูรณ์ จนทำให้ผู้นั้นสามารถจัดการหรือปฏิบัติการณ์ในหน้าที่ของตนให้ประสบความสำเร็จดังที่เป้าหมายได้คาดการณ์ไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย

๒.๑.๑. ธัมมัญญตา เป็นผู้รู้จักเหตุ รู้หลักการ รู้งาน รู้หน้าที่ รู้กติกาที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบกิจกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

๒.๑.๒. อตถัญญตา เป็นผู้รู้จักผล รู้จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่เป็นไปตามหลักการที่ตนได้ประกอบ สามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ และมีความแน่วแน่มุ่งมั่นที่ต้องไปให้ถึงเป้าหมาย

๒.๑.๓. อตตัญญตา เป็นผู้รู้จักตน รู้สถานะของตนเอง รวมไปถึงคุณสมบัติ ความพร้อม ความถนัด สติปัญญา ความสามารถ และจุดแข็งจุดอ่อน รวมไปถึงการเตือนตัวเองอยู่เสมอ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงตัวเอง

๒.๑.๔. มัตตัญญตา เป็นผู้รู้จักประมาณ รู้จักความพอดีของชีวิตจำกัดในแต่ละเรื่องที่จะทำต่างๆ รวมไปถึงการจัดองค์ประกอบให้ได้สัดส่วนที่พอเหมาะพอดี

๒.๑.๕. กาลัญญตา เป็นผู้รู้จักกาล รู้จักเวลา สามารถลำดับ ระยะเวลา จังหวะ ปริมาณ ได้อย่างเหมาะสมในการวางแผนทำกิจการต่างๆ และสามารถรับมือกับสถานการณ์นั้นได้อย่างเหมาะสม

๒.๑.๖. ปริสัญญตา เป็นผู้รู้จักบริษัท รู้สังครอบข้าง ทันโลก โดยเฉพาะสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม แม้แต่สังคมขนาดใหญ่ แต่ควรรู้จักสังคในรายละเอียดระดับย่อย เพื่อสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง

๒.๑.๗. ปุคคลัญญตา เป็นผู้รู้จักบุคคล รู้จักบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สามารถทำให้การดำเนินการในสิ่งต่างๆ สามารถดำเนินได้ไปด้วยกัน รวมไปถึงการปฏิบัติตัวต่อบุคคลเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม เพื่อประโยชน์สูงสุดในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง<sup>๖๒</sup>

๒.๒ อิทธิบาท ๔ เป็นหลักธรรมที่ใช้ในการทำงาน อันประกอบด้วยแนวปฏิบัติ ๔ ข้อ คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา ที่สามารถนำไปสู่การประสบผลสำเร็จในชีวิตและการงานได้ตามความ

<sup>๖๐</sup> สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช(อฎฐายี), “สัปปริสธรรม” หนังสืออนุสรณ์เนื่องในโอกาสงานสถาปนากิจศพ นายชัย, (กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท., ๒๕๐๙), หน้า ๑๒.

<sup>๖๑</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม), (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๒๗๖.

<sup>๖๒</sup> อรุณช ไซพิมพ์, “ภาวะผู้นำตามหลักสัปปริสธรรม ๗ ของผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๓๘-๔๐.

มุ่งหวัง หรือเรียกอีกอย่างว่า เป็นธรรมที่นำทางไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) ได้ อธิบายไว้ ดังนี้

๒.๒.๑ ฉันทะ คือ การรักในงาน มีใจรักและพอใจในสิ่งที่ทำ รวมไปถึงการเห็นคุณค่าใน งานที่ทำ โดยต้องการทำให้เกิดผลสำเร็จในงานที่ทำอย่างดีเยี่ยม มิได้ทำเพื่อหวังรางวัลหรือ ผลตอบแทนใดๆ

๒.๒.๒ วิริยะ คือ การสู้งาน พากเพียร ขยัน หมั่นกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพยายาม เข้มแข็งอดทน ไม่ละทิ้งสิ่งที่ทำอยู่ เมื่อพบอุปสรรคก็ไม่ท้อถอย บากบั่นทำต่อไปจนไปถึงความสำเร็จที่ ตั้งใจไว้

๒.๒.๓ จิตตะ คือ การใส่ใจในงาน ตั้งใจฝักใฝ่ในการทำงานที่ทำอยู่ด้วยความจริงจัง ตลอดจนความคิดที่จดจ่อในสิ่งที่ทำ ไม่ทำงานหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความฟุ้งซ่าน และอุทิศตนให้กับ งานที่ทำอย่างจริงจัง

๒.๒.๔ วิมังสา คือ การทำงานด้วยปัญญา มีการไตร่ตรอง พิสูจน์ ทดสอบ ปรับปรุงแก้ไข รวมไปถึงการใช้ปัญญาในการตรวจหาเหตุผล เพื่อให้มีการดำเนินการใดๆ ได้ผลลัพธ์ดียิ่งกว่าเดิม<sup>๒๓</sup>

### ๓. หลักพุทธธรรมด้านการตลาด

๓.๑ หลักไตรลักษณ์ คือ ลักษณะสามัญที่มีอยู่ในตัวของสังขาร ๓ ประการ ที่เป็นตัว กำหนดให้ทราบถึงความเป็นจริงที่สิ่งทั้งหลายที่ประจำอยู่ในสังขารทั้งปวงที่มีความเสมอเหมือนกันทั้ง ปวง<sup>๒๔</sup> ซึ่งเป็นความเป็นจริงนี้เป็นกฎธรรมชาติ อันได้แก่

๑. อนิจจตา (อนิจจลักษณะ) - อาการไม่เที่ยง ไม่คงที่ ไม่ยั่งยืน เกิดขึ้นแล้วเสื่อม และสลายไป อาการที่แสดงถึงความเป็นสิ่งไม่เที่ยงของสังขาร

๒. ทุกขตา (ทุกขลักษณะ) - อาการเป็นทุกข์ ที่ถูกบีบคั้นด้วยการเกิดขึ้นและ สลายตัว กดดัน ผืนและขัดแย้งอยู่ในตัว เพราะปัจจัยที่ปรุงแต่งให้มีสภาพเป็นอยุ่อย่างนั้นเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้คงอยู่ในสภาพนั้นไม่ได้ มีสภาวะที่ไม่สมบูรณ์ บกพร่องอยู่ในตัวเอง พึงพอใจเต็มที่แก่ผู้อยาก ด้วยตัณหา และก่อให้เกิดความทุกข์แก่ผู้ที่เกิดความอยากในตัณหา

๓. อนัตตตา (อนัตตลักษณะ) - เป็นสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตน ไม่มีตัวตนที่แท้จริงของมันเอง แสดงถึงความไม่ใช่ใคร ไม่ใช่ของใคร ไม่อยู่ในอำนาจการควบคุมของใคร และแสดงถึงความไม่มี อำนาจแท้จริงในตัวเลย ต้องอาศัยพึ่งพิงสิ่งอื่นๆ มากมายจึงมีขึ้นได้<sup>๒๕</sup>

หลักไตรลักษณ์ที่เกี่ยวกับการตลาด **สายรุ้ง บุษบาพันธ์**<sup>๒๖</sup> ได้กล่าวว่า วงจรของ ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งต่อผู้บริโภคมีวงจรอยู่ ๓ ช่วงวัย โดยในช่วงเริ่มแรกจะเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ให้

<sup>๒๓</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **ธรรมบุญชีวิต**, พิมพ์ครั้งที่ ๘๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐.), หน้า ๔๐.

<sup>๒๔</sup> พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช ป.ธ. ๙, ราชบัณฑิต), **พจนานุกรมเพื่อการศึกษา ชุด "คำวิทย์"**, หน้า ๒๓๒

<sup>๒๕</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **พุทธธรรม**, (กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๖๗-๖๘

เป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภคและสื่อต่างๆ (อนิจจา) ต่อมาเป็นที่รู้จักและมีความนิยมมากขึ้นในตลาดอยู่ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง (ทุกขตา) หลังจากนั้นผลิตภัณฑ์จะค่อยๆหมดความนิยมหรือความต้องการจากผู้บริโภค จนหายไปจากตลาด (อนัตตา) ซึ่งวงจรเหล่านี้สามารถอธิบายได้ด้วยหลักไตรลักษณ์ที่มีลักษณะ

๓.๒ โยนิโสมนสิการ คือการใช้ความคิดอย่างถูกวิธี ทำโดยการใช้ความคิดอย่างแยกแยะพิจารณาสิ่งทั้งหลายด้วยความคิด รวมไปถึงการสืบค้นให้ถึงต้นสายปลายเหตุ สามารถแยกแยะออก พิเคราะห์ด้วยปัญญาที่ผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นระเบียบ และสามารถอธิบายให้เห็นแง่ต่อ ปัญหานั้นๆ ตามสภาวะและตามความสัมพันธ์ด้วยเหตุแห่งปัจจัย ซึ่งวิธีการคิดแบบโยนิโสมนสิการ มีด้วยกัน ๔ ลักษณะ ได้แก่ ๑) อุบายมนสิการ คือ การคิดอย่างถูกต้อง ถูกวิธี ตรงกับความจริง จนสามารถทำให้เข้าใจถึงความจริงของสรรพสิ่ง ๒) ปถมนสิการ คือ การคิดอย่างเป็นขั้นเป็นต้น ต่อเนื่อง และเป็นระบบ ตามเหตุและแนวทางที่ถูกต้อง ๓) การมนสิการ คือ การสืบค้นตามเหตุของปัจจัยอย่าง มีความสัมพันธ์กัน จนนำไปสู่ความเข้าใจถึงความ เป็นมาหรือแหล่งที่ทำให้เกิดผล ๔) อุปาทกมนสิการ คือ การคิดแบบมีเป้าหมายในทางที่ตรงตาม จนทำให้เกิดความเพียร มีจิตใจที่เข้มแข็ง รวมไปถึงการ มีสติที่มั่นคง ซึ่งการคิดอย่างแยกแยะแบบโยนิโสมนสิการสามารถแยกวิธีคิดแยกย่อยออกเป็น ๑๐ วิธี ได้แก่

๓.๒.๑ วิธีคิดแบบสืบสาวเหตุปัจจัย (หรือคิดแบบสืบสวน) คือ การคิดแบบหา สาเหตุของการเกิดผลหรือเกิดเหตุการณ์ ให้เห็นถึงปัจจัยอันทำให้เกิดและมีความสัมพันธ์กัน

๓.๒.๒ วิธีคิดแบบแยกแยะส่วนประกอบ (หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ คือ การคิดแยก สิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนๆ แล้ววิเคราะห์ทีละส่วน โดยใช้วิธีคิดแบบอื่นมารวมใช้ด้วย

๓.๒.๓ วิธีคิดแบบสามัญลักษณะ (หรือแบบรู้เท่าทันธรรมดา) คือ วิธีคิดที่ต้องมี ประสบการณ์หรือเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ มาก่อน โดยรู้ถึงความจริง-เท็จ ลักษณะการเกิดเหตุการณ์มี สาเหตุมาจากอะไร และส่งผลทำให้เกิดผลอย่างไร จนอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้ชำนาญการหรือเชี่ยวชาญที่ สามารถเป็นที่ปรึกษาให้กับผู้อื่นๆ ได้

๓.๒.๔ วิธีคิดแบบอริยสัจ (หรือกระบวนการแก้ปัญหา) คือ การวิเคราะห์ปัญหา (ทุกข์) เพื่อหาสาเหตุของปัญหา (สมุทัย) ด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการแก้ปัญหา (นิโรธ) และกำหนดวิธีการแก้ปัญหา (มรรค) โดยวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุพร้อมกัน เมื่อได้ปัญหา และสาเหตุแล้ว นำปัญหาที่ได้มากำหนดเป้าหมายและนำสาเหตุที่กำหนดเป็นแผนการดำเนินงาน เพื่อแก้ปัญหา

๓.๒.๕ วิธีคิดแบบอรรถธรรมสัมพันธ์ (หรือคิดตามหลักการและความมุ่งหมาย) คือ การคิดให้สัมพันธ์กัน ระหว่างหลักการที่ดีและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ที่ต้องการ

๓.๒.๖ วิธีคิดแบบเห็นคุณโทษและทางออก (หรือ ข้อดี ข้อเสียและทางเลือก) คือ วิธีนี้ที่ใช้ร่วมกับวิธีอื่น แยกแยะสิ่งที่มีอยู่ตามปกติด้วยการมองให้เห็นข้อดีข้อเสีย สิ่งที่ดี สิ่งที่ไม่ดี สิ่งที่เป็นคุณ สิ่งที่เป็นโทษ และเลือกทำ เลือกปฏิบัติแต่สิ่งดี สิ่งที่เป็นคุณ และหลีกเลี่ยงสิ่งไม่ดี สิ่งที่เป็น โทษ จากสิ่งที่มีอยู่ เห็นอยู่

<sup>๖๖</sup> สายรุ่ง บุผาพันธ์, หลักธรรมทางพระพุทธศาสนากับการตลาดในสังคมปัจจุบัน, (กรุงเทพฯ: คมชัดลึก, ๒๕๕๗)



๓.๒.๗ วิธีคิดแบบคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม คือ วิธีคิดจำแนกระหว่างสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงและจำเป็นต้องมีต้องใช้หรือต้องทำงานตามบทบาทหน้าที่ที่ออกจากคุณค่าเทียม

๓.๒.๘ วิธีคิดแบบปลุกเร้าคุณธรรม คือ การคิดถึงวิธีที่สามารถนำเอาประสบการณ์และความรู้มาดัดแปลงหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อเป็นตัวอย่งที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อทั้งบุคคลและสิ่งแวดล้อม

๓.๒.๙ วิธีคิดแบบเป็นอยู่ปัจจุบัน คือ วิธีคิดโดยการมีสติอยู่กับปัจจุบัน โดยการเอาผลจากอดีตมาแก้ไขหรือปรับปรุงโดยไม่ไปคำนึงแต่เรื่องในอดีต และมีสติในการคิดแก้ไขหรือปรับปรุงในเวลาปัจจุบัน โดยรู้ว่าการกระทำในปัจจุบันจะทำให้เกิดผลในอนาคตอย่างไร แต่ไม่ใช่เพื่อเหม่อลอยถึงอนาคตตลอดเวลา

๓.๒.๑๐ วิธีคิดแบบวิภาษวาท คือ วิธีคิดประกอบกับการใช้คำพูดหรือการพูด โดยสรุปแล้วคล้ายกับนำวิธีคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมานำเสนอให้รู้ตามที่ได้อธิบายไว้ แยกแยะ คิดเป็นเหตุและผล คิดตามลำดับขั้นตอน คิดเป็นประเด็น<sup>๖๗</sup>

## ๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ภาสกร นันทพานิช และคณะ**<sup>๖๘</sup> ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดศรีสะเกษเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่ม และจัดทำแผนพัฒนาตามความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษโดยมีกลุ่มที่เข้าร่วม ๖ กลุ่ม ในกระบวนการวิจัยได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระบวนการเรียนรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มเพื่อร่วมกันวิเคราะห์บริบทของกลุ่มและจัดทำแผนพัฒนา กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการทุกกลุ่มเกิดการเรียนรู้และสามารถที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่ม กำหนดเป้าหมายและจัดทำแผนพัฒนา กลุ่มของตนเองได้ โดยแผนพัฒนาที่กลุ่มจัดทำขึ้นเป็นแผนที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการของกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มอันจะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

**ภัทรธิดา ผลงาม**<sup>๖๙</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาในกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านนาด้วง จังหวัดเลยมีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและบริบทกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย ๒) เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้า ปัญหาและความต้องการในการพัฒนากระบวนการทอผ้า ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วง วิธีดำเนินการวิจัยใช้การผสมผสานวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพโดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยใช้กระบวนการ PAR การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

<sup>๖๗</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)**, (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๕๑.

<sup>๖๘</sup> ภาสกร นันทพานิช และคณะ, **การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดศรีสะเกษ**. (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี), ๒๕๔๙

<sup>๖๙</sup> ภัทรธิดา ผลงาม. **การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาในกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านนาด้วง จังหวัดเลย**. (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย), ๒๕๕๑.



การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้ เทคนิคการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม พบว่าผลการศึกษาระบบการทอผ้า ในกระบวนการผลิต มีการเตรียมเส้นด้ายยืน มีการคันหูก การสอดเส้นด้ายยืนเข้าฟืม การเก็บตะกอกการนำเครื่องหูกขึ้นก็ การเตรียมเส้นด้ายพุ่ง มีการย้อมสี การกรอเส้นด้ายพุ่ง การสอดเส้นด้ายพุ่ง ผลการศึกษาปัญหา ในการพัฒนาการทอผ้า มีปัญหาในหลายๆ ด้านคือ ด้านการผลิตมีปัญหา เรื่องวัตถุดิบมีราคาแพงและต้องซื้อจากท้องถิ่นอื่น วัตถุดิบหายาก ทำให้ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการและขาดแหล่งซื้อวัตถุดิบที่แน่นอน ในด้านอุปกรณ์ พบว่า อุปกรณ์ที่กลุ่มมีน้อยไม่เพียงพอต่อจำนวนสมาชิกและ ไม่มีอุปกรณ์ในการแปรรูป ด้านทักษะการผลิตพบว่าขาดทักษะในการผลิต และ การย้อมผ้าที่มีมาตรฐาน การขาดบุคลากรในด้านการออกแบบลายผ้า ขาดความรู้เรื่องลวดลายใหม่ๆ ที่ทันสมัย และขาดวิทยากรอบรมด้านการพัฒนาฝีมือและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ด้านอัตราการผลิต มีปัญหาผลิตไม่ทัน เพราะสมาชิกมีเวลาในการทอผ้าน้อยเนื่องจากมีอาชีพทางการเกษตร อัตราการผลิต ไม่เพียงพอต่อความต้องการและกลุ่มไม่สามารถผลิตผ้าได้ตามความต้องการของลูกค้าที่สั่งจำนวนมาก เนื่องจากให้ระยะเวลาในการทอน้อย ด้านเงินทุน พบปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบ และขาดเงินทุนในการสร้างที่ทำการกลุ่ม และขาดงบประมาณในการสนับสนุน และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ส่วนในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีปัญหาขาดตลาดรองรับที่แน่นอน กลุ่มไม่มีลูกค้าประจำ จึงต้องนำสินค้าออกไปจำหน่ายยังงานแสดงสินค้า บางกลุ่มมีลูกค้ามาซื้อสินค้าเป็นครั้งคราวและไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าในชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดมีปัญหาเรื่อง ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญด้านส่งเสริมการขาย บุคลากรการตลาด ขาดการส่งเสริมการขายจากภาครัฐ ไม่มีตลาดชุมชน กลุ่มยังไม่มีตราสินค้า ขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับสินค้าเป็นที่รู้จักคู่แข่งมีมากในท้องถิ่น และจังหวัดใกล้เคียงตลาดจำหน่ายสินค้าของสมาชิกขายไม่ได้ตามความต้องการของสมาชิก ด้านคู่แข่งทางการตลาดมีปัญหา ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอมือมีกลุ่มผู้ผลิตมากมายทุกภูมิภาคของประเทศ การตลาดจึงมีคู่แข่งมาก แต่ละกลุ่มต้องสร้างจุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ กลุ่มผู้ผลิตมักขาดความเข้าใจในระบบธุรกิจ ขาดการพัฒนาสินค้า การส่งเสริมจากภาครัฐมีปัญหาขาดการส่งเสริมด้านความรู้เกี่ยวกับลายผ้าใหม่ ขาดการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล ด้านการจัดทำระบบบัญชีมีปัญหาเรื่องขาดความรู้ด้านการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบอย่างถูกต้อง

**ศิริณา จิตต์จรัสและคณะ**<sup>๓๐</sup> ได้ศึกษา“แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานเพื่อก้าวสู่ระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก ๒) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานเพื่อพัฒนา สู่ระดับ ๕ ดาว ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก และ ๓) กำหนดแนวทางการพัฒนา สู่ระดับ ๕ ดาว ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก พบว่าแนวทางในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อก้าวสู่ผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก ในภาพรวม พบดังนี้การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิกเพื่อก่อให้เกิด

<sup>๓๐</sup> ศิริณา จิตต์จรัสและคณะ, แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานเพื่อก้าวสู่ระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, (รายงานการวิจัย:มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, ๒๕๔๙)

กระบวนการกลุ่มที่แท้จริง กลุ่มควรจัดให้มีการดำเนินการเพื่อการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก เช่น การแต่งตั้งหรือคัดเลือกคณะกรรมการกลุ่ม ผู้นำ คณะทำงานการจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีระบบ และมาตรการจูงใจคณะทำงาน การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้การอบรมเพื่อให้ความรู้ ตามความต้องการของกลุ่ม เช่น การใช้เทคโนโลยีช่วยในการผลิต การเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกลุ่ม ในพื้นที่/นอกพื้นที่ หรือการศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป ความเข้มแข็งของชุมชนจัดตั้งกลุ่มตามวัตถุประสงค์มากกว่าบัญชีรายชื่อ ส่งเสริมกิจกรรมกลุ่ม มีหุ้นส่วนที่แท้จริง ส่งเสริมให้คนในชุมชนเป็นหุ้นส่วน เป็นสมาชิกกลุ่ม จัดสรรผลกำไรอย่างยุติธรรม และทำบัญชีที่ถูกต้อง การตลาดส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในชุมชนใช้สินค้าที่ผลิตภายในพื้นที่ ส่งเสริมเครือข่ายด้านความรู้ การประสานงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การฝากขาย จัดประกวดและ การจัดทำหน่วยจากภาครัฐ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ เรื่องราว หรือตำนานผลิตภัณฑ์ตำนานหรือ เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ไม่ชัดเจน คลุมเครือ ไม่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ดังนั้นจึงควรสร้างความเข้าใจ ในการนำเสนอ ให้กับผู้ประกอบการ คุณภาพสินค้าส่งเสริมการประกวด การให้ข้อมูลย้อนกลับ และ ให้ความช่วยเหลือด้านข่าวสารข้อมูลตามมาตรฐานของสินค้าแต่ละประเภท รูปลักษณ์ / การ ออกแบบ/การนำไปใช้ควรให้ความรู้ คำแนะนำ เพื่อให้สินค้ามีลักษณะเฉพาะโดดเด่น มีเอกลักษณ์ ของตนเอง

ปราณี ตันประยูร<sup>๗๑</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการและเพื่อพยากรณ์รูปแบบ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบให้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ๔๐๐ ราย ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดและระดับมาก ๓ อันดับแรกคือ การ ยึดถือในคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ สินค้าหรือบริการ ตามลำดับ ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวมในระดับปาน กลาง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน ๑๔ องค์ประกอบ ดังนี้ ๑) ความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ๒) นวัตกรรมและความสามารถด้านการตลาด ๓) มนุษยสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร ๔) การมีเครือข่าย ๕) คุณภาพสินค้าและบริการ ๖) โอกาสทาง ธุรกิจและการติดต่อสื่อสาร ๗) การมีเครือข่าย ๘) คุณภาพสินค้าหรือบริการ ๖) โอกาสทางธุรกิจและ การเพิ่มผลผลิต ๗) การมองโลกในแง่ดี ๘) การบริหารจัดการ ๙) ภาวะผู้นำ ๑๐) ทักษะและความ เชี่ยวชาญ ๑๑) ความรับผิดชอบ ๑๒) ระบบงาน ๑๓) สุขภาพ ๑๔) จริยธรรมทางธุรกิจ และพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถพยากรณ์ความสำเร็จได้ร้อยละ ๕๕.๗๐ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จ

<sup>๗๑</sup> ปราณี ตันประยูร, คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, ๒๕๕๕.

**นิตย์ สุขศรี<sup>๗๒</sup>** ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จำนวน ๓๘๒ ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์และเป้าหมาย การจัดการความผิดพลาดล้มเหลว ความซื่อสัตย์สุจริต การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น มุ่งมั่นอดทน การแสวงหาโอกาส ใฝ่ความสำเร็จ มั่นใจตัวเอง กล้าริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์และมีมนุษยสัมพันธ์ตามลำดับ

**สุภาพรรณ ณ บางช้าง<sup>๗๓</sup>** ได้กล่าวถึงความสำคัญของพุทธศาสนาในการพัฒนาว่า พุทธศาสนามีความเหมาะสมกับการพัฒนาสังคมไทยเป็นอย่างดี เพราะหลักพุทธธรรมเป็นการสร้างคนที่มีคุณภาพชีวิต ทำให้คนในสังคมดำเนินชีวิตบนฐานแห่งความจริง รู้จักพึ่งพาตนเอง ชยัน ประหยัด เรียบง่าย ใฝ่สันติ มีศีลธรรม เมื่อแผ่ความรักและปราศจากความเห็นแก่ตัว ดังนั้น ในการแก้ปัญหา ด้านศีลธรรมของชาวชนบท จึงจำเป็นต้องมีการ นำหลักพุทธศาสนาซึ่งมีหลักการและแนวทางแห่งการพัฒนาอย่างเหมาะสม เข้าไปเผยแพร่ ฟื้นฟูให้แก่ชาวชนบท เพื่อให้สังคมชนบทสามารถประสานการพัฒนาทางด้านวัตถุและจิตใจให้สอดคล้องกลมกลืนกันเพื่อเป้าหมายแห่งความพ้นทุกข์ได้อย่างหมดจด ทั้งนี้ต้องเน้นว่าการที่จะมีการพัฒนาทางด้านจิตใจมิได้หมายความว่าต้องเลิกละการพัฒนาด้านวัตถุและสังคมซึ่งเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพื่อที่จะให้การพัฒนาทางใจนั้นไม่ขัดแย้งกับการพัฒนาด้านวัตถุและสังคม ทั้งกลับเป็นเครื่องหนุนให้มีการพัฒนาในแนวทางที่เหมาะสม เป็นการนำให้ส่วนความต้องการของชีวิตทั้ง ๓ ด้านของคนเราประสานกลมกลืนกันได้อย่างเหมาะสม

**อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ<sup>๗๔</sup>** ได้ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สามารถนำไปใช้จริงได้ สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ ได้แบ่งเป็น ๕ ด้าน คือ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านความสะอาดและปลอดภัยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประเภทบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ สำหรับใช้ในการบรรจุภัณฑ์ข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินประสิทธิภาพ จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน ๒ ครั้ง ครั้งที่ ๑ ประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๓ แบบ คือ แบบ A ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง รูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาดกว้าง ๘.๔ ซม. ยาว ๘.๔ ซม. สูง ๑๑.๕ ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทถุง รูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาดกว้าง ๘ ซม. ยาว ๑๒ ซม. สูง ๒๒.๔ ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง รูปทรงกระบอกขนาดสูง ๒๔ ซม.

<sup>๗๒</sup> นิตย์ สุขศรี, ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓.

<sup>๗๓</sup> สุภาพรรณ ณ บางช้าง, หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาภูมิภควิทยาลักษณ์, ๒๕๕๖)

<sup>๗๔</sup> อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ, การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๙).



เส้นผ่าศูนย์กลาง ๗.๕ ซม. แบบ B ประกอบด้วย บรรจุก้อนประเภทกล่อง รูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาด กว้าง ๗ ซม. ยาว ๗ ซม. สูง ๑๗.๕ ซม. บรรจุก้อนประเภทถุง รูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาด กว้าง ๘ ซม. ยาว ๘ ซม. สูง ๒๐.๕ ซม. บรรจุก้อนประเภทกระป๋อง รูปทรงกระบอก ขนาดสูง ๒๔ ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง ๗.๕ ซม. แบบ C ประกอบด้วย บรรจุก้อนประเภทกล่อง รูปทรงสามเหลี่ยม ขนาด กว้าง ๕.๕ ซม. ยาว ๑๑.๔ ซม. สูง ๘.๒ ซม. บรรจุก้อนประเภทถุง รูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาด กว้าง ๙.๔ ซม. ยาว ๑๑.๘ ซม. สูง ๑๗.๕ ซม. บรรจุก้อนประเภทกระป๋อง รูปทรงกระบอก ขนาดสูง ๒๔ ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง ๗.๕ ซม. นำมาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นทำการประเมิน ประสิทธิภาพ ครั้งที่ ๒ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญคนละกลุ่ม ซึ่งแบ่งผู้เชี่ยวชาญออกเป็น ครั้งที่ ๑ กลุ่มที่ ๑ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุก้อน จำนวน ๓ คน กลุ่มที่ ๒ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการข้าว แต่มัน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน ๓ คน ครั้งที่ ๒ กลุ่มที่ ๑ ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบบรรจุก้อน จำนวน ๕ คน กลุ่มที่ ๒ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการข้าว แต่มัน ในโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน ๕ คนและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test จากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุก้อน สำหรับข้าว แต่มัน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แบบ A ผลการประเมินประสิทธิภาพ โดยรวมของการออกแบบบรรจุก้อน สำหรับข้าว แต่มัน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ๔.๓ ค่า t เท่ากับ ๑.๙๒ อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .๐๕ แบบ B ผล การประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุก้อน สำหรับข้าว แต่มัน ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ๔.๒ ค่า t เท่ากับ ๑.๓๗ อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับ นัยสำคัญที่ .๐๕ แบบ C ผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุก้อน สำหรับ ข้าว แต่มัน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ๓.๙ ค่า t เท่ากับ -๐.๒๗ อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .๐๕

**อารีย์ วิบูลย์พงศ์ และคณะ**<sup>๗๕</sup> ได้ศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนกับกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา พบว่า กลุ่มในชุมชนสมควรได้รับความช่วยเหลือให้ทัดเทียมกับภาคเศรษฐกิจอื่น เพื่อความยุติธรรมในเชิงสังคม แต่ความช่วยเหลือนั้นไม่ควรมีนัยที่จะบั่นทอนพลังพึ่งตนเอง ดังนั้นการช่วยเหลือควร เน้นหนักในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการให้ความรู้เพื่อพึ่งตนเองด้วยการให้การศึกษา (Educating) ที่ไม่ใช่การฝึกอบรม (Training) ซึ่งหลายกลุ่มได้รับการฝึกอบรมมาก แต่ไม่สามารถ เข้าใจอย่างเพียงพอที่จะนำไปปฏิบัติได้ การให้กลุ่มได้เรียนรู้โดยการบ่มเพาะเป็นวิธีหนึ่งที่ได้ผล ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญอาจจะเป็นกลุ่มที่มี Best Practice ในแต่ละด้าน หรือผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก กลยุทธ์ การพัฒนากลุ่มไปสู่ความเป็นวิสาหกิจชุมชนควรรวมประเด็นต่อไปนี้

- ๑) การสร้างความเข้าใจในความหมายของการพึ่งตนเอง
- ๒) สร้างความเข้าใจในความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแนวทางกำกับ การดำเนินงานของกลุ่ม
- ๓) สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และการวางแผนร่วมกัน

<sup>๗๕</sup> อารีย์ วิบูลย์พงศ์ และคณะ, วิสาหกิจชุมชนกับกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา. (การประชุมสัมมนา วิชาการว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชนแห่งประเทศไทย ครั้งที่ ๑ “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนรากฐาน ความรู้” ,๒๕๔๘).



๔) สร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ให้งำลังใจและสนับสนุนการพึ่งตนเอง โดยเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ของภาครัฐ / เอกชน เป็นอันดับแรก ซึ่งจะนำมาสู่มาตรการและโครงการที่หนุนเนื่องการพึ่งตนเองของกลุ่มในอันดับต่อไป

**อัญชรา พุทธิกาญจนกุล**<sup>๗๖</sup> ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ พบว่าการศึกษารื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน ๘๔ ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเจ้าของคนเดียว ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ระยะเวลาในการประกอบการมากกว่า ๑๐ ปี ขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม/สถานประกอบการ ๑-๕ คน มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนอยู่ระหว่าง ๕๐,๐๐๑ - ๑๐๐,๐๐๐ บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง ๑๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาทสำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้านได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดหาสถานที่สำหรับแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศที่จำเป็นให้สามารถสื่อสารได้

<sup>๗๖</sup> อัญชรา พุทธิกาญจนกุล, แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๘, ๒๕๕๘.

## บทที่ ๓

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ ๑. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ ๒. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ๓. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

#### ๓.๑ รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓ กลุ่ม ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

#### ๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒.๑ ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ๑. ข้า้วแต่นทวีพรรณ ๒. ข้า้วแต่นคุณมณี ๓. ข้า้วแต่น้ำแดงโม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะคา ๔. ข้า้วแต่นธัญพืชกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ๕. ข้า้วแต่นระพีพัฒน์ ๖. ข้า้วแต่น้ำแดงโมแม่บัวจันทร์ ๗. ข้า้วแต่น้ำแดงโมแม่บุญพิน ๘. ข้า้วแต่นบุญทวี ๙. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะหัวช้าง ๑๐. ข้า้วแต่น้องมายด์ ๑๑. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง ๑๒. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองหลาย (จิริวัฒน์ ข้า้วแต่น)

๓.๒.๒ ผู้บริโภค การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ จำนวน ๑๐ ท่าน ซึ่งได้มาจาก ประชาชนชาวจังหวัดลำปางและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้ามาใช้บริการในร้านค้า

๓.๒.๒ เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๕ ท่าน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด (ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)

- เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดลำปาง (ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)

- เจ้าหน้าที่หอการค้าจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง

- เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยจัดทำกรสนทนากลุ่ม (Focus group) กับตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

### ๓.๓ เครื่องมือการวิจัย

กรอบการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาถึง แนวการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ และใช้เครื่องบันทึกภาพและเสียง การสัมภาษณ์ จะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งผู้สัมภาษณ์จะตั้งประเด็นเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าถึงข้อมูลในประเด็นต่างๆ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

- ๑) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒) สํารวจพื้นที่เป้าหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสังเกตข้อมูลต่างๆ
- ๓) ศึกษารูปแบบและเทคนิควิธีการสัมภาษณ์
- ๔) สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดประเด็นไว้อย่างกว้างๆ
- ๕) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่รัฐ
- ๖) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจ มาแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
- ๗) สร้างความคุ้นเคยกับผู้สัมภาษณ์ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการศึกษาวิจัย โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา วิธีการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งกำหนดวันเวลาเก็บข้อมูล
- ๘) ลงมือเก็บข้อมูลตามกำหนดวันเวลา โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เครื่องบันทึกภาพและเสียงช่วยในการบันทึกข้อมูล
- ๙) นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล
- ๑๐) นำข้อมูลที่สมบูรณ์ทั้งหมดมาเรียบเรียงเป็นหมวดหมู่แล้วนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

๓.๔.๑ ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งได้เป็น ๒ ประเภทดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากแหล่งข้อมูลโดยตรงมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นแบ่งได้เป็น ๒ ลักษณะคือ

- ๑) การสำรวจพื้นที่ที่จะศึกษา โดยเดินทางไปสำรวจ กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๒) การสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรอบการสัมภาษณ์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสารต่างๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ OTOP

๓.๔.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์ (Observation) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ( Non-participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) โดยเฉพาะการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง และการสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม ( Focus Group Discussion) ย่อยของกลุ่มผู้ประกอบการ



๓) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เช่น หนังสือ รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ สิ่งพิมพ์ ต่างๆ เป็นต้น

### ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ มาเรียบเรียงเพื่อพรรณนาวิเคราะห์ดังนี้ ถอดบทความสัมภาษณ์และสรุปประเด็นสำคัญ เรียบเรียงข้อมูลและหาข้อมูลเพิ่มเติม และนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยแยกเป็นประเด็นที่ค้นพบ ออกเป็นส่วนต่าง ๆ ซึ่งจะดำเนินการไปพร้อม ๆ กับการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและสร้างแนวการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

รวมถึงดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยเลือกใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique)

๑) ต่างวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (method triangulation) ใช้หลากหลายวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรื่องเดียวกัน ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และการเก็บรวบรวมเอกสาร และนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน

๒) ต่างแหล่งข้อมูล (data sources triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลเหมือนกัน หรือใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกันต่างเวลา สถานที่ และบุคคล แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยัน

๓) ต่างนักวิจัย (investigator triangulation) เป็นการใช้นักวิจัยหลากหลายประสบการณ์ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตเพื่อรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลนำผลการวิจัยมาตรวจสอบยืนยัน

## บทที่ ๔

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในอดีตภาคเหนือของประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารและประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดลำปางมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม รองลงมา มีการปลูกข้าว ปลูกอ้อย ต่อมาหน่วยงานภาคเอกชนได้ตั้งโรงงานน้ำตาลลำปางที่เกาะคา จังหวัดลำปางเป็นแห่งแรกของประเทศไทย ทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่มีอาชีพทำไร่ ทำนา มีรายได้น้อยและมีความนิยมรับประทานข้าวเหนียวเป็นหลัก เมื่อข้าวเหนียวจำนวนมากก็มักนำมาตากแดดให้แห้ง เพื่อเก็บไว้กิน ต่อมาภายหลังได้มีการตัดแปลงโดยการนำน้ำตาลมาโรยหน้าเพื่อให้เกิดความอร่อย กลายเป็นขนมขบเคี้ยว สามารถกินเล่นได้ตลอดเวลา ถือว่าเป็นรูปแบบการถนอมอาหารประเภทหนึ่ง เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน

ต่อมาก็ได้มีการพัฒนาข้าวแต๋นจากหน้าน้ำอ้อย เป็นหน้าธัญพืช หมูหยอง และหน้าต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกมากมาย จนกลายเป็นที่นิยมเป็นของฝากอย่างหนึ่งของจังหวัดลำปางและเป็นสินค้า OTOP เพื่อให้ในการประกอบพิธีกรรมในด้านต่างๆ ของจังหวัดลำปาง ข้าวแต๋นได้รับการพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ จากการเป็นการถนอมอาหารในครัวเรือน มาเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออก ค้าขาย สร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน และชุมชน

#### ๔.๑ สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง

ข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบร่วนน้ำอ้อย ที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปาง ๒๐๐ กว่าปีมาแล้ว เป็นขนมขบเคี้ยวที่ขึ้นชื่อ เมื่อก่อนภาคกลางเรียกว่า นางเล็ด ภาคใต้ เรียกว่า ข้าวพอง เป็นขนมงานบุญ งานประเพณี ข้าวแต๋นเป็นเมล็ดข้าวที่เรียงตัวเหมือนรังแตง จนกลายเป็นข้าวแต๋น เป็นรูปแบบการถนอมอาหารจากของเหลือใช้ ด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปาง และเป็นขนมโบราณของคนภาคเหนือที่ทำเพื่อเลี้ยงแขกในงานมงคลต่างๆ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานปีใหม่ งานปอยหลวง ข้าวแต๋นถือว่าเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากชาวต่างชาติมักจะนิยมบริโภค ข้าวแต๋น หรือ rice cracker อย่างแพร่หลาย ความต้องการที่สูง แต่ข้าวแต๋นต้องผ่านกระบวนการทำให้แห้ง จึงนำไปตากแดดใช้ระยะเวลา ทำให้ทำส่งออกไม่ทัน ต่อมาจึงนำเตาอบมาอบเพื่อความลดระยะเวลาในการตากแดด จากข้าวเหนียวทอดกรอบผลิตน้ำตาล จากเดิมเป็นขนมของชาวบ้าน และใช้ในยามสงครามเป็นเสบียงของทหารไว้กินระหว่างทาง ขั้นตอนการผลิตก็ต้องเป็นข้าวเหนียวเก่า จะได้หุงง่ายมีกลิ่นหอม แต่งโมคันเอาน้ำเพื่อแกัร้อนไอน้ำ น้ำตาลมะพร้าวใช้โรยหน้า รวมถึงกระบวนการผลิตต่างๆ ให้ได้รับประทานต่อมาจึงมีการจำหน่ายเป็นของฝากจากจังหวัดลำปาง จนข้าวแต๋นเป็นที่แพร่หลายและได้กลายเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของชาวจังหวัดลำปาง ทำให้ข้าวแต๋นลำปางมีความอร่อยและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดลำปาง

จึงได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง เป็นสิ่งบ่งบอกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่  
 ขอบเขตที่ตั้งตามแหล่งภูมิศาสตร์<sup>๗๗</sup> เป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง  
 ซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือน  
 เป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า

### ภาพประกอบที่ ๒ ตราสัญลักษณ์ GI



โดยผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จำนวน ๔ ราย  
 ประกอบด้วย<sup>๗๘</sup>

๑. ข้าวแต่นทวีพรรณ
๒. ข้าวแต่นธานี
๓. ข้าวแต่นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์
๔. กลุ่มข้าวแต่นน้ำแดงโมแม่บุญพิน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการขึ้นทะเบียนสินค้าชุมชน เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือ GI ทำให้  
 ได้รับการคุ้มครอง ชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิเฉพาะของชุมชนที่ขึ้นทะเบียน เพิ่มมูลค่าของสินค้าและเป็น  
 เครื่องมือการตลาด ดูแลรักษา มาตรฐานของสินค้าและรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็ง  
 ให้แก่ชุมชนเพิ่มความสามัคคีเพื่อพัฒนาท้องถิ่น สนับสนุน การท่องเที่ยวชุมชนผู้ผลิตอย่างยั่งยืน สร้าง  
 ความเชื่อมั่น ในแหล่งที่มาและคุณภาพของสินค้าให้กับผู้ซื้อ และเป็นการก้าวสู่ระดับ ได้รับการ  
 สนับสนุนการจดทะเบียนในระดับต่างประเทศ

<sup>๗๗</sup> สัมภาษณ์: เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดลำปาง

<sup>๗๘</sup> อนุญาตวันที่ ๓๐ ต.ค.๕๘ - ๒๙ ต.ค.๖๐



โดยเฉพาะข้าวแต่นทวีพรรณ ที่สามารถเผยแพร่ขนมของคนเมืองให้เป็นที่รู้จักของทั่วประเทศไทย และทั่วโลกความสะอาด และความปลอดภัยต่อร่างกายข้าวแต่นทวีพรรณ ได้รับการรับรองคุณภาพจาก อ.ย.เลขที่ ๕๒-๒-๐๐๔๔๐-๒-๐๐๐๑, มาตรฐานจังหวัดลำปาง เลขที่ ๐๓๐/๒๕๔๕ ได้รับรางวัลผู้ผลิตดีเด่น จังหวัดลำปาง ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, มาตรฐาน GMP CODEX ซึ่งเป็นข้าวแต่นเจ้าแรกของประเทศไทย มาตรฐาน PRE HACCP จากสถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เน้นความสะอาดทุกขั้นตอนในการผลิตและยังปลอดภัยต่อผู้บริโภค เนื่องจาก เราคัดสรรวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น ข้าว , อ้อย ที่ปลูกโดยวิถีธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และเป็นการช่วยเหลือแรงงานในจังหวัดลำปาง

ข้าวแต่นทวีพรรณ ได้ผลิตข้าวแต่นแบบใหม่ เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมเพื่อง่ายต่อการบริโภค การเก็บรักษาและการบรรจุจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุถุงพลาสติกกันชื้น ใส่ถุงกระดาษ Recycle อีกชั้นหนึ่งเพื่อความสวยงามและรักษาสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ข้าวแต่นทวีพรรณเป็นข้าวแต่นที่บรรจุถุงกระดาษเป็นเจ้าแรกของประเทศไทย นอกจากนี้ยังกระดาษยังมีประโยชน์ในการเผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ของคนเมืองเหนือให้เป็นที่รู้จักของคนภาคอื่นๆ เช่น ภาษา , ศิลปะ , วรรณกรรม , อาหาร , ค่าว (กลอน) เจี้ยก้อม (เรื่องตลก) และ สุภาษิต เป็นต้น ยังสามารถแสดงรูปภาพ และสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย เผยแพร่ให้คนไทย และชาวโลกด้วย โดยมีการส่งออกไปประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศจีน

นอกจากนี้ยังผลิตด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย เช่น เตอบขนาดใหญ่ ๔\*๘ เมตรและอาคารตากข้าวแต่น พลังแสงอาทิตย์ ขนาด ๘๐๐ ตรม. ป้องกันฝุ่น , แมลงและมูลนกเพื่อความสะอาด, เครื่องขึ้นรูป, เครื่องหยอดน้ำอ้อย, เครื่องโรยงา เพื่อความสวยงามของขนม, เครื่องทอด, เครื่องบรรจุขึ้น เพื่อความสะอาดและสะดวกในการรับประทาน

ทำให้ข้าวแต่นทวีพรรณ สามารถสร้างงานให้ผู้หญิงในท้องถิ่น อำเภอกะเคา และอำเภอกัลยาศัย ปัจจุบันมีแรงประมาณ ๘๕ คน รายได้ประมาณ ๔๐,๐๐๐ - ๖๕,๐๐๐ บาทต่อคนต่อปี ถือว่าเป็นรายได้ที่มั่นคงในครอบครัวของคนงาน โดยคนงานไม่ต้องไปทำงานต่างจังหวัด และทำงานที่ผิดศีลธรรม อยู่ใกล้ครอบครัวทำให้ครอบครัวอบอุ่น แรงงานจากกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตวัตถุดิบ เช่น ข้าว น้ำอ้อย งา โดยเฉพาะข้าว เราใช้ข้าวจากชาวนาในจังหวัดลำปางเฉลี่ยปีละประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ - ๑๒๐,๐๐๐ กิโลกรัม ส่วนน้ำอ้อย นั้นกลุ่มซื้อจากโรงงานน้ำตาลลำปางเฉลี่ยปีละประมาณ ๒๐,๐๐๐ กิโลกรัม ถือเป็นการช่วยเหลือทางอ้อมของชาวนาอ้อยในจังหวัดลำปาง รวมถึงแรงงานกลุ่มคนชราในตำบลนาแก้ว อำเภอกะเคา ช่วยเหลือทำเชือกกระสอบคล้องกล่องข้าวแต่น ทำให้ทั้งกลุ่มมีรายได้เดือนละประมาณ เดือนละ ๑๐,๐๐๐ บาท

นอกจากนี้ยังรับนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการรายได้เสริมมาช่วยพับกล่องกระดาษ และช่วยเหลือด้านอื่นๆ ในโรงงานในวันเสาร์-อาทิตย์ ทำให้มีรายได้พิเศษช่วยเหลือพ่อแม่ ประมาณเดือนละ ๓๐,๐๐๐ บาท โดยกลุ่มสามารถรับนักเรียนได้ประมาณวันละ ๒๐ คน

ข้าวแต่นธานีลำปางกับข้าวแต่นน้ำแดงโมเปิดกิจการมากว่า๒๐ปีและเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดลำปาง ปัจจุบันมีตลาดหลักทั้งในประเทศและต่างประเทศ พัฒนาไปสู่ตลาดโลก และมีความต้องการเป็นอย่างมาก แต่กระบวนการผลิตข้าวแต่นต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนานเนื่องจากการตากแดดเป็นวันสองวัน มีการตากแบบธรรมชาติผ่านแสงแดด ข้าวที่ตากแบบธรรมชาติ ก็พบปัญหาที่เกิดขึ้น

จากการปนเปื้อน กระจกไม่ใฝ่ก็อาจขึ้นนำไปสู่เชื้อรา ต่อมาได้มีการพัฒนาแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นใช้เตาอบลมร้อนผ่านแก๊สแทนพลังงานแสงอาทิตย์ บางวันที่ไม่มีแดดหรือฝนตก แต่มันก็นำไปสู่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์เป็นการรวมตัวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งม่านเหนือ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ๒๕๓๘ จากโรงงานเล็กๆ ที่ต้องอาศัยกำลังการผลิตในชุมชน ได้มีการพัฒนาเรื่องคุณภาพสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย จนวันนี้ มีโรงงานแห่งที่ ๒ กำลังการผลิตออกสู่ตลาดถึงวันละ ๔ ตัน ผลประกอบการโตขึ้นเฉลี่ยปีละ ๓๐% จากรายได้ ๓๐๐,๐๐๐ บาทเมื่อปี ๒๕๓๘ ปัจจุบันมีรายได้ไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาทปัจจุบันข้าวแต๋นแม่บัวจันทร์ สามารถครองส่วนแบ่งตลาดในประเทศได้ถึงร้อยละ ๘๐ กระจายอยู่ทั่วประเทศ ผ่านตัวแทนจำหน่ายในแต่ละภาค นอกจากนี้ยังรับผลิตตามออเดอร์ ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องกว่า ๒๗ ประเทศ ทั้งในเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา<sup>๗๙</sup> จากความต้องการที่เพิ่มขึ้นทำให้กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยเฉพาะในขั้นตอนการตากแผ่นข้าวแต๋นดิบต้องอาศัยแสงแดดจากธรรมชาติจึงขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ หากฝนตกหรือวันที่ไม่มีแดดจะต้องใช้เวลาในการตากนานขึ้น ส่งผลต่อกระบวนการผลิตอื่นๆ โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าสำหรับออเดอร์ต่างประเทศ ขณะที่ยอดความต้องการในประเทศเองมีปริมาณเพิ่มขึ้นเช่นกัน จึงต้องการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้แก้ปัญหาดังกล่าว ร่วมกันพัฒนาสินค้าที่บ้านที่เป็นที่รู้จักกันมานานอยู่แล้ว โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และเพิ่มรสชาติ รูปแบบ ให้ข้าวแต๋น ภายใต้แบรนด์ ข้าวแต๋นบัวจันทร์ เพื่อขยายฐานตลาดลูกค้า และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวไทย จึงได้นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ อบอุ่นระบบปิด ป้องกันการปนเปื้อนได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่างชาติด้วย ยังต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้นเป็นแห่งแรกของไทยที่สามารถเก็บได้ถึง ๘ เดือนหลังการทอด ส่วนแผ่นข้าวแต๋นดิบเก็บได้นาน ๖ - ๘ เดือน (โดยไม่ใส่ตัวดูดซับความชื้น) จากเดิมที่เก็บได้เพียง ๓ เดือนอนาคตจะยังคงพัฒนาต่อไปให้เก็บนานขึ้นถึง ๑๘ เดือน เพื่อส่งออกไปยังประเทศอังกฤษ นอกจากรสชาติที่หลากหลายแล้ว ยังมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์แบบต่างๆ มากขึ้น เช่นรูปหัวใจและหมีแพนด้า การพัฒนาแพ็คเกจจิ้งซึ่งที่ผ่านมามีการออกแบบถึง ๕ แบบด้วยกัน โดยดีไซน์ตามความเหมาะสมของตลาดและมีบรรยายถึง ๔ ภาษาทั้งไทย จีน อังกฤษ และญี่ปุ่น ล่าสุดได้เพิ่มภาษาเกาหลีอีก ๑ ภาษา หลังสินค้าได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดเกาหลี และต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภควัยเด็ก และวัยรุ่น ให้หันมากินขนมพื้นบ้านไทย เพราะได้คุณค่าทางอาหารก็เลยเล็กๆ อย่างข้าวแต๋นสามารถอยู่รอดและเติบโตสวนกระแสวิกฤตเศรษฐกิจได้ เพราะรู้จักปรับตัวและใช้วิกฤตเป็นโอกาสตามแนวทางเศรษฐกิจ การแปรรูปจึงเป็นวิธีการถนอมอาหารและเพิ่มมูลค่าสินค้าอีกทางหนึ่ง ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหาข้าวและสินค้าทางการเกษตรของกลุ่มข้าวแต๋นอีกด้วย

กลุ่มข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บุญพิน เป็นอีกหนึ่งข้าวแต๋นที่ได้รับการยอมรับอยู่ในระดับ ๔ ดาว ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะหัวช้าง ตำบลพระบาทวังตวง อำเภอแม่พริก เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในหมู่บ้าน ซึ่งในระยะเริ่มแรกเป็นเพียงการหาอาชีพเสริมเพื่อช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกด้วย

<sup>๗๙</sup> สัมภาษณ์: นายสุธาณี เยาวพัฒน์ เจ้าของข้าวแต๋นแม่บัวจันทร์



การผลิต “ข้าวแต่น้ำแดงโม” ซึ่งในอดีต ๓๐-๔๐ ปีที่ผ่านมา ข้าวแต่น้ำแดงโมก็ได้มีการพัฒนา รูปแบบส่วนผสมน้ำแดงโมให้มีกลิ่นหอม มีความกรอบ นุ่ม โรยหน้าด้วยเมล็ดธัญพืชหลากหลายชนิด ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) นอกจากนี้ยังได้รับเครื่องหมายเกษตรชวชน จาก สำนักงานจังหวัดลำปาง จนเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปางที่โดดเด่น

ภาพประกอบที่ ๓ ข้าวแต่น้ำแดงโม



ภาพประกอบที่ ๔ ขั้นตอนแพ็คขนมใส่ถุง





## ลักษณะทั่วไปของข้าวแต๋นที่ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความสำคัญประกอบด้วย

### ๑. แหล่งกำเนิด

ข้าวแต๋นลำปางจะต้องผลิตในพื้นที่ที่กำหนดและตามกระบวนการผลิต กระบวนการการผลิตต้องได้รับมาตรฐานผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวแต๋นลำปาง รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

### ๒. คุณลักษณะที่ต้องการ<sup>๕๐</sup>

ลักษณะทั่วไปของข้าวแต๋นต้องมีลักษณะที่กรอบ น้ำอ้อยต้องเกาะติดแผ่นและกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอการทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

ลักษณะแป้งต้องกรอบ ไม่เหนียวหรือแข็งกระด้าง การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจและการชิม

สี ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น คือ สีน้ำตาลอ่อน สม่ำเสมอ ไม่ไหมเกรียมจนเกินไป

กลิ่นรสต้องมีกลิ่นรสชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นที่ ไม่มีกลิ่นรสอันที่ไม่พึงประสงค์เช่น กลิ่นเหม็นน้ำมันเก่า

สิ่งแปลกปลอมต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เสน่ผม ดิน ทราयरวด ชิ้นส่วนหรือสิ่งปฏิกูลจากสัตว์

### ๓. สุขลักษณะ

สุขลักษณะในการทำผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น อาคาร สถานที่ตั้ง และที่ใกล้เคียง ควรอยู่ในที่ที่สะอาดปราศจากการปนเปื้อนของเชื้อโรค สิ่งสกปรกต่างๆ เช่น

- ควรอยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่นเขม่าควัน
- ไม่อยู่ใกล้กับสถานที่น่ารังเกียจ เช่น บริเวณเพาะเลี้ยงสัตว์หรือที่กำจัดขยะมูลฝอย
- อาคารสถานที่ทำควรมีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายกว่าแก่การบำรุงรักษา การทำความสะอาดและสะดวกต่อการปฏิบัติงาน
- พื้น ฝาผนัง เพดานอาคารควรทำการก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทน เรียบ ทำความสะอาดและซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา
- แบ่งโซนพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สำหรับการทำวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์รอการบรรจุ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
- ผลิตภัณฑ์ไม่ควรอยู่ใกล้ห้องสุขา ไม่มีสิ่งของที่ใช้แล้วหรือไม่เกี่ยวข้องกับการทำอยู่ในบริเวณนั้น
- สถานที่ผลิตไม่แออัด มีแสงสว่างที่เพียงพอและมีการระบายอากาศที่เหมาะสม

<sup>๕๐</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเข้าเล่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.

- เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้สะอาดก่อนและหลังการใช้งานต้องทำความสะอาดเหมาะสมกับการใช้งานไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน ติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง และเก็บไว้ในที่เหมาะสม

ภาพประกอบที่ ๕ อาคารผลิตข้าวแต๋น



ภาพประกอบที่ ๖ กระบวนการผลิต



## ภาพประกอบที่ ๗ จุดปล่อยผลิตภัณฑ์



### ๔. การควบคุมกระบวนการผลิต

วัตถุดิบและส่วนผสมในการผลิตต้องสะอาด มีคุณภาพที่ได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้ปลอดภัย จัดเก็บในภาชนะสะอาด ป้องกันการปนเปื้อนได้แยกเก็บเป็นสัดส่วน การผลิต การเก็บรักษา การขนถ่าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่อง สุขาภิบาล การบำรุงรักษารักษา และการทำความสะอาด อย่างต่อเนื่อง รวมถึงน้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์และมือของผู้ทำ ต้องเป็นน้ำที่สะอาดและมีปริมาณเพียงพอ ใช้แล้วนำไปทิ้งไม่ควรกลับนำมาใช้ต่อ

### ๕. บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ผลิต

ผู้ประกอบการความตระหนักถึงคุณภาพของพนักงานทุกส่วน คือ ต้องมีการใส่ใจคุณภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจ มุ่งจิตสำนึกให้พนักงานใส่ใจความสะอาด รักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดีเช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผาคลุมผม เพื่อป้องกันไม่ไห้เสนผมหล่นลงในผลิตภัณฑ์ ไม่ไว้เล็บยาว ล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนปฏิบัติงาน การใส่ใจสุขลักษณะของพนักงานทุกฝ่าย และทุกกระบวนการขั้นตอน ในการผลิต ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

### ๖. การบรรจุ

ผู้ประกอบการควรมีการบรรจุผลิตภัณฑ์ขาวแต่นในภาชนะบรรจุที่สะอาด ปิดได้สนิท สามารถป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอกได้ ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบก็เป็นส่วนสำคัญในการที่จะ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ เช่น น้ำหนักสุทธิของผลิตภัณฑ์ขาวแต่นในแต่ละห่อ ต้องมีการบรรจุไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก รวมถึงความมั่นใจของผู้บริโภคและการรับรองมาตรฐานคุณภาพของสินค้า เช่น



๑. ชื่อผลิตภัณฑ์
๒. ส่วนประกอบที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ และเรียงลำดับจากมากไปน้อย
๓. น้ำหนักสุทธิเปนนกรัมหรือกิโลกรัม
๔. วัน เดือน ปีที่ทำและวัน เดือน ปีที่หมดอายุหรือขอความมา ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี) ระบุให้ชัดเจน เนื่องจาก ข้าวแต่นี้นั้นเป็นสินค้าที่ไว้นานก็อาจจะมึกลิ่น บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพอากาศเข้าก็ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นี้นี้ไม่กรอบ เสียรสชาติได้
๕. ขอแนะนำในการเก็บรักษา เช่น ควรเก็บในภาชนะที่ปิดสนิท
๖. เลขเอกสารการรับรองบนอาหาร เช่น อย.
๗. ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พรอมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ของตน

ภาพประกอบที่ ๘ การบรรจุผลิตภัณฑ์



#### ๔.๒ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของภาครัฐ สร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคงเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งและความเดือดร้อนของประชาชน กรมการพัฒนาชุมชนได้มีการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ แหล่งเงินทุนและการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐดังต่อไปนี้

โดยกรมการพัฒนาชุมชน<sup>๕๑</sup> ได้มีการส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเพิ่มเติมข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดิมที่เคยผ่านการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานได้ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น ผู้ประกอบการจะต้องมีการลงทะเบียนผู้ผลิต เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายเดิมที่เคยลงทะเบียน และผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายใหม่ยังไม่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการหลักเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่มีสิทธิลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตดังต่อไปนี้

๑. เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน
๒. เป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว
๓. เป็นผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่จะลงทะเบียนให้ใช้ที่ตั้งของสถานที่ผลิตเป็นหลักในการยื่นขอลงทะเบียน จะต้องมีการผ่านการรับรองจากประธานเครือข่าย OTOP อำเภอ/ ผู้แทน หรือประธานชุมชนของเขต (กรุงเทพมหานคร) ว่าได้มีการดำเนินการผลิตในพื้นที่นั้นจริง<sup>๕๒</sup> โดยกลุ่มเป้าหมายจะต้องมีความเชื่อมโยงกับชุมชนโดยเข้าเกณฑ์ดังต่อไปนี้

๑. ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการผลิต เช่น มีการใช้แรงงานในชุมชน (ภายในจังหวัดที่ขอลงทะเบียน) มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตในชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และชุมชนได้รับผลประโยชน์

๒. สถานที่การผลิตตั้งอยู่ภายในอำเภอ/เขตที่ขอลงทะเบียน
๓. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการและสมาชิกของกลุ่มต้องมีสัญชาติไทย

โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นที่สามารถลงทะเบียนได้ต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทยมีลักษณะดังนี้

๑. วัตถุดิบที่นำมาต้องไม่ผิดกฎหมาย
๒. ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ ดัดแปลง นำเข้าหรือนำเข้าเพื่อมาดัดแปลงหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
๓. ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมไทย

๔. ต้องมีการได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, มผช., มอก., ฮาลาล, และต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป

<sup>๕๑</sup> สัมภาษณ์: นางศลิษา ม่วงใหม่, หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน

<sup>๕๒</sup> สัมภาษณ์: นายพิเชษฐ องค์กรวิริทยา, พัฒนาการอำเภอเกาะคา.

ตารางที่ ๓ ทะเบียนรายชื่อกลุ่มผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนปี ๒๕๕๗-๒๕๕๘

ชื่อผลิต/ผู้ประกอบการ	ชื่อประธานกลุ่มเจ้าของกิจการ	คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	ข้อมูลสมัครคัดสรร
ข้าวแต่นิรวัฒน์บ้านหนอง หล่าย	นางจิตาภา ไอสถ	ผ่าน อย.	สมัครแล้ว๑
หสม.ข้าวแต่นิรวัฒน์	นายชาญยุทธ อินทร์พรหม	ผ่าน อย.	สมัครแล้ว๑๒
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง	นางขวัญฤดี ศรีเขียว	ผ่าน อย.	
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเกาะคา(พิบูลทิพย์)	นางพิศ นกต่อ	ผ่าน อย.	
ข้าวแต่นิรวัฒน์	นางศรีวัลย์ลา สุริยา	ผ่าน อย.	

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นิรวัฒน์ภายใต้กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประกอบด้วย

๑. สามารถส่งออกได้ โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์
๒. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม
๓. มีมาตรฐาน โดยมีความปลอดภัยและความพึงพอใจแก่ลูกค้า
๔. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

ซึ่งการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งประกอบการพิจารณาอยู่ ๓ ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์เป็น ๕ ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับ ๕ ดาว (๙๐-๑๐๐ คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพส่งออก

ระดับ ๔ ดาว (๘๐-๘๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่ระดับสากล

ระดับ ๓ ดาว (๗๐-๗๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางสามารถพัฒนาไปสู่ระดับ ๔ ดาวได้

ระดับ ๒ ดาว (๕๐-๖๙ คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ ๓ ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

ระดับ ๑ ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า ๕๐ คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและพัฒนายาก

โดยคุณสมบัติของผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้ารับการคัดสรรฯ เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ของจังหวัดหรือกรุงเทพมหานคร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เช่น อย. และหากผลิตภัณฑ์ใด ไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างไร



อย่างหนึ่ง โดยการคัดสรรฯ ดำเนินการ ๒ ปี ต่อ ๑ ครั้ง โดยมีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไป ทราบตั้งแต่เดือนตุลาคม-เดือนกุมภาพันธ์ และทั้งนี้ แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรฯ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) และกรมการพัฒนาชุมชน

ผลิตภัณฑ์พัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

โดยเข้าสู่กระบวนการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในระดับพื้นฐานและท้องถิ่น มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและไม่มีตลาดจำหน่ายที่ถาวรในช่องทางใด ช่องทางหนึ่งและเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์สินค้าที่สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการตลาด

ประโยชน์ที่ได้จากการจดทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๑. เกิดแหล่งตลาดเพิ่มมากขึ้น
๒. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเป็นการสืบทอดสู่คนรุ่นหลัง
๓. สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน
๔. สามารถนำทรัพยากร วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์มากขึ้น
๕. เป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน ในการบริหารจัดการ
๖. มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และเพิ่มความสามารถคึกกันของคนในชุมชน
๗. มีการประชาสัมพันธ์สินค้าเด่น ของชุมชน ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ในส่วนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง<sup>๘๓</sup> หน่วยงานได้มีระบบและโครงสร้างในการดำเนินการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในรอบปียังไม่เพียงพอ เนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดเงินทุนและยังไม่ปรับทัศนคติในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเข้าสู่มาตรฐาน และคุณภาพสากล สู้ปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของท่านพัฒนาคุณภาพสู่มาตรฐานภาครัฐจะมีการบูรณาการการทำงานแลสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยงานมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้ประกอบการรักษามาตรฐานและการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานแก่ผู้ประกอบการ ในการจัดอบรมพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ฮาตาล, ออร์แกนิก, และ จี ๗ ให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐานให้สม่ำเสมอ

ดังนั้นการจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเสรีภายใต้ประชาคม

<sup>๘๓</sup> สัมภาษณ์: นางอารีย์ เหลืองศิริ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าประเภทอาหารที่ความหลากหลายและมีการแข่งขันค่อนข้างสูงคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่นให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสากล

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยองค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความจดจำ และดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ ๔ หลักเกณฑ์การประเมินผลิตภัณฑ์ OTOP

<b>ด้านที่ ๑</b>	<b>ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์</b>
๑.๑	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับสากล (เช่น GMP/GAP/HACCP/ISO) หรือมาตรฐานการส่งออก หรือมาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด
๑.๒	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (เช่น อย./Primary/GMP/มผช./มอก.) หรือมาตรฐานที่ตลาดสินค้าหรือกฎหมายกำหนด
๑.๓	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใดๆ
<b>ด้านที่ ๒</b>	<b>ด้านศักยภาพการผลิต</b>
๒.๑	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม และผลิตได้ตามคำสั่งซื้อที่มีคุณภาพและปริมาณจำนวนมาก
๒.๒	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน
๒.๓	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพต่ำไม่สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม
<b>ด้านที่ ๓</b>	<b>ด้านกระบวนการผลิต</b>
๓.๑	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและกระบวนการที่ผลิตที่ซับซ้อนในการผลิตปริมาณมาก
๓.๒	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน
๓.๓	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ยุงยากซับซ้อนต้องใช้ทักษะฝีมือและความคิดสร้างสรรค์และใช้ระยะเวลาในการผลิตปริมาณน้อย
<b>ด้านที่ ๔</b>	<b>ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์</b>
๔.๑	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์/และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่องมีความหลากหลาย มีรูปแบบที่นิยมของตลาด
๔.๒	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบหรือการออกแบบที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว
๔.๓	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนารูปแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แต่ไม่ต่อเนื่อง
๔.๔	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์
<b>ด้านที่ ๕</b>	<b>ด้านการตลาดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์</b>
๕.๑	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกหรือจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำหรือสนามบิน
๕.๒	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์นั้นๆ
๕.๓	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะในตลาดร้านค้าในภูมิภาค/สถานที่ฝากขายถาวรหรือมีผู้มารับต่อเนื่อง เพื่อไปจำหน่ายต่อหรือนำไปบรรจุใหม่
๕.๔	เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเฉพาะในร้านค้าชุมชน หรือตลาดอำเภอ/จังหวัด หรือขายปลีก



ทั่วไป

### หลักการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

วัตถุดิบที่นำมาผลิตต้องไม่ผิดกฎหมาย ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ ดัดแปลง นำเข้าหรือนำเข้าเพื่อดัดแปลงหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันดีของไทย กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายบังคับต้องได้รับอนุญาตให้ผลิต ภายใต้หลักการดำเนินงานตามหลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา

ในการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารด้านลูกค้าได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้าเดิมไว้ และการแสวงหาลูกค้าใหม่ การนำเสนอลูกค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่รวดเร็ว หรือชื่อเสียงของกิจการที่ดี จากความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านการจัดส่ง ผู้ประกอบการได้มีการรักษาลูกค้าหลักเดิมต่อปี ลูกค้าหลักใหม่ที่เพิ่มขึ้นต่อปี โดยผู้ประกอบการหนึ่ง กล่าวถึงการบริหารด้านลูกค้าว่า ให้สัจจะกับลูกค้าว่าจะนำแต่สินค้าที่ดีมีคุณภาพมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคด้วยราคาที่เหมาะสม<sup>๘๔</sup> เช่นเดียวกันเราเป็นผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นสินค้าส่งออกให้ได้รับมาตรฐานตั้งแต่กระบวนการนำเข้า จนถึงกระบวนการส่งออก<sup>๘๕</sup> เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีการสนับสนุนให้ความรู้อบรม และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

โดยผู้ประกอบการบางรายได้พบอุปสรรคปัญหาในเรื่องของทัศนคติของผู้ประกอบการยังไม่พร้อมที่จะพัฒนาเนื่องจาก การแข่งขันที่สูง งบประมาณในการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายทำเพียงต้องการขายในหมู่บ้าน ไม่ต้องการที่จะขายส่งออก รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นมาบรรจุภัณฑ์ติดแบรนด์เป็นชื่อของตนเองเป็นการแสวงหาผลประโยชน์ โดยขาดคุณธรรมจริยธรรมต่อการทำธุรกิจ เป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้แต่สินค้า

มุมมองด้านลูกค้า ผู้ประกอบการได้ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอิทธิบาท ๔ ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เช่น “การขายมันต้องอดทน แล้วต้องซื่อสัตย์กับลูกค้าสินค้าต้องสดใหม่ทุกวัน ถ้ามันขายไม่ได้อย่าไปเสียดาย ต้องทิ้งถังขยะไปเลย ห้ามเสียดาย น้ำมันต้องใหม่สะอาดอยู่ทุกวัน”<sup>๘๖</sup> ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนาฉันทะ ความต้องการที่จะทำให้ใจรัก จะทำในสิ่งนั้นอยู่เสมอและจะปรารถนาจะทำให้ผลดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ การที่ทำให้ใจรักอันเกิดจากความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงจะเกิดผลจริงตามควร การประชุม อบรมความรู้และการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า “การมีฉันทะร่วมกัน” ก่อนเลิกการประชุมบางอันเป็นเสมือนสัญญาระหว่างกันว่าเราจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ร่วมกันหรือละเว้นบางสิ่งร่วมกัน การสัญญาที่ให้ไว้กับมวลหมู่สมาชิกเท่านั้น หากแต่เป็นสิ่งที่ศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นอยู่เต็มเปี่ยม จึงจะเกิดความเพียรตามมา ความจริงใจ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ไม่เอาการมากจนเกินไป และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องมีความรักและความสนุกซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา หลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะ

<sup>๘๔</sup> สัมภาษณ์: ผู้ประกอบการข้าวแต๋นระพีพัฒน์, ๗ กันยายน ๒๕๕๙.

<sup>๘๕</sup> สัมภาษณ์: ผู้ประกอบการข้าวแต๋นหมื่นคำ, ๒ กันยายน ๒๕๕๙.

<sup>๘๖</sup> สัมภาษณ์: ผู้ประกอบการข้าวแต๋นพิบูลทิพย์, ๑๔ สิงหาคม ๒๕๖๐.

ความรักงาน ผู้ประกอบการที่ดีเริ่มต้นตั้งแต่ความพอใจ ความรัก ความชอบในงานที่จะทำก่อน ซึ่งจากการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการกล่าวว่า เราคิดว่าคนไทยต้องปรับตัว ต้องพัฒนาตลอดเวลา จะหยุดนิ่งไม่ได้ อะไรที่เราต้องแก้ไขข้อผิดพลาดของเราในอดีต เราก็ยังต้องทบทวนตลอดเวลาว่าในธุรกิจเรามีอะไรที่เราทำได้ไม่ดี มีประสิทธิภาพตรงไหนที่ยังต่ำอยู่ มีตลาดตรงไหนที่เราไม่ได้ไป<sup>๘๗</sup>

เช่นเดียวกับหลักคำสอนพุทธศาสนาหลัก อิทธิบาท ๔ ในเรื่องของวิมังสา การพินิจพิเคราะห์ที่ต้องรู้จักวิเคราะห์ ใคร่ครวญ ปรับปรุง แก้ไข พัฒนางานด้านบริหาร และพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการ “ป่าเถื่อนว่าความจริงใจ ความซื่อสัตย์ ป่าเองไม่เคยคิดที่จะเอาเปรียบใคร ตรงไปตรงมา ก็ใช้หลักการนี้โดยตลอด ในตลาดเองเราก็ไม่เคยทำให้ลูกค้าผิดหวัง ของเราไม่เคยหลอกหลวงลูกค้า ทำให้ลูกค้าติดใจกับสินค้า” เป็นความมั่นใจที่เราใช้เป็นฐานทำให้เราขยายธุรกิจลงไปได้หลายแขนง ก็เริ่มจากตรงนี้” ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา วิริยะ ความเพียร ความอดทน ผู้ประกอบการต้องอดทนต่อผลงานที่ตนเองได้บริหารมา บางที่ต้องใช้เวลา ไม่ท้อถอย ไม่น้อยใจ แม้ขณะนี้ขาดทุน ก็ต้องอดทน เนื่องจากปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างย่ำแย่ การแข่งขันก็เยอะ ทำให้มีผู้ประกอบการไม่สามารถยืนยัดค้าขายได้ เช่นเดียวกับ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง ได้แยกกันประกอบอาชีพ เนื่องจากสู้สภาพการแข่งขันในปัจจุบันไม่ได้ ทั้งผลผลิตและค่าใช้จ่าย มันมีไม่เพียงพอ ทำให้เราต้องล้มเลิกการผลิต

แต่ผู้ประกอบการบางก็ได้มีความพยายาม อดทน พัฒนาสินค้าของตนให้ก้าวสู่ตลาดสากล ในการสร้างคุณภาพของสินค้า รูปแบบสินค้า ขยายการตลาดอย่างต่อเนื่อง แนวทางการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารด้านกระบวนการ

ในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นการดำเนินงานที่รวดเร็วขึ้น กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการในการทำธุรกิจของผม ผมได้มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งอุปสรรคต่าง ๆ และโอกาสของธุรกิจของผม ส่วนที่เป็นจุดอ่อนผมพัฒนาให้ดีขึ้น ให้มีจุดบอดน้อยที่สุดจุดแข็งผมก็เสริมสิ่งนั้นให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น อุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคู่แข่งทางการขาย หรือปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับตัวสินค้า ผมจะค่อยๆ คิดหาที่มาของปัญหาแล้วค่อยๆ แก้ไข<sup>๘๘</sup>

แนวทางการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารทางการเงิน

เป็นการเพิ่มรายได้ การลดลงของต้นทุน หรือการเพิ่มขึ้นของรายได้ด้วยวิธีการอื่น ๆ รายได้ที่เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา เป็นต้น เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของรายได้เท่ากับร้อยละต่อปี บริษัทที่ศึกษาทั้งหมดได้มีการจัดหาระบบบัญชีและงบประมาณเป็นแบบมาตรฐานซึ่งสามารถตรวจสอบระบบบัญชี ได้อย่างมีระบบ ดังการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเขากล่าวว่า จุดขายของเราอยู่ที่ตัวคุณภาพของสินค้า ความอร่อย ไม่เหม็นกลิ่น สามารถอยู่ได้นาน รวมถึงการบริการสินค้าเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็วและมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศและทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

<sup>๘๗</sup> สัมภาษณ์: ผู้ประกอบการข้าวแต๋นถั่วเขียว, ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๐.

<sup>๘๘</sup> สัมภาษณ์: ผู้ประกอบการข้าวแต๋นบุญทวี, ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๐.

### ๔.๓ นำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

จากการวิจัยค้นพบว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นจังหวัดลำปาง ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ส่งผลให้สินค้าขาดความน่าเชื่อถือ น่าสนใจ ผลิตโดยไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาด สินค้าจำนวนมากขาดอัตลักษณ์ อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดด้านทักษะความรู้ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตสินค้าให้ได้รับมาตรฐาน ขาดการนำเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมมาใช้ ขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านการรับรู้และการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจ ข้อจำกัดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดไม่สามารถขยายตลาดให้โตมากขึ้น เนื่องจากการขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง คุณภาพไม่คงที่ โดยเฉพาะกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก เป็นต้น

ดังนั้น การพัฒนาสินค้าข้าวแต๋นและผู้ประกอบให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถประคับประคองธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน ดังต่อไปนี้

#### แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

๑. ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น เป็นศูนย์กลางสู่การมุ่งเน้นที่เครือข่าย สร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว
๒. ขยายตลาดเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายโอกาสสู่ตลาดอาเซียน
๓. เสริมสร้างคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณภาพสินค้า โดยการสะท้อนความมีนวัตกรรม ความทันสมัยและเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม

โดยกระบวนการสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนได้ ต้องมีผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาไปสู่สากล ต้องผ่านกระบวนการคุณภาพการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ให้อยู่ในระดับที่ ๔ ดาว ดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ ๕ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
๑. Process: เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต	<p>- พัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยมุ่งเน้นชุมชนและสิ่งแวดล้อม ให้มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค</p> <p>- เชื่อมโยงเทคโนโลยี หรืองานวิจัยต่างๆ เพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต โดยการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เช่น จากเดิมมีการตากผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นกลางแจ้ง ทำให้มีแมลงและฝุ่นปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนวิธีการนำมาอบใน</p>



แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	<p>ห้องที่มีขีด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- ควรใส่ใจผู้บริโภคเป็นหลัก ตั้งแต่กระบวนการนำเข้าวัตถุดิบจนถึงการส่งออก</li> <li>- ส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ์รวมถึงส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อเป็นประโยชน์ทางการตลาด</li> </ul>
<p>๒. Product: ยกระดับมาตรฐานและการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสริมสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า เช่น อาจแสดงถึงความเป็นท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคุณค่าและสร้างความสนใจในตัวสินค้าให้มากขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา</li> <li>- ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมและเชื่อมโยงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น บรรจุภัณฑ์เป็นถุงผ้า เป็นต้น</li> <li>- เพิ่มความต้องการสินค้าในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น จากเดิมเป็นวงกลมเปลี่ยนเป็นแท่ง หรือข้าวแต๋นโดนัท เป็นต้น</li> <li>- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐาน เช่น อย., GMP., มผช., มอก., ฮาลาล</li> <li>- ส่งเสริมให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้ตราสินค้าระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานของสินค้า เช่น การใช้แบรนด์สินค้าเป็นของตนเองออกแบบให้สามารถใช้งานได้จริง เพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับสินค้าของตนเอง</li> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า</li> </ul>
<p>๓. People: การเสริมสร้างองค์ความรู้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะพนักงาน/สมาชิกกลุ่ม ให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนดและได้คุณภาพสม่ำเสมอ</li> <li>- กระตุ้นจิตสำนึกการมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อการผลิต</li> <li>- ส่งเสริมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาสู่กระบวนการผลิตให้มีความรวดเร็วมากขึ้น</li> <li>- ส่งเสริมความรู้และพัฒนาระบบการบริหารจัดการการผลิตให้</li> </ul>

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	<p>มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับกับตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินการการผลิต เช่น ความรู้การบริหาร การผลิต เช่น การตั้งราคา ภาษีและกฎระเบียบของธุรกรรมทางธุรกิจ</li> <li>- ใส่ใจพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวโน้มของอนาคตและสถานการณ์การแข่งขันของผู้บริโภค</li> </ul>
<p>๔. Market: เพิ่มช่องทางการจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวรายการวิทยุ โทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงทั้งในระดับภายในท้องถิ่น</li> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น โดยพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และศูนย์บริการการท่องเที่ยว</li> <li>- เพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ต ออนไลน์ วิทยุและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ</li> <li>- จัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว งานเทศกาลใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเข้ามาใช้จ่ายใช้สอยสินค้าในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น</li> <li>- ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น</li> </ul>
<p>๕. Community Cluster: เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น สร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้าเครือข่ายชุมชนวัดตูดิบ เครือข่ายการตลาด และสมาคมต่างๆ</li> <li>- เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการทำแผนและสร้างแนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายพัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้</li> <li>- เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการประสานประโยชน์ของเครือข่ายสนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน</li> </ul>

### แนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต

เทคโนโลยีการผลิต เป็นการนำวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ปริมาณสูงและมีคุณภาพดี ในปัจจุบันเราจะเห็นสินค้าและบริการมีรูปแบบต่างๆเกิดขึ้นมากมาย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อให้ได้สินค้าที่มีปริมาณสูง มีคุณภาพดี มีรูปแบบต่างๆ ลดแรงงานคนเพิ่มผลผลิตได้เร็วขึ้นส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง มีกำไรมากขึ้น

การใช้เทคโนโลยีในการผลิต เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการควบคุมการผลิต การใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน การนำวิทยาการใหม่ ๆ มาช่วยในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น

การใช้เทคโนโลยีในการบริหาร เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า การใช้โทรศัพท์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

การแข่งขันในการผลิต หมายถึง การทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าต่ำลง สามารถขายสินค้าได้ในราคาถูก เพื่อแข่งขันซึ่งกันและกัน

การใช้เทคโนโลยีเพื่อการแข่งขันของผู้ผลิต

๑. การใช้เทคโนโลยีช่วยผลิตสินค้าและบริการที่มีรูปแบบใหม่ และให้ประโยชน์ กับผู้บริโภคมากขึ้น

๒. การใช้เครื่องมือและเครื่องจักรที่ทันสมัย ช่วยในการผลิตสินค้าและการบริการเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

๓. การใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและบริการ การส่งเสริมการขายและการตลาด

๔. การใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการอย่างสะดวกและรวดเร็ว

### แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เป็นการศึกษารัฐกิจก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เพราะความมั่นคงจะมีความสำคัญมากของธุรกิจขนาดกลางหรือเล็ก ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนทัศนคติในการมองเรื่องต่าง ๆ และต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลต้องประเมินสถานการณ์ อย่างถูกต้องและเป็นธรรม การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดจะประกอบด้วย ๒ ประเด็นใหญ่ ๆ คือ ตลาดและผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแผนทางการตลาด การวางแผนทางการตลาดต้องมีการเก็บข้อมูลเพื่อที่จะใช้เป็นกำหนดทิศทางและการตัดสินใจว่ากิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ที่จะใช้ในการแข่งขันควรมีอะไรบ้าง ดังนั้น ข้อมูลทางการตลาดที่ได้มีการเก็บรวบรวมมาจึงจำเป็นต้องผ่านขั้นตอนในการวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้

การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดมี ๒ ประเภทสำคัญใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยทั่วไปการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จะใช้เครื่องมือตัววัดในทางสถิติ ในขณะที่การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจะใช้ประเด็นเป็นเครื่องมือในการวัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจในประเด็นหรือข้อมูลที่ยังขาดความชัดเจน



การวิเคราะห์ในเชิงการทดสอบสมมุติฐาน การวิเคราะห์และทดสอบในทางสมมุติฐาน โดยทั่วไปจะเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้จากข้อมูลจากการสำรวจ และมักใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ และตีความ ซึ่งมักจะให้ความสนใจต่อนัยสำคัญทางสถิติว่ามีหรือไม่ มากน้อยอย่างไร หรือว่าเชื่อถือได้มากน้อยแค่ไหน การวิเคราะห์ประเภทนี้มักจะใช้ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติอื่น ๆ ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น แต่ก็สรุปง่าย ๆ ก็คือ ส่วนใหญ่จะเป็นการหาค่าความสัมพันธ์หรือความแตกต่างกันระหว่างตัวแปร เพื่อนำผลไปวิเคราะห์ไปใช้ในการวางแผนทางการตลาด

การวิเคราะห์เชิงสรุปประเด็น การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์เชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์และสรุปเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในเชิงลึก เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับ ปรากฏการณ์ทางการตลาดนั้น ๆ มากขึ้น หากแต่ว่าข้อมูลเชิงคุณภาพอาจสามารถประมวลความคิดเห็นและสรุปได้ลึกซึ้งกว่า ดังนั้น การวางแผนทางการตลาดที่ดีควรมีการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่ครอบคลุมและหลากหลายของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการใช้ข้อมูลทางการตลาดที่นับวันจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อย

#### แนวทางการพัฒนาสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน

๑. ด้านภาครัฐ ควรจะมีการกำหนดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับ OTOP หลายระดับ ได้แก่ OTOP ระดับรากหญ้า, OTOP ระดับ SMEs, OTOP ระดับส่งออก โดยให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งรับผิดชอบในการพัฒนาศักยภาพดังกล่าว เนื่องจาก OTOP ในแต่ละระดับมีปัญหาและระดับการพัฒนาแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันการเกิดความทับซ้อนในการดำเนินงานของภาครัฐเอง

๒. ด้านตลาดและผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP มีโอกาสทำตลาดในกลุ่มอาเซียนแตกต่างกัน เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละประเทศแตกต่างกัน บางประเทศเน้นอุปโภคบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่หรูหรา มีตราหือที่ตี เช่น สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ ฉะนั้น หากต้องการทำการตลาดในกลุ่มประเทศนี้ จะต้องมีความพิถีพิถันในการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นการกระตุ้น การซื้อของผู้บริโภค บางประเทศเน้นการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่แพง เน้นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นลาว พม่า กัมพูชา เป็นต้น ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องแสดงให้บริโภคในประเทศดังกล่าวเห็นถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ในสินค้าและผลิตภัณฑ์

๓. ด้านการบริหารจัดการ ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจะมีการเร่งพัฒนาความรู้ทักษะให้แก่ผู้ประกอบการในด้านภาษาอังกฤษ ด้านการบริหารจัดการ ด้านระบบบัญชี ด้านกฎระเบียบและขั้นตอนการส่งออก เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการประเทศอื่นๆ ได้

๔. ด้านการผลิตภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สร้างมาตรฐานในการผลิตสินค้า นอกจากนี้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบและการทำซ้ำ ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรไว้

## บทที่ ๕

### บทสรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน แนวทางการพัฒนา การดำเนินงานของผู้ผลิตผู้ประกอบการข้าวแต๋นในจังหวัดลำปางเพื่อรองรับสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ๓ กลุ่ม คือ

๑. ผู้ประกอบการ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๑๒ คน

๒. ผู้บริโภค การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ จำนวน ๑๐ ท่าน

๓. เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๕ ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์งานวิจัย ประกอบด้วยคำถาม ๒ ตอนด้วยกันคือ ตอนที่ ๑ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์ ตอนที่ ๒ สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

#### ๕.๑ สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

##### สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ

ลักษณะสภาพทั่วไปของข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบรสชาติอร่อยที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปางด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปาง และเป็นขนมโบราณของคนภาคเหนือที่ทำเพื่อเลี้ยงแขกในงานมงคลต่างๆ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานปีใหม่ งานปอยหลวง ต่อมาจึงมีการจำหน่ายเป็นของฝากจากจังหวัดลำปาง จนข้าวแต๋นเป็นที่แพร่หลายและได้กลายเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของชาวจังหวัดลำปาง ทำให้ข้าวแต๋นลำปางมีความอร่อยและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดลำปาง

จึงได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง เป็นสิ่งบ่งบอกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ขอบเขตที่ตั้งตามแหล่งภูมิศาสตร์<sup>๘๘</sup> เป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจงซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า

โดยผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จำนวน ๔ ราย

<sup>๘๘</sup> สัมภาษณ์: เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดลำปาง

ประกอบด้วย<sup>๙๐</sup>

๑. ข้าวแต่นทวีพรรณ
๒. ข้าวแต่นธานี
๓. ข้าวแต่นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์
๔. กลุ่มข้าวแต่นน้ำแดงโมแม่บุญพิน

**การพิสูจน์แหล่งกำเนิด**

๑. ข้าวแต่นลำปางจะต้องผลิตในพื้นที่ที่กำหนดและตามกระบวนการผลิต
๒. กระบวนการการผลิตต้องได้รับมาตรฐานผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวแต่นลำปาง รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

**คุณลักษณะที่ต้องการ<sup>๙๑</sup>**

๑. ลักษณะทั่วไป ต้องกรอบอาจแตกหักได้เล็กน้อย สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นปรุงแต่งหน้าสวนที่เป็นหนา ตองเกาะติดแผ่นข้าวแต่นและกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๒. ลักษณะเนื้อสัมผัส ต้องกรอบ ไม่เหนียวหรือแข็งกระด้าง การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจและชิม
๓. สี ต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น สม่ำเสมอ ไม่ไหมเกรียม
๔. กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น ไม่มีกลิ่นรสอันที่ไม่พึงประสงค์เช่น กลิ่นเหม็นน้ำมันเก่า
๕. สิ่งแปลกปลอม ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เสนมผม ดินทราย กรวด ชิ้นสวนหรือสิ่งปฏิกลจากสัตว์ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๖. สุขลักษณะ สุขลักษณะในการทำผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียงอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่ายโดย
  - สถานที่ตั้งตัวอาคารและบริเวณโดยรอบสถานที่ต้องสะอาด ไม่มีน้ำขังและสกปรก
  - ควรอยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่นเขม่าควัน
  - ไม่อยู่ใกล้กับสถานที่น่ารังเกียจ เช่น บริเวณเพาะเลี้ยงสัตว์หรือที่กำจัดขยะ
  - อาคารสถานที่ทำควรมีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายกว่าแก่การบำรุงรักษา การทำความสะอาดและสะดวกต่อการปฏิบัติงาน
    - พื้น ฝาผนัง เพดานอาคารควรทำการก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทน เรียบ ทำความสะอาดและซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา
    - แบ่งโซนพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน สำหรับการทำวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์รอการบรรจุ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

<sup>๙๐</sup> อนุญาตวันที่ ๓๐ ต.ค.๕๘ - ๒๙ ต.ค.๖๐

<sup>๙๑</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเข้าเล่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.



- ผลิตรถยนต์ไม่ควรอยู่ใกล้ห้องสุขา ไม่มีสิ่งของที่ใช้แล้วหรือไม่เกี่ยวข้องกับการทำอยู่ในบริเวณนั้น

- พื้นที่ผลิตไม่แออัด มีแสงสว่างที่เพียงพอและมีการระบายอากาศที่เหมาะสม
- เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการทำภาชนะหรืออุปกรณ์ในการทำที่สัมผัส

กับผลิตรถยนต์ทำจากวัสดุที่มีผิวเรียบไม่เป็นสนิม ล้างทำความสะอาดได้ง่าย

- เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้สะอาดก่อนและหลังการใช้งานต้องทำ ความสะอาดเหมาะสมกับการใช้งานไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน ติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง และเก็บไว้ในที่เหมาะสม

#### ๗. การควบคุมกระบวนการผลิต

- วัตถุประสงค์และสวนผสมในการผลิตต้องสะอาด มีคุณภาพดีได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้ ปลอดภัย จัดเก็บในภาชนะสะอาด ป้องกันการปนเปื้อนได้แยกเก็บเป็นสัดส่วน

- การผลิต การเก็บรักษา การขนถ่าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อน และการเสื่อมเสียของผลิตรถยนต์

#### ๘. เครื่องจักรที่ใช้ต้องตรวจสอบได้เที่ยงตรง

- การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา รักษา และทำความสะอาด

- น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์และมือของผู้ทำเป็นน้ำสะอาดและมีปริมาณเพียงพอ

- มีวิธีการป้องกันและกำจัดสัตว์นำเชื้อ แมลง และฝุ่นในบริเวณที่ทำตามความเหมาะสม

- มีวิธีการป้องกันไม่ให้สัตว์เลี้ยง เช่น สุนัข แมว เข้าไปในบริเวณที่ทำมีการกำจัด ขยะ สิ่งสกปรกและน้ำทิ้งอย่างเหมาะสม เพื่อไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนสู่ผลิตรถยนต์

- สารเคมีที่ใช้ล้างทำความสะอาด และใช้กำจัดสัตว์นำเชื้อและแมลง ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม และเก็บแยกจากบริเวณที่ทำ เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนลงสู่ผลิตรถยนต์ได้

#### ๙. บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ผลิต

- ผู้ผลิตทุกคน ต้องมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ รักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ ดีเช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผาคคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในผลิตรถยนต์ไม่ว่าเล็บยาว ล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนปฏิบัติงาน หลังการใช้ห้องสุขา และเมื่อมือสกปรก

- ผู้ผลิตทุกคน ต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะในสถานที่ทำ เช่น รับประทานอาหารสูบบุหรี่

- ตระหนักถึงคุณธรรมในการบริหารต่อพนักงานและผู้บริโภค

#### ๑๐. การบรรจุ

ให้บรรจุผลิตรถยนต์ขวดแก้วในภาชนะบรรจุที่สะอาด ปิดได้สนิท สามารถป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอกได้ทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ น้ำหนักสุทธิของผลิตรถยนต์ขวดแก้วในแต่ละภาชนะบรรจุต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก การทดสอบให้ใช้เครื่องชั่งที่เหมาะสมที่ภาชนะบรรจุผลิตรถยนต์ขวดแก้วทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

- น้ำแดงโม
- (๑) ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตาม มผช.) อาจตามด้วยชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ เช่น ขาวแต่น ขาวแต่น
- อย
- (๒) ส่วนประกอบที่สำคัญ เพนรอยละของน้ำหนักโดยประมาณและเรียงจากมากไปน้อย
- (๓) น้ำหนักสุทธิเป็นกรัมหรือกิโลกรัม
- (๔) วัน เดือน ปีที่ทำ และวัน เดือน ปีที่หมดอายุหรือข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)”
- (๕) ขอแนะนำในการเก็บรักษา เช่น ควรเก็บในภาชนะที่ปิดสนิท
- (๖) เลขสารบอาหาร
- (๗) ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างตน

### แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียน

รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของภาครัฐ สร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคงเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งและความเดือดร้อนของประชาชน กรมการพัฒนาชุมชนได้มีการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ แหล่งเงินทุนและการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐดังต่อไปนี้

กรมพัฒนาชุมชน<sup>๙๒</sup> ได้มีการส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเพิ่มเติมข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดิมที่เคยผ่านการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานได้ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น ผู้ประกอบการจะต้องมีการลงทะเบียนผู้ผลิต เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

**กลุ่มเป้าหมาย** กลุ่มเป้าหมายในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายเดิมที่เคยลงทะเบียน และผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายใหม่ยังไม่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

หลักเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่มีสิทธิลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตดังต่อไปนี้

๑. เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน
๒. เป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว
๓. เป็นผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่จะลงทะเบียนให้ใช้ที่ตั้งของสถานที่ผลิตเป็นหลักในการยื่นขอลงทะเบียน จะต้องมีการผ่านการรับรองจากประธานเครือข่าย OTOP อำเภอ/ ผู้แทน หรือประธานชุมชน

<sup>๙๒</sup> สัมภาษณ์: นางศลิษา ม่วงใหม่, หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน

ชนของเขต (กรุงเทพมหานคร) ว่าได้มีการดำเนินการผลิตในพื้นที่นั้นจริง<sup>๙๓</sup> โดยกลุ่มเป้าหมายจะต้องมีความเชื่อมโยงกับชุมชนโดยเข้าเกณฑ์ดังต่อไปนี้

๑. ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการผลิต เช่น มีการใช้แรงงานในชุมชน (ภายในจังหวัดที่ขอลงทะเบียน) มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตในชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และชุมชนได้รับผลประโยชน์

๒. สถานที่การผลิตตั้งอยู่ภายในอำเภอ/เขตที่ขอลงทะเบียน

๓. ผู้ผลิต ผู้ประกอบการและสมาชิกของกลุ่มต้องมีสัญชาติไทย

โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นที่สามารถลงทะเบียนได้ต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทยมีลักษณะดังนี้

๑. วัตถุดิบที่นำมาต้องไม่ผิดกฎหมาย

๒. ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ ดัดแปลง นำเข้าหรือนำเข้าเพื่อมาดัดแปลงหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

๓. ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมไทย

๔. ต้องมีการได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, มผช, มอก, ฮาลาล, และต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นสู่ตลาดอาเซียน ภายใต้กรอบการค้าเสรีสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประกอบด้วย

๑. สามารถส่งออกได้ โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์

๒. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม

๓. มีมาตรฐาน โดยมีความคุณภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

๔. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

ซึ่งการค้าเสรีสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งประกอบการพิจารณาอยู่ ๓ ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์เป็น ๕ ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับ ๕ ดาว เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพส่งออก

ระดับ ๔ ดาว เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่ระดับสากล

ระดับ ๓ ดาว เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางสามารถพัฒนาไปสู่ระดับ ๔ ดาวได้

ระดับ ๒ ดาว เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ ๓ ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

ระดับ ๑ ดาว เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและพัฒนายาก

<sup>๙๓</sup> สัมภาษณ์: นายพิเชษฐ องค์ศิริวิทยา, พัฒนาการอำเภอเกาะคา.



### ประโยชน์ที่ได้จากการจดทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๑. เกิดแหล่งตลาดเพิ่มมากขึ้น
๒. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเป็นการสืบทอดสู่คนรุ่นหลัง
๓. สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน
๔. สามารถนำทรัพยากร วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์มากขึ้น
๕. เป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน ในการบริหารจัดการ
๖. มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และเพิ่มความสามัคคีกันของคนในชุมชน
๗. มีการประชาสัมพันธ์สินค้าเด่นของชุมชน ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

หน่วยงานได้มีระบบและโครงสร้างในการดำเนินการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในรอบปียังไม่เพียงพอ เนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดเงินทุนและยังไม่ปรับทัศนคติในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเข้าสู่มาตรฐานและคุณภาพสากล สู้ปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของท่านพัฒนาคุณภาพสู่มาตรฐาน ภาครัฐจะมีการบูรณาการการทำงานแลสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยงานมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้ประกอบการรักษามาตรฐานและการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานแก่ผู้ประกอบการ ในการจัดอบรมพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ฮาตาล, ออร์แกนิก, และ จี ๗ ให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐานให้สม่ำเสมอ

การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเสรีทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าประเภทอาหาร ที่ความหลากหลายและมีการแข่งขันค่อนข้างสูงคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความ

เชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบ การนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าใน ตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้มีความสำคัญและตระหนักถึง การสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของ สินค้า และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้ สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้ กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการ ระดับท้องถิ่นให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสากล

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัย องค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะ เป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ใน การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพ ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความจดจำ และดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

### หลักการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

หลักพุทธธรรมที่สำคัญควรนำมาประยุกต์กับการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาด อาเซียน ดังนี้

#### ด้านผู้ประกอบการ

หลักปาปนิกธรรม หลักของการบริหารจัดการ โดยทั่วไปแล้วในการจัดการบริหารจัดการ มักต้องมีหลักธรรมนี้ประกอบการบริหารกิจการหรือองค์กร จากเนื้อหาในพระธรรมปิฎกได้กล่าวไว้ เกี่ยวกับหลักปาปนิกธรรม ๓ ไว้ว่าเป็นหลักพ่อค้าหรือคุณสมบัติของพ่อค้าที่พึงจะมีโดยจะต้องมีหลัก ในการบริหารจัดการหรือมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

๑. จักขุมา คือ ตาดี หมายถึง การรู้จักสินค้า สามารถมองสินค้าเป็น รวมไปถึงสามารถ คำนวณราคาโดยเล็งเห็นทุนและกำไรได้อย่างแม่นยำ มีปัญญามองการณ์ไกล สามารถคาดการณ์ ทิศทางในอนาคตในการประกอบธุรกิจได้อย่างแม่นยำด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล ซึ่งอาจจะใช้ ประสบการณ์ในอดีตร่วมประกอบการตัดสินใจวางแผนต่างๆ

๒. วิรูโร คือ จัดเจนธุรกิจ หมายถึง รู้จักแหล่งซื้อแหล่งขายที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธุรกิจของตน อีกทั้งรู้ความเคลื่อนไหวหรือความต้องการของตลาด เพื่อการเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้นใน ระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ต้องมีความสามารถในการจัดซื้อจัดจำหน่าย รู้ใจและรู้จักเอาใจลูกค้า บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า สามารถจัดการธุรกิจอย่างมืออาชีพ

๓. นิสสัยสัมปโน คือ มีพร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย หมายถึง ความสามารถทำตนให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับหมู่แหล่งทุนใหญ่ (เครดิตดี) หรือมีความสามารถหาเงินมาลงทุนหรือดำเนินกิจการธุรกิจของตนได้โดยง่าย อันรวมไปถึงมีมนุษยสัมพันธ์ดีในการติดต่อเจรจาธุรกิจต่างๆให้ดำเนินงานไปตามระยะเวลา หรือสามารถทำให้ผู้คนหรือพนักงานสามารถปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจจะทำ<sup>๙๔</sup>

### ด้านการผลิต

หลักธรรมสัปปุริสธรรม (ธรรมของสัตบุรุษ หรือธรรมของคนดี) มีทั้งหมด ๗ ประการ ที่เป็นองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันอย่างสมบูรณ์ จนทำให้ผู้นำสามารถจัดการหรือปฏิบัติการในหน้าที่ของตนให้ประสบความสำเร็จดังที่เป้าหมายได้คาดการณ์ไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย

๑. ฉัมมัญญาตา เป็นผู้รู้จักเหตุ รู้หลักการ รู้งาน รู้หน้าที่ รู้กติกาที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบกิจกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

๒. อัตถัญญาตา เป็นผู้รู้จักผล รู้จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่เป็นไปตามหลักการที่ตนได้ประกอบ สามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ และมีความแน่วแน่มั่นที่ตรงไปให้ถึงเป้าหมาย

๓. อัตตัญญาตา เป็นผู้รู้จักตน รู้สถานะของตนเอง รวมไปถึงคุณสมบัติ ความพร้อม ความถนัด สติปัญญา ความสามารถ และจุดแข็งจุดอ่อน รวมไปถึงการเตือนตัวเองอยู่เสมอ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงตัวเอง

๔. มัตตัญญาตา เป็นผู้รู้จักประมาณ รู้จักความพอดีของขีดจำกัดในแต่ละเรื่องที่จะทำต่างๆ รวมไปถึงการจัดองค์ประกอบให้ได้สัดส่วนที่พอเหมาะพอดี

๕. กาลัญญาตา เป็นผู้รู้จักกาล รู้จักเวลา สามารถลำดับ ระยะเวลา จังหวะ ปริมาณ ได้อย่างเหมาะสมในการวางแผนทำกิจการต่างๆและสามารถรับมือกับสถานการณ์นั้นได้อย่างเหมาะสม

๖. ปริสัญญาตา เป็นผู้รู้จักบริษัท รู้สังครอบข้าง ทันโลก โดยเฉพาะสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่แม้แต่สังคมขนาดใหญ่ แต่ควรรู้จักสังคในรายละเอียดระดับย่อย เพื่อสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง

๗. ปุคคลัญญาตา เป็นผู้รู้จักบุคคล รู้จักบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สามารถทำให้การดำเนินการในสิ่งต่างๆ สามารถดำเนินได้ไปด้วยกัน รวมไปถึงการปฏิบัติต่อบุคคลเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม เพื่อประโยชน์สูงสุดในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง<sup>๙๕</sup>

อิทธิบาท 4 เป็นหลักธรรมที่ใช้ในการทำงาน อันประกอบด้วยแนวปฏิบัติ 4 ข้อ คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา ที่สามารถนำไปสู่การประสบผลสำเร็จในชีวิตและการงานได้ตามความมุ่งหวัง

<sup>๙๔</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม), (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๙๖-๙๘.

<sup>๙๕</sup> อรุณ โชติพิมพ์, “ภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม ๗ ของผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๓๘-๔๐.



หรือเรียกอีกอย่างว่า เป็นธรรมที่นำทางไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) ได้อธิบายไว้ดังนี้

๑. ฉันทะ คือ การรักในงาน มีใจรักและพอใจในสิ่งที่ทำ รวมไปถึงการเห็นคุณค่าในงานที่ทำ โดยต้องการทำให้เกิดผลสำเร็จในงานที่ทำอย่างดีเยี่ยม มิได้ทำเพื่อหวังรางวัลหรือผลตอบแทนใดๆ

๒. วิริยะ คือ การสู้งาน พากเพียร ขยัน หมั่นกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพยายามเข้มแข็งอดทน ไม่ละทิ้งสิ่งที่ทำอยู่ เมื่อพบอุปสรรคก็ไม่ท้อถอย บากบั่นทำต่อไปจนไปถึงความสำเร็จที่ตั้งใจไว้

๓. จิตตะ คือ การใส่ใจในงาน ตั้งใจฝักใฝ่ในการงานที่ทำอยู่ด้วยความจริงจัง ตลอดจนความคิดที่จดจ่อในสิ่งที่ทำ ไม่ทำงานหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความฟุ้งซ่าน และอุทิศตนให้กับงานที่ทำอย่างจริงจัง

๔. วิมังสา คือ การทำงานด้วยปัญญา มีการไตร่ตรอง พิสูจน์ ทดสอบ ปรับปรุงแก้ไข รวมไปถึงการใช้ปัญญาในการตรวจหาเหตุผล เพื่อให้มีการดำเนินการใดๆ ได้ผลลัพธ์ดียิ่งกว่าเดิม<sup>๙๖</sup>

### ด้านการตลาด

โยนิโสมนสิการ คือการใช้ความคิดอย่างถูกวิธี ทำโดยการคิดอย่างแยกแยะ พิจารณาสิ่งทั้งหลายด้วยความคิด รวมไปถึงการสืบค้นให้ถึงต้นสายปลายเหตุ สามารถแยกแยะออกวิเคราะห์ด้วยปัญญาที่ผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นระเบียบ และสามารถอธิบายให้เห็นแจ้งต่อปัญหานั้นๆ ตามสภาวะและตามความสัมพันธ์ด้วยเหตุแห่งปัจจัย ซึ่งวิธีการคิดแบบโยนิโสมนสิการ มีด้วยกัน 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) อุบายมนสิการ คือ การคิดอย่างถูกต้อง ถูกวิธี ตรงกับความจริง จนสามารถทำให้เข้าใจถึงความจริงของสรรพสิ่ง 2) ปถมนสิการ คือ การคิดอย่างเป็นขั้นเป็นต้น ต่อเนื่อง และเป็นระบบ ตามเหตุและแนวทางที่ถูกต้อง 3) การมนสิการ คือ การสืบค้นตามเหตุของปัจจัยอย่างมีความสัมพันธ์กัน จนนำไปสู่ความเข้าใจถึงความเป็นมาหรือแหล่งที่ทำให้เกิดผล 4) อุปาทกมนสิการ คือ การคิดแบบมีเป้าหมายในทางที่ดีงาม จนทำให้เกิดความเพียร มีจิตใจที่เข้มแข็ง รวมไปถึงการมีสติที่มั่นคง ซึ่งการคิดอย่างแยกแยะแบบโยนิโสมนสิการสามารถแยกวิธีคิดแยกย่อยออกเป็น 10 วิธี ได้แก่

๑. วิธีคิดแบบสืบสาวเหตุปัจจัย (หรือคิดแบบสืบสวน) คือ การคิดแบบหาสาเหตุของการเกิดผลหรือเกิดเหตุการณ์ ให้เห็นถึงปัจจัยอันทำให้เกิดและมีความสัมพันธ์กัน

๒. วิธีคิดแบบแยกแยะส่วนประกอบ (หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ คือ การคิดแยกสิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนๆ แล้ววิเคราะห์ทีละส่วน โดยใช้วิธีคิดแบบอื่นมาร่วมใช้ด้วย

๓. วิธีคิดแบบสามัญลักษณะ (หรือแบบรู้เท่าทันธรรมดา) คือ วิธีคิดที่ต้องมีประสบการณ์หรือเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ มาก่อน โดยรู้ถึงความจริง-เท็จ ลักษณะการเกิดเหตุการณ์มีสาเหตุมาจากอะไร และส่งผลทำให้เกิดผลอย่างไร จนอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้ชำนาญการหรือเชี่ยวชาญที่สามารถเป็นที่ปรึกษาให้กับผู้อื่นๆ ได้

๔. วิธีคิดแบบอริยสัจ (หรือกระบวนการแก้ปัญหา) คือ การวิเคราะห์ปัญหา (ทุกข์) เพื่อหาสาเหตุของปัญหา (สมุทัย) ด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการแก้ปัญหา (นิโรธ) และ

<sup>๙๖</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), **ธรรมบุญชีวิต**, พิมพ์ครั้งที่ ๘๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด ๒๕๕๐.), หน้า ๔๐.

กำหนดวิธีการแก้ปัญหา (มรรค) โดยวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุพร้อมกัน เมื่อได้ปัญหาและสาเหตุแล้ว นำปัญหาที่ได้มากำหนดเป้าหมายและนำสาเหตุมากำหนดเป็นแผนการดำเนินงานเพื่อแก้ปัญหา

๕. วิธีคิดแบบอรรถธรรมสัมพันธ์ (หรือคิดตามหลักการและความมุ่งหมาย) คือ การคิดให้สัมพันธ์กัน ระหว่างหลักการที่ดีและวัตถุประสงค์ที่ถูกต้อง เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ที่ต้องการ

๖. วิธีคิดแบบเห็นคุณโทษและทางออก (หรือ ข้อดี ข้อเสียและทางเลือก) คือ วิธีนี้ที่ใช้ร่วมกับวิธีอื่น แยกแยะสิ่งที่มีอยู่ตามปกติด้วยการมองเห็นข้อดีข้อเสีย สิ่งที่ดี สิ่งที่ไม่ดี สิ่งที่เป็นคุณ สิ่งที่เป็นโทษ และเลือกทำ เลือกปฏิบัติแต่สิ่งดี สิ่งที่เป็นคุณ และหลีกเลี่ยงสิ่งไม่ดี สิ่งที่เป็นโทษ จากสิ่งที่มีอยู่ เห็นอยู่

๗. วิธีคิดแบบคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม คือ วิธีคิดจำแนกระหว่างสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงและจำเป็นต้องมีต้องใช้หรือต้องทำงานตามบทบาทหน้าที่ออกจากคุณค่าเทียม

๘. วิธีคิดแบบปลูกเร้าคุณธรรม คือ การคิดถึงวิธีที่สามารถนำเอาประสบการณ์และความรู้ มาดัดแปลงหรือปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อเป็นตัวอย่งที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อทั้งบุคคลและสิ่งแวดล้อม

๙. วิธีคิดแบบเป็นอยู่ปัจจุบัน คือ วิธีคิดโดยการมีสติอยู่กับปัจจุบัน โดยการเอาผลจากอดีต มาแก้ไขหรือปรับปรุงโดยไม่ไปคำนึงแต่เรื่องในอดีต และมีสติในการคิดแก้ไขหรือปรับปรุงในเวลาปัจจุบัน โดยรู้ว่าการกระทำในปัจจุบันจะทำให้เกิดผลในอนาคตอย่างไร แต่ไม่ใช่เพื่อเหม่อลอยถึงอนาคตตลอดเวลา

๑๐. วิธีคิดแบบวิภาษวาท คือ วิธีคิดประกอบกับการใช้คำพูดหรือการพูด โดยสรุปแล้ว คล้ายกับนำวิธีคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมานำเสนอให้รู้ตามที่ได้คิดจำแนก แยกแยะ คิดเป็นเหตุและผล คิดตามลำดับขั้นตอน คิดเป็นประเด็น<sup>๙๗</sup>

กล่าวโดยสรุป จากข้อความข้างต้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนนั้น ต้องมีหลักธรรมในการบริหารจัดการทั้ง คน เงิน วัสดุหรือวัตถุดิบ และวิธีการปฏิบัติ โดย ๑. ควรเน้นการพึ่งตนเอง หรือ อัตตาหิ อัตตโน นาโถ คือ ความสามารถที่สามารถพัฒนาด้วยตนเองโดยการพิจารณาอย่างแยกคาง สามารถพึ่งตนเองได้ในทุกระดับ เพื่อไม่ต้องเป็นภาระแก่ผู้อื่นหรือหมู่คณะ และต้องมีความเพียรพยายาม มีการฝึกฝนตนเองให้ดี ซึ่งไม่มีบุคคลอื่นทำให้ได้ ในทางเศรษฐศาสตร์สามารถอธิบายได้ คือ เน้นการผลิตเพื่อบริโภคเป็นหลัก ซึ่งหมายถึงเป็นกระบวนการทางเศรษฐศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ลักษณะดังกล่าวเป็นสภาพที่เกิดขึ้นจริงในผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP บางรายที่อยู่ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่มีอำนาจในการต่อรองทางเศรษฐกิจ จึงจำเป็นหันมาพึ่งตนเองหรือเน้นการผลิต เพื่อบริโภคเอง การดำเนินการผลิตในลักษณะดังกล่าวเป็นกระบวนการทางเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะผู้อ่อนแอในทางเศรษฐกิจไม่ต้องรับภาระความสูญเสียอันสืบเนื่องมาจากความด้วยเรื่องอำนาจต่อรอง และไม่ต้องสูญเสียการที่มีต้นทุนในการแลกเปลี่ยนสินค้า ที่สำคัญผู้ประกอบการ OTOP ยังมีโอกาสขยายฐานของการเรียนรู้ให้กว้างขวางมากขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการวิเคราะห์และ

<sup>๙๗</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม), (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๔๖), หน้า ๕๑.

ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของตนเองได้มากยิ่งขึ้น และในที่สุดก็สามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองได้ เนื่องจากไม่มีปัญหาในด้านปัจจัยสี่ ซึ่งมักเป็นสาเหตุสำคัญในการสูญเสียอำนาจต่อรองของผู้ประกอบการ OTOP

๒. การใช้ชีวิตอย่างไม่ประมาท หรือ อับปมาทธรรม เป็นหลักหลักธรรมที่ทำให้บรรลุประโยชน์ ระวังระไว เร่งทำในสิ่งที่ควร เร่งแก้ไขปรับปรุงส่วนที่ควรแก้ไข ทั้งนี้เพราะปัญหาผู้ประกอบการ OTOP ทุกระดับมีความเสี่ยง สามารถอธิบายดังนี้ สิ่งใดก็ตามที่มีความเสี่ยงสูง ผลตอบแทนที่ได้ก็จะสูงไปด้วย มิฉะนั้นไม่มีแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมชอบเสี่ยงขึ้น ในขณะที่ความเสี่ยงก็จะสูงเช่นกัน ภาวะที่มีความเสี่ยงสูงนั้นย่อมทำให้เกิดปัญหาความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ในทางเศรษฐศาสตร์จะแบ่งคนออกเป็น ๒ กลุ่ม จำแนกโดยพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความเสี่ยง คือ กลุ่มที่ชอบความเสี่ยงและกลุ่มที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง ถ้าหากใช้แนวทางพุทธเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมที่ถูกต้องมีทางเดียว คือ ความไม่โลภและไม่ประมาท นั่นก็คือพยายามกระจายความเสี่ยงออกไป พุทธธรรมข้อนี้จึงนับได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งยวดทั้งในแง่ของความหมายทางธรรมที่อธิบายไว้ในคำสอนของพระพุทธเจ้า และยังสามารถประยุกต์ใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

๓. การเน้นอหิงสา หรือ การละเว้นจากการสร้างเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ซึ่งเป็นธรรมที่ช่วยให้โง่มน้าวใจในทางเมตตากรุณา นั่นก็คือ ทำให้พ้นไปจากวิหิงสา คือการข่มเหงเบียดเบียนและความรุนแรง โดยเน้นขันติธรรมหรือความอดทน อดกลั้นที่มีต่อสิ่งยั่วยู่ที่จะทำให้เกิดโทสะ หรือความโกรธ และโมโห หรือความหลงผิด ซึ่งเป็นปฏิกิริยาสำคัญต่อความสามารถในการยังคิดหรือมีสติ เป็นเหตุให้ปัญหาไม่สามารถทำหน้าที่ได้ สำหรับผู้ประกอบการ OTOP ควรดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอยู่บนพื้นฐานของอหิงสธรรมอย่างแท้จริง การใช้หลักอหิงสธรรมก่อให้เกิดความร่วมมือกันแทนการแข่งขัน เป็นสิ่งที่มีความเป็นไปได้และเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยเช่นกัน แต่สิ่งที่ต้องขจัดไปโดยสิ้นเชิงก็คือ ความโลภ ซึ่งพัฒนามาจากรากฐานของความคิดของการยึดเอาประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลักนั่นเอง ดังนั้นความโลภจึงเป็นเชื้อของความรุนแรงที่สำคัญ

๔. การเน้นการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพที่เป็นประโยชน์ สุจริต และมีความมานะอดทน หรือสัมมาอาชีพะ กล่าวได้ว่า สัมมาอาชีพะเป็นองค์สำคัญของมรรคมีองค์ ๘ ประการ ในส่วนที่จัดได้ว่าเป็นอริสติกศึกษาหรือศีลที่ช่วยยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องของการทำงานเพื่อเลี้ยงชีพผู้ประกอบการ OTOP ต้องเกื้อกูลต่อชีวิต แก่สังคมหรือการดำรงอยู่ด้วยดีในหมู่มนุษย์ ถ้าผู้ประกอบการ OTOP เป็นผู้ที่มีหลักการเช่นนี้แล้ว ก็จะไม่ดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่ก่อให้เกิดผลเสียแก่ลูกค้ำในระยะยาว

๕. การไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของพุทธธรรมในการที่จะดำเนินชีวิตไปตามเส้นทางสายกลาง โดยมุ่งเน้นสันติสุข ความร่มเย็นเป็นสุขของสังคม ความอยู่เย็นเป็นสุขของบุคคล การประสบความสำเร็จของชีวิตในโลก ในสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการ OTOP ต้องเน้น และการแบ่งผลประโยชน์ต้องเป็นในลักษณะที่ทุกฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ (win-win situation)

๖. พยายามละกิเลสและความโลภ ผลของความโลภจะนำไปสู่พฤติกรรมที่เน้นการเสี่ยง ซึ่งมีผลกระทบต่อความไม่มั่นคงของผู้ประกอบการ OTOP ความโลภยังเป็นสาเหตุสำคัญที่อาจจะนำ





สะอาดอยู่ทุกวัน”<sup>๙๙</sup> ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนาฉันท์ ความต้องการที่จะทำให้ใจรัก จะทำในสิ่งนั้นอยู่เสมอและจะปรารถนาจะทำให้ผลดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ การที่ทำให้ใจรักอันเกิดจากความศรัทธา และเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงจะเกิดผลจริงตามควร การประชุม อบรมความรู้และการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า “การมีฉันท์ร่วมกัน” ก่อนเลิกการประชุมบางอันเป็นเสมือนสัญญาระหว่างกันว่าเราจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ร่วมกันหรือละเว้นบางสิ่งร่วมกัน การสัญญาที่ให้ไว้กับมวลหมู่สมาชิกเท่านั้น หากแต่เป็นสิ่งที่ศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นอยู่เต็มเปี่ยม จึงจะเกิดความเพียรตามมา ความจริงใจ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ไม่เอาการมากจนเกินไป และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องมีความรักและความสนุกซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา หลักอิทธิบาท ๔ ฉันท์ ความรักงาน ผู้ประกอบการที่ดีเริ่มต้นตั้งแต่ความพอใจ ความรัก ความชอบในงานที่จะทำก่อน ซึ่งจากการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการกล่าวว่า เราคิดว่าคนไทยต้องปรับตัว ต้องพัฒนาตลอดเวลา จะหยุดนิ่งไม่ได้ อะไรที่เราต้องแก้ไขข้อผิดพลาดของเราในอดีต เราก็กังต้องทบทวนตลอดเวลาว่าในธุรกิจเรามีอะไรที่เราทำได้ไม่ดี มีประสิทธิภาพตรงไหนที่ยังต่ำอยู่ มีตลาดตรงไหนที่เราไม่ได้ไป

เช่นเดียวกับหลักคำสอนพุทธศาสนาหลัก อิทธิบาท ๔ ในเรื่องของวิมังสา การพินิจพิเคราะห์ที่ต้องรู้จักวิเคราะห์ ใคร่ครวญ ปรับปรุง แก้ไข พัฒนางานด้านบริหาร และพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการ “ป่าเถื่อนว่าความจริงใจ ความซื่อสัตย์ ป่าเองไม่เคยคิดที่จะเอาเปรียบใคร ตรงไปตรงมา ก็ใช้หลักการนี้โดยตลอด ในตลาดเองเราก็ไม่เคยทำให้ลูกค้าผิดหวัง ของเราไม่เคยหลอกหลวงลูกค้า ทำให้ลูกค้าติดใจกับสินค้า” เป็นความมั่นใจที่เราใช้เป็นฐานทำให้เราขยายธุรกิจลงไปได้หลายแขนง ก็เริ่มจากตรงนี้” ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา วิริยะ ความเพียร ความอดทน ผู้ประกอบการต้องอดทนต่อผลงานที่ตนเองได้บริหารมา บางที่ต้องใช้เวลา ไม่ท้อถอย ไม่น้อยใจ แม้ขณะนี้ขาดทุน ก็ต้องอดทน เนื่องจากปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างย่ำแย่ การแข่งขันก็เยอะ ทำให้มีผู้ประกอบการไม่สามารถยืนยัดค้าขายได้ เช่นเดียวกับ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง ได้แยกกันประกอบอาชีพ เนื่องจากสู้สภาพการแข่งขันในปัจจุบันไม่ได้ ทั้งผลผลิตและค่าใช้จ่าย มันมีไม่เพียงพอ ทำให้เราต้องล้มเลิกการผลิต

แต่ผู้ประกอบการบางก็ได้มีความพยายาม อดทน พัฒนาสินค้าของตนให้ก้าวสู่ตลาดสากล ในการสร้างคุณภาพของสินค้า รูปแบบสินค้า ขยายการตลาดอย่างต่อเนื่อง แนวทางการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารด้านกระบวนการ

ในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นการดำเนินงานที่รวดเร็วขึ้น กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการในการทำธุรกิจของผม ผมได้มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งอุปสรรคต่าง ๆ และโอกาสของธุรกิจของผม ส่วนที่เป็นจุดอ่อนผมพัฒนาให้ดีขึ้น ให้มีจุดบอดน้อยที่สุดจุดแข็งผมก็เสริมสิ่งนั้นให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น อุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคู่แข่งทางการขาย หรือปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับตัวสินค้า ผมจะค่อยๆ คิดหาที่มาของปัญหาแล้วค่อยๆ แก้ไข<sup>๑๐๐</sup>

### แนวทางการนำหลักการสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารทางการเงิน

เป็นการเพิ่มรายได้ การลดลงของต้นทุน หรือการเพิ่มขึ้นของรายได้ด้วยวิธีการอื่น ๆ รายได้ที่เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา เป็นต้น เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของรายได้เท่ากับร้อยละต่อปี บริษัทที่ศึกษาทั้งหมดได้มีการจัดหาระบบบัญชีและงบประมาณเป็นแบบมาตรฐานซึ่งสามารถตรวจสอบระบบบัญชี ได้อย่างมีระบบ ดังการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเขาบอกว่า จุดขายของเราอยู่ที่ตัวคุณภาพของสินค้า ความอร่อย ไม่เหม็นกลิ่น สามารถอยู่ได้นาน รวมถึงการบริการสินค้าเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็วและมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศและทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

### การนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

จากการวิจัยค้นพบว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นจังหวัดลำปาง ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ส่งผลให้สินค้าขาดความน่าเชื่อถือ น่าสนใจ ผลิตโดยไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาดสินค้าจำนวนมากขาดอัตลักษณ์ อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดด้านทักษะความรู้ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตสินค้าให้ได้รับมาตรฐาน ขาดการนำเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมมาใช้ ขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในด้านการรับรู้และการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจ ข้อจำกัดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดไม่สามารถขยายตลาดให้โตมากขึ้น เนื่องจากการขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง คุณภาพไม่คงที่ โดยเฉพาะกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก เป็นต้น

ดังนั้น การพัฒนาสินค้าข้าวแต๋นและผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถประคับประคองธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน ดังต่อไปนี้

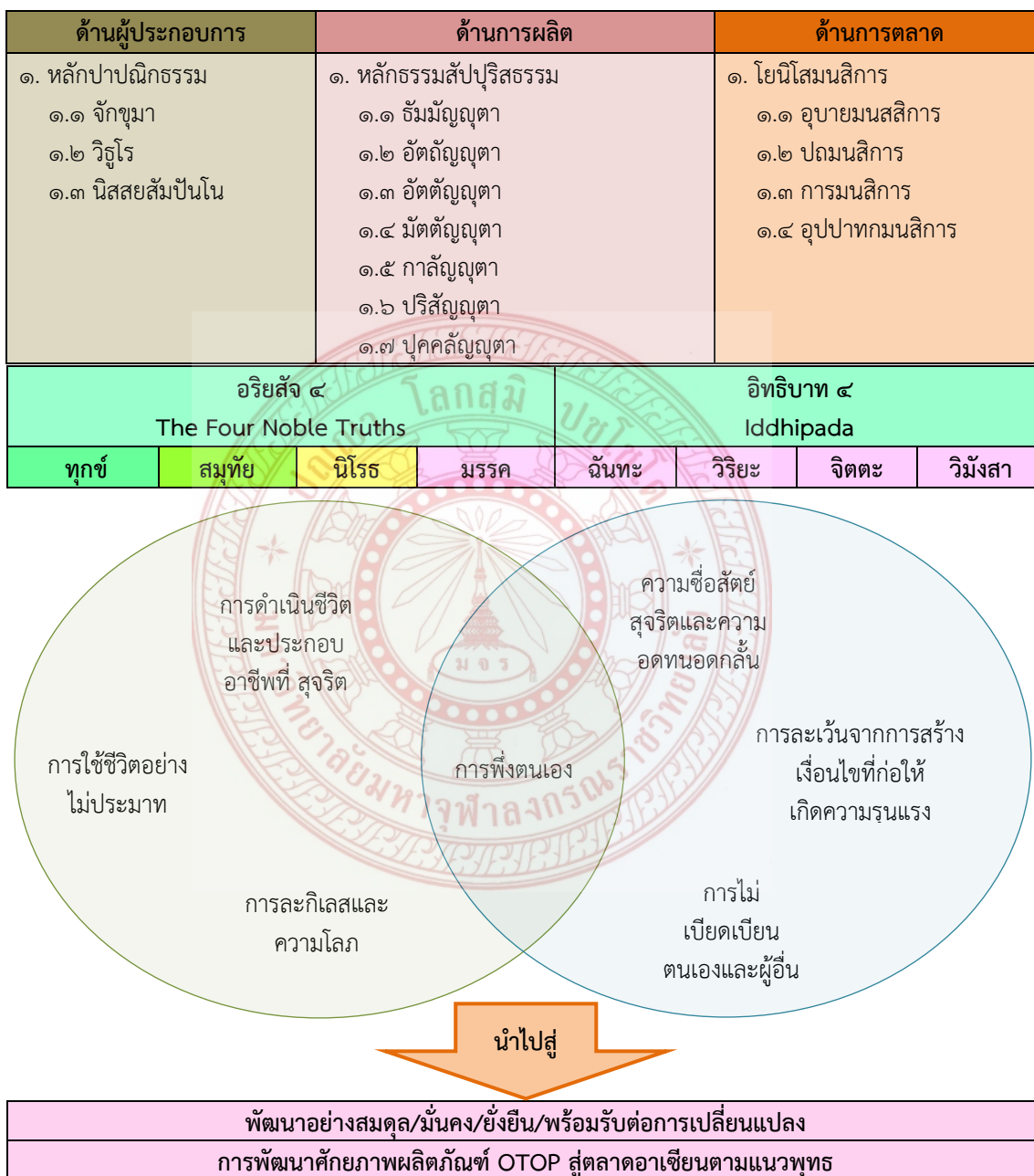
### แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

๑. ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น เป็นศูนย์กลางสู่การมุ่งเน้นที่เครือข่าย สร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว
๒. ขยายตลาดเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายโอกาสสู่ตลาดอาเซียน
๓. เสริมสร้างคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณภาพสินค้า โดยการสะท้อนความมีนวัตกรรม ความทันสมัยและเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม



จากข้อความข้างต้นสามารถอธิบายเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

ภาพประกอบที่ ๙ การพัฒนาศักยภาพการผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ



## การอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่อุตสาหกรรมตามแนวพุทธ” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

**สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ** ข้าวแต่นำปางผลิตในพื้นที่ที่กำหนดและตามขั้นตอนของการผลิต ที่ได้รับมาตรฐานผ่านการควบคุมตรวจสอบ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวแต่นำปาง รวมทั้งมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้ จึงได้รับการรับรองมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง เป็นสิ่งบ่งบอกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ขอบเขตที่ตั้งตามแหล่งภูมิศาสตร์ เป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า

การผลิตและการควบคุมการผลิตเป็นไปตาม คุณลักษณะที่ต้องการ ถูกสุขลักษณะ มีวิธีการผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ ที่ได้มาตรฐานตามสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ (อภิชัย พันธเสน, ๒๕๕๙, หน้า ๕)<sup>๑๐๑</sup> องค์ประกอบในการผลิตแนวพุทธประกอบด้วย ๔ อย่าง คือ (๑) คน เพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการผลิตโดยวางแผนว่าจะผลิตอย่างไร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่พอเพียงกับการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว (๒) เป้าหมาย คือ จะผลิตในปริมาณเท่าใด ผลิตเพื่อใคร (๓) วิธีการ คือ การดำเนินการผลิตที่ไม่เบียดเบียนตน ผู้อื่น และทำลายสิ่งแวดล้อม (๔) ปัญญา คือ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ในทางพระพุทธศาสนาก็เน้นที่ปัญญานิยม มากกว่า บริโภคนิยม เพื่อให้มนุษย์รู้จักคิดเป็นแก้ปัญหาเป็นและนำพาชีวิตของตนให้อยู่รอดด้วยตนเองให้ได้ และยังสอดคล้องกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ๒๕๕๘)<sup>๑๐๒</sup> โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายที่สำคัญของนายกฯ สมัยทักษิณ ชินวัตร ซึ่งมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับประชาชนในชนบทภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งบรรพบุรุษมีการสืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น การขาย และมีรูปแบบการใช้งานตาม ยุคสมัย สามารถมีการพัฒนาไปอย่างกว้างไกล และผลิตภัณฑ์สามารถนำไปสู่ระดับนานาชาติ ดังนั้นโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วย สินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การแสดงออกศิลปะ การนำเสนอประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาเพิ่มกระบวนการบริหาร การผลิต และการตลาดให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นการสร้างจุดเด่น มีเอกลักษณ์ ตามพื้นที่ รวมถึงกระบวนการบริหารจัดการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในประเทศและทั่วโลก โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิด

<sup>๑๐๑</sup> อภิชัย พันธเสน และคณะ. **สังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง**. (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ๒๕๕๙). หน้า ๕.

<sup>๑๐๒</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ๒๕๕๘)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างความเจริญให้แก่ชุมชนในทุกหมู่บ้าน ทุกตำบล เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และภาพลักษณ์ของชุมชน ลดปัญหาต่างๆ อาทิ ความยากจน การอพยพย้ายถิ่น ลดปัญหาทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์และความเจริญให้กับชุมชนเพื่อยกระดับฐานะของผลิตภัณฑ์สู่อาเซียน

### แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก โดยมีหลักการดังนี้

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance Creativity) ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล

๓) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กรมพัฒนาชุมชน ได้มีการส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเพิ่มเติมข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดิมที่เคยผ่านการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานได้ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น ผู้ประกอบการจะต้องมีการลงทะเบียนผู้ผลิต เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม กลุ่มเป้าหมายในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายเดิมที่เคยลงทะเบียน และผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายใหม่ยังไม่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

ในด้านการผลิต การผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่างๆ โดยใช้ปัจจัยการผลิต เพื่อนำสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิต เป็นการผลิตได้ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูปและการบริโภค เพื่อให้การปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบันได้มีรายได้จากการขายผลผลิต ผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก



มีคุณภาพและนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิต การพัฒนาการผลิต สอดคล้องกับพันธกิจ ฆารไสวและคณะ<sup>๑๐๓</sup> โดยศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีวิธีดังนี้

- ๑) ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการตลาด
- ๒) พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- ๓) สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิต
- ๔) จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ
- ๕) สนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ในการบริหารการผลิต เป็นการวางแผนการจัดระเบียบองค์การและการควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและการจัดการระบบการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต การแปรสภาพผลผลิตที่มีคุณภาพ และติดตามควบคุมให้มีประสิทธิภาพ

สินค้า OTOP จังหวัดลำปางโดยเฉพาะผู้ผลิตข้าวแต๋น มีผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จำนวน ๔ ราย ประกอบด้วย ๑.ข้าวแต๋นทวีพรรณ ๒.ข้าวแต๋นธานี ๓.ข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์ ๔. กลุ่มข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บุญพิน ซึ่งการดำเนินการผลิตดังกล่าวสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานแก่ผู้ประกอบการ โดยการจัดอบรมพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ฮาลาล, ออร์แกนิก, และ จี ๗ ให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐานให้สม่ำเสมอ

ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าประเภทอาหารที่มีความหลากหลายและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง คู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า และลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่นให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสากล

<sup>๑๐๓</sup> ผนทิพย์ ฆารไสวและคณะ. การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วารสารวิทยาการจัดการและ สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. ปีที่ ๗ เล่มที่ ๑ เดือนตุลาคม ๒๕๕๔ – เดือน มีนาคม ๒๕๕๕: ๓๙-๔๗.

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยองค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้นั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความจดจำ และดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

กรมการพัฒนาชุมชน กล่าวว่า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการดูแล อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีจุดขายเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก กล่าวว่า แนวความคิด One Village One Product ของจังหวัดไอโอตาประเทศญี่ปุ่นเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนที่ให้คนที่อยู่ในชุมชนได้สร้างความคิดและทำด้วยตัวเองสร้างสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นของตนเองนำของเดิมที่ดีและมีอยู่แล้วไปพัฒนาขัดเกลาให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้ฐานข้อมูลของชุมชนให้เป็นประโยชน์ โดยอาศัยหลักในการดำเนินงาน ๓ ประการ ได้แก่

- ๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล
- ๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
- ๓) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ซึ่งสอดคล้องกับ แนวทางสู่ความสำเร็จ ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (ม.ย.๒๕๔๕.) ต้องประกอบไปด้วย

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล พัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้า ให้เกิดจุดเด่นเฉพาะโดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม และเป็นที่คาดหวังของตลาด มีช่องทางการขายเริ่มจากตลาดในชุมชนสู่ตลาดเมือง และพัฒนาไปยังตลาดต่างประเทศ

๒) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์ให้สามารถทำได้เองในชุมชน มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ผลิตมีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำแบบกัน สร้างตราสินค้า และอาจรื้อฟื้นภูมิหลังวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะของหมู่บ้าน เช่น สินค้าอาหารสูตรโบราณ สินค้าทอเฉพาะของท้องถิ่น

๓) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ สร้างบุคคลให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถคิดอย่างผู้ประกอบการ ทำสินค้าออกมาจะขายใคร ศึกษาหาความรู้ในด้านที่ทำให้รู้จักเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนการผลิต สามารถทำได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก โดยที่ปัญหาของ OTOP โดยรวมของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยี และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ แนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOP สู่การรวมตัวของ AEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยควรเริ่มพัฒนาจากการสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โครงการ ‘หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)’ เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

แนวทางในการปรับตัวของ OTOP ในภาพรวม คือ การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ไม่ต้องรอรับการช่วยเหลือจากผู้อื่นอย่างเด็ดขาด ต้องมีความรู้ในสิ่งที่ตนเองจะทำ มีการเรียนรู้ในสิ่งนั้นมาก่อนการเริ่มดำเนินการจริง สอดคล้องกับ ปราณี ตันประยูร<sup>๑๐๔</sup> นอกจากนั้น ผู้ประกอบการ OTOP ควรดำเนินการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑) ด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ การสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมาจากทั้งปัจจัยภายนอก (External Factors) และปัจจัยภายใน (Internal Factors) ซึ่งปัจจัยภายในอันหนึ่งที่สำคัญ คือ การสร้างเครือข่ายของธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะช่วยสร้างโอกาสที่ดีให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมอย่าง OTOP หรือ SMEs และมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ธุรกิจมีการสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ในการสร้างจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการ และมีทักษะในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนิത്യ สุขศรี<sup>๑๐๕</sup> ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์และเป้าหมาย การจัดการความผิดพลาดล้มเหลว ความซื่อสัตย์สุจริต การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น มุ่งมั่นอดทน การแสวงหาโอกาส ใฝ่ความสำเร็จ มั่นใจตัวเอง กล้าริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์และมีมนุษยสัมพันธ์ตามลำดับ เป็นต้น

จุดแข็งที่สำคัญอีกอย่างของประเทศคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชียทำให้มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาสู่ไทยสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์หรือสินค้าเอกลักษณ์ของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ดังนั้น การสร้างความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาสินค้าเชิงอนุรักษ์/เอกลักษณ์ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขาย

<sup>๑๐๔</sup> ปราณี ตันประยูร, **คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, ๒๕๕๕.

<sup>๑๐๕</sup> นิത്യ สุขศรี, **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓.



สินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อการขายในตลาดโลกได้ในอนาคตยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการ OTOP ควรหาพันธมิตรทางธุรกิจหรือเครือข่ายธุรกิจ เพื่อหาคนมาช่วยเติมเต็มให้ธุรกิจเราเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ง่ายขึ้น สำหรับธุรกิจ OTOP นั้น อาจเพียงหาคนมาร่วมทุนเพื่อช่วยพัฒนาธุรกิจ โดยอาจขอให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเป็นผู้ประสานหรือจับคู่ธุรกิจ

๒) ด้านการจัดการ หากผู้ประกอบการจะพยายามสร้างความสามารถในการแข่งขัน ผู้เขียน เห็นว่าควรมีการสร้างและเพิ่มนวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับสินค้าและบริการ โดยอาจเริ่มจากนวัตกรรม จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่เราสามารถสร้างได้ไม่ยากนัก แล้วค่อยๆ พัฒนาแนวคิดการสร้างนวัตกรรม ในระดับที่ยากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องประดับตกแต่งของที่ระลึก และกลุ่มผลิตภัณฑ์ ศิลปะประดิษฐ์ที่ต้องผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ อย่าง ต่อเนื่อง ทั้งนี้ สิ่งสำคัญคือ ต้องอาศัยความร่วมมือกัน (Cooperation) จากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อันหมายถึง การร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ในการพัฒนาคนให้สามารถคิดอย่างมีนวัตกรรมได้ และ ต้องให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาคน (Retention) ให้ดี โดยเฉพาะธุรกิจที่ผลิตสินค้าที่ต้องใช้ฝีมือ และต้องขอความร่วมมือจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ในการสนับสนุนในการผลิตสินค้าที่ผู้ประกอบการมีความชำนาญและเชี่ยวชาญ เพื่อให้ธุรกิจขนาดใหญ่ช่วยนำไปจัดจำหน่ายให้ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่อาจไม่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้านั้น แต่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครบวงจร จึงเป็นการพึ่งพาอาศัยกันและกันภาครัฐจึงต้องสนับสนุนใน ด้านการฝึกอบรมให้เกิดแนวคิดนวัตกรรมใหม่ๆ

๓) ด้านการผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ควรให้ความสำคัญและจริงจังในการปรับปรุง ประสิทธิภาพด้านการผลิต โดยนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแต่ต้นทุนไม่สูงเข้ามาช่วยใน กระบวนการผลิต โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเครื่องดื่มและสมุนไพรที่มีใช้อาหาร ในเรื่องของ วัตถุดิบ อาจนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกจากประเทศสมาชิก AEC หรือย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อน บ้านที่มีวัตถุดิบราคาถูก มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ควรเน้นการพัฒนาศักยภาพในการผลิต หรือสร้างผลิตภาพ (Productivity) เพื่อการรองรับคำสั่งซื้อที่มีคราวละมากๆ โดยการสร้างเครือข่าย ระหว่างกันและมีกลไกในการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิต

๔) ด้านการตลาด การที่ธุรกิจ OTOP จะเข้าสู่การแข่งขันในตลาดการค้าเสรีนั้นต้องให้ ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และสร้างกลยุทธ์การตลาด ไม่ว่าจะเป็นการสร้างนวัตกรรมสินค้า ใหม่ๆ การหาตลาดใหม่ การหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม ซึ่งมีหลากหลายวิธีในการปรับตัว เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจ OTOP อันดับแรก ควรมีการขยายธุรกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง และเริ่มสร้างเครือข่ายกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ของไทย ที่สามารถพึ่งพากันได้ในเรื่องของตลาดทั้ง ในและต่างประเทศ รวมถึงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายโดยจัดให้มีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและ จำหน่ายในการสร้างตราสินค้านั้น ผู้ประกอบการ OTOP อาจไม่สามารถสร้างตราสินค้าได้ง่าย ทางออก คือ การหาพันธมิตรร่วม (Co-brand) เนื่องจากส่วนใหญ่สินค้าของ OTOP มีความเป็น เอกลักษณ์ของตนเองอยู่แล้ว แต่อาจไม่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจ ผู้ประกอบการ OTOP จำเป็นต้องหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ เน้นที่การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า กลุ่มที่เรามีความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงการมุ่งเน้นส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสินค้าไทย โดยให้ทุกกลุ่มหันมาศึกษาและพัฒนาสินค้าโดยมุ่งเน้นที่ความสามารถหลัก (Core Competency)

หรือความถนัดของตนให้มากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจำเป็นต้องเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมในการบริโภคของแต่ละประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญที่สุดกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Technology Innovation) และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) ซึ่งเน้นที่ราคา คุณภาพของสินค้า และการบริการหลังการขาย ดังนั้น ผู้ประกอบการ OTOP พฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละประเทศใน AEC สถานการณ์ทางการตลาดของประเทศนั้นๆ อย่างใกล้ชิดในด้านการสื่อสารการตลาดนั้นผู้ประกอบการ OTOP ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการสื่อสารการตลาดในการจำหน่ายสินค้าและบริการของธุรกิจโลกออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และไลน์ เป็นต้น เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ทำให้มีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ด้วยต้นทุนต่ำ ไม่จำเป็นต้องโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือวิทยุที่มีต้นทุนสูง

จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการ OTOP จึงต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้าหรือบริการให้ได้การยอมรับในระดับสากล โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบ ต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือบริการของตนเอง สร้างการรับรู้ในตราสินค้าของไทยต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า

#### การนำเสนอแนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

แนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธนั้นต้องมีกระบวนการ การสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนและ ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาไปสู่สากล ต้องผ่านกระบวนการคุณภาพการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ให้อยู่ในระดับที่ ๔ ดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ ๖ แนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
๑. Process: เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต	- พัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยมุ่งเน้นชุมชนและสิ่งแวดล้อม ให้มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค
	- เชื่อมโยงเทคโนโลยี หรืองานวิจัยต่างๆ เพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต โดยการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เช่น จากเดิมมีการตากผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นกลางแจ้ง ทำให้มีแมลงและฝุ่นปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนวิธีการนำมาอบในห้องที่มีดซิด
	- พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง
	- ควรใส่ใจผู้บริโภคเป็นหลัก ตั้งแต่กระบวนการนำเข้าวัตถุดิบจนถึงการส่งออก
	- ส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อปกป้องการละเมิดสิทธิรวมถึงส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	(GI) เพื่อเป็นประโยชน์ทางการตลาด
๒. Product: ยกระดับมาตรฐานและการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสริมสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า เช่น อาจแสดงถึงความเป็นท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคุณค่าและสร้างความสนใจในตัวสินค้าให้มากขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา</li> <li>- ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมและเชื่อมโยงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น บรรจุภัณฑ์เป็นถุงผ้า เป็นต้น</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มความต้องการสินค้าในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น จากเดิมเป็นวงกลมเปลี่ยนเป็นแท่ง หรือข้าวแต๋นโดนัท เป็นต้น</li> <li>- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐาน เช่น อย., GMP., มผช., มอก., ฮาลาล</li> <li>- ส่งเสริมให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้ตราสินค้าระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานของสินค้า เช่น การใช้แบรนด์สินค้าเป็นของตนเองออกแบบให้สามารถใช้งานได้จริง เพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับสินค้าของตนเอง</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า</li> </ul>
๓. People: การเสริมสร้างองค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะพนักงาน/สมาชิกกลุ่ม ให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนดและได้คุณภาพสม่ำเสมอ</li> <li>- กระตุ้นจิตสำนึกการมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อการผลิต</li> <li>- ส่งเสริมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาสู่กระบวนการผลิตให้มีความรวดเร็วมากขึ้น</li> <li>- ส่งเสริมความรู้และพัฒนาระบบการบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับกับตลาด</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินการการผลิต เช่น ความรู้การบริหาร การผลิต เช่น การตั้งราคา ภาษีและกฎระเบียบของธุรกรรมทางธุรกิจ</li> </ul>



แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใส่ใจพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวโน้มของอนาคตและสถานการณ์การแข่งขันของผู้บริโภค</li> </ul>
<p>๔. Market: เพิ่มช่องทางการจำหน่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวรายการวิทยุ โทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงทั้งในระดับภายในท้องถิ่น</li> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น โดยพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และศูนย์บริการการท่องเที่ยว</li> <li>- เพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ต ออนไลน์ วิทยุและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ</li> <li>- จัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว งานเทศกาลใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น</li> <li>- ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น</li> </ul>
<p>๕. Community Cluster: เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น สร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้า เครือข่ายชุมชนวัดฤดูบิ เครือข่ายการตลาด และสมาคมต่างๆ</li> <li>- เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการทำแผนและสร้างแนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายพัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้</li> <li>- เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการประสานประโยชน์ของเครือข่ายสนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน</li> </ul>

หลักการที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ อธิบาท ๔ ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ก็เพราะว่า การฝึกหัดคนให้มีคุณธรรมตามหลักอธิบาท ๔ นี้จัดเป็นการใช้ปัญญาในการพิจารณาหาเหตุผลและกระบวนการทำงาน โดยวิมังสาเป็นผลของจิตตะ คือเมื่อตรวจตราดูแล้วเห็นว่า การทำงานของตนยังบกพร่องอยู่หรือผิดพลาดประสงค์อีกอย่างหนึ่งคือพิจารณาหาเหตุผลในการทำงานตามขั้นตอน งานที่ลงมือทำแล้วนั้นได้ผลเป็นขั้นๆ อย่างไร เป็นการทบทวนผลว่าเป็นที่พึงปรารถนาหรือไม่ ถ้าได้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจหรือได้ผลที่ไม่พึงปรารถนาก็จัดการแก้ไขหรือปรับปรุงตามกระบวนการอธิบาท ๔ สอดคล้องกับ

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต)หลักธรรมที่ไม่เคยล้าสมัย หรือหลักธรรมอันเป็นหลักแห่งความสำเร็จ หรือทางแห่งความสำเร็จ<sup>๑๐๖</sup> เช่น

ฉันทะ ความต้องการที่จะทำให้ใจรัก จะทำในสิ่งนั้นอยู่เสมอและจะปรารถนาจะทำให้ผลดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ การที่ทำให้ใจรักอันเกิดจากความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงจะเกิดผลจริงตามควร การประชุม อบรมความรู้และการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า “การมีฉันทะร่วมกัน” ก่อนเล็ก การประชุมบางอันเป็นเสมือนสัญญาระหว่างกันว่าเราจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ร่วมกันหรือละเว้นบางสิ่งร่วมกัน การสัญญาที่ให้ไว้กับมวลหมู่สมาชิกเท่านั้น หากแต่เป็นสิ่งที่ศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นอยู่เต็มเปี่ยม จึงจะเกิดความเพียรตามมา ความจริงใจ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ไม่เอาการมากจนเกินไป และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องมีความรักและความสนุกซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา หลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะความรักงาน ผู้ผู้ประกอบการที่ดี เริ่มต้นตั้งแต่ความพอใจ ความรัก ความชอบในงานที่จะทำก่อน ซึ่งจากการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการกล่าวว่า เราคิดว่าคนไทยต้องปรับตัว ต้องพัฒนาตลอดเวลา จะหยุดนิ่งไม่ได้ อะไรที่เราต้องแก้ไข ข้อผิดพลาดของเราในอดีต เรายังต้องทบทวนตลอดเวลาว่าในธุรกิจเรามีอะไรที่เรายังทำได้ไม่ดี มีประสิทธิภาพตรงไหนที่ยังต่ำอยู่ มีตลาดตรงไหนที่เรายังไม่ได้ไป

ความมีวิริยะ ความเพียร ความอดทน ผู้ประกอบการต้องอดทนต่อผลงานที่ตนเองได้บริหารมา บางทีต้องใช้เวลา ไม่ท้อถอย ไม่น้อยใจ แม้ขณะนี้จะขาดทุน ก็ต้องอดทน เนื่องจากปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างย่ำแย่ การแข่งขันก็เยอะ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถยืดค้ำขายได้ เช่นเดียวกับ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง ได้แยกกันประกอบอาชีพ เนื่องจากสู้สภาพการแข่งขันในปัจจุบันไม่ได้ ทั้งผลผลิตและค่าใช้จ่าย มันมีไม่เพียงพอ ทำให้เราต้องล้มเลิกการผลิต แต่ผู้ประกอบการบางก็ได้มีความพยายาม อดทน พัฒนาสินค้าของตนให้ก้าวสู่ตลาดสากล ในการสร้างคุณภาพของสินค้า รูปแบบสินค้า ขยายการตลาดอย่างต่อเนื่อง

การมีจิตตะการบริหารทางการเงินเป็นการเพิ่มรายได้ การลดลงของต้นทุน หรือการเพิ่มขึ้นของรายได้ด้วยวิธีการอื่น ๆ รายได้ที่เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา เป็นต้น เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของรายได้เท่ากับร้อยละต่อปี บริษัทที่ศึกษาทั้งหมดได้มีการจัดทาระบบบัญชีและงบประมาณเป็นแบบมาตรฐานซึ่งสามารถตรวจสอบระบบบัญชี ได้อย่างมีระบบ ดังการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเขากล่าวว่า จุดขายของเราอยู่ที่ตัวคุณภาพของสินค้า ความอร่อย ไม่เหม็นกลิ่น สามารถอยู่ได้นาน รวมถึงการบริการสินค้าเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็วและมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศและทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

การบริหารด้านกระบวนการในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เป็นการดำเนินงานที่รวดเร็วขึ้น กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ ในการทำธุรกิจของผม ผมได้มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งอุปสรรคต่าง ๆ และโอกาสของธุรกิจของผม ส่วนที่เป็นจุดอ่อนผมพัฒนาให้ดีขึ้น ให้มีจุดบอดน้อยที่สุดจุดแข็งผมก็เสริมสิ่งนั้นให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นนะ อุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องคู่แข่งทางการขาย หรือปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับตัวสินค้าค่อยๆ คิดหาที่มาของปัญหาแล้วค่อยๆ แก้ไข

<sup>๑๐๖</sup> พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), **ธรรมบุญชีวิต**, พิมพ์ครั้งที่ ๔๖, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรรมศาสนา, ๒๕๔๕), หน้า ๔๐.

รวมถึงการยึดหลักวิมังสา การพินิจพิเคราะห์ต้องรู้จักวิเคราะห์ ใคร่ครวญ ปรับปรุง แก้ไข พัฒนางานด้านบริหาร และพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า การพัฒนาสินค้าข้าวแต่นและผู้ประกอบให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถระดับประกอบธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ประกอบการต้องมีหลักธรรมต่อการผลิตมุ่งเน้นผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น เป็นศูนย์กลางสู่การมุ่งเน้นที่เครือข่าย สร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ขยายตลาดเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายโอกาสสู่ตลาดอาเซียน และเสริมสร้างคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณภาพสินค้า โดยการสะท้อนความมีนวัตกรรม ความทันสมัยและเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยกระบวนการสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนได้

### ๕.๓ ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการทำการวิจัยในครั้งต่อไป

๑. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ไม่สามารถเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในกรณี ผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายเลิกผลิตและปิดกิจการ
๒. การสร้างความเข้าใจต่อผู้ประกอบการในการเก็บข้อมูลต่างๆ
๓. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับตราสินค้าอื่นๆ เพื่อได้ข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพต่อไป
๔. ควรมีการอบรมให้ความรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานแก่ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP



## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กรมการพัฒนาชุมชน, เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, กรุงเทพฯ:

บริษัทบพิธิการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๔๕.

กฤตชญาภัก อุ่นเสรี, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC: ASEAN Economic

Community, เอกสารความรู้ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, ๒๕๕๔.

กาญจนา แก้วเทพ, มรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา พลังในชุมชนชนบท, กรุงเทพฯ :

สภาคาทอริกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, ๒๕๓๐.

ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ, “ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจ

ชุมชนในประเทศไทย”, วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ปีที่ ๗

ฉบับที่ ๓, ๒๕๕๗.

ธีรพงษ์ บุญรักษา และนพพันธ์ วอกกลาง, “แนวทางการบริหารองค์การด้วยหลักธรรม”, วารสาร

บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, ปีที่ ๑๑ ฉบับพิเศษ, ๒๕๕๙

ณัฐวรรณ จิตาคม, “การประยุกต์ใช้พรหมวิหาร ๔ ในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต ๔๒”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต,

บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖

ทิชากร เกษรบัว, “แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One

Product : OTOP) เพื่อการส่งออกในตลาดอาเซียน”, วารสาร มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ฉบับที่ ๓๐ (๒), ๒๕๕๖

ทองศักดิ์ คุ่มไชนะ และคณะ, การพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง, กรุงเทพฯ : บพิธิการพิมพ์.

จิตจำนงค์ กิติเกียรติ, การพัฒนาชุมชน, กรุงเทพฯ : คุณพินอักษรกิจ, ๒๕๓๔.

จีระ กาญจนภักดิ์ และพะนอจิต เหล่าพูลสุข, เอกสารวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแบบ

พอเพียง, กรุงเทพฯ: หจก.โรงพิมพ์ยูไนเต็ดดปรดักชั่น, ๒๕๔๑.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม),

กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๕๔.

พระสิริมงคลอาจารย์, มงคลัตถ์ที่ปณี, แปล เล่ม ๒. กรุงเทพมหานคร : มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๓๒.

พระณรงค์ วุฑฒิเมธี (สังขวิจิตร). “การบริหารจัดการตามหลักทศพิธยปาปนิคสูตรของ บริษัท เอ็นอีซี

อินฟอนเทียร์ (ไทย) จำกัด” .วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาจุฬาลง

กรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖

พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช ป.ธ. ๙. ราชบัณฑิต). พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ชุด

“คำวัด”. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสภาและสถาบันบันลือธรรม ,๒๕๕๑.

พระธรรมปฎก (ป.อ. ปยุตโต). พุทธธรรม.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,

๒๕๔๓.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). ธรรมกับไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, ๒๕๔๑.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), **เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ**, พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร : สหธรรมิก, ๒๕๔๐.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). **พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมิก จำกัด, ๒๕๔๖

พิฑูร มลิวัลย์, **แบบเรียนวิชาธรรมและนักธรรมชั้นตรี**, กรุงเทพมหานคร : กรมการศาสนา, ๒๕๔๐.

สายรุ้ง บุบผาพันธ์, **หลักธรรมทางพระพุทธศาสนากับการตลาดในสังคมปัจจุบัน**, สุภาพรรณ ณ บางช้าง, **หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา**, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖.

สนอง วรอุไร, **ทำชีวิตให้ได้และมีสุข**, พิมพ์ครั้งที่ ๑๐, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อมรินทร์, ๒๕๕๐.

ใจมานัส พลอยดี, **แนวคิดและหลักการพื้นฐานของ OTOP**, ๒๕๕๐.

นพวรรณ สิริเวชกุล, **หัตถศิลป์ ถิ่นธมมา ภูมิปัญญาคนลำปาง**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแสงปัญญาเลิศ จำกัด, ๒๕๔๕.

นกาล มาตยศิริ, **ลำปาง:เสน่ห์เขลางค์นคร**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแสงปัญญาเลิศ จำกัด, ๒๕๔๒.

ปัญญา ใช้บางยาง, **ธรรมอธิบายหลักธรรมในพระไตรปิฎก**, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสภา, ๒๕๔๘.

ภาสกร นันทพานิช และคณะ, **การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดศรีสะเกษ**. (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี), ๒๕๔๙.

ภัทรธิดา ผลงาม, **การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาในกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านนาด้วง จังหวัดเลย**. (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย), ๒๕๕๑.

สนธิ สมัครการ และสุพรรณิ ไชยอำพร. **สังคมไทยภาวะปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต (พ.ศ. ๒๕๓๕-๒๕๕๐)**.

<<http://www.childthai.org/cic/ca๔๒๕.htm>> ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๖๐.

เสรี พงศ์พิศ, **วิสาหกิจชุมชนชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก**, กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์, ๒๕๕๐.

อาคม ใจแก้ว, **แนวความคิดเบื้องต้นทางสังคม เศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลง**, สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๒๔.

อภิชัย พันธเสน, **พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ**, พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์, ๒๕๔๗.

อรศิริ เกตุศรีพงษ์, **“สังคหวัด ๔ : วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้”**, *วารสาร Productivity World เพื่อการเพิ่มผลผลิต*, ปีที่ ๑๒, ฉบับที่ ๖๘, ๒๕๕๐

อภิชาติ พานสุวรรณ, **“หลักพุทธบูรณาการเครื่องมือครองใจคนของผู้บริหารยุคใหม่”**, *วารสาร มหาวิทยาลัยเกษตรราชวิทยาลัย สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, ปีที่ ๖, ฉบับที่ ๔, ๒๕๖๐

อุทิศ การเพียร, “การบริหารบุคลากรตามหลักพรหมวิหาร ๔ ในทัศนะของบุคลากรตำแหน่ง ปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต**, บัณฑิตวิทยาลัย: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๘.

Kotler, P.(๒๐๐๐). **Marketing Management**. jersey: Prentice Hall.

Keller, L.K. (๑๙๙๘). **Strategic Brand Management**. Upper Saddle River, jersey: Prentice Hall.

Millet, J.D.(๑๙๖๘). **Management in the Public service**. New York: McGraw-Hill.

## วิจัย

พระมหาจุลศักดิ์ จีรวทมนโน, **แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน**, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, ๒๕๔๗.

พวงเกษร วงศ์อนุพรกุล, **แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน:**

**กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ ๗ ตำบลวัดจันทร์ อำเภอมะนัง จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, ๒๕๕๔.

พัชราพร วีรสิทธิ์, **ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพและความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคตามหลักอิทธิบาท ๔ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานประกันสังคม**, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต , บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , ๒๕๔๖.

นิตย์ สุขศรี, **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอมะนัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓.

ปราณี ต้นประยูร, **คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ,๒๕๕๕.

จาริตา หินเขาวัว, กัญยรัตน์ สุขวัจนกุล, และคณะ, **การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP**

**กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านสามัคคีพัฒนา บ้านถ้ำเต่า หมู่ ๑ ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอบางบาล จังหวัดสุพรรณบุรี**. ในการสัมมนาทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๘ สาขาเศรษฐศาสตร์และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (น.๙-๑๖). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ๒๕๕๓.

ณัฐพร เขียวเกษม, และเสน่ห์ ทองเขียว, **การศึกษาการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครสวรรค์ (รายงานวิจัย)**. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ๒๕๔๗.

ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย,ดร. และคณะ, **หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**, พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. นนทบุรี : คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,๒๕๓๔.

พิมพ์ลภภัทร ศรีมณฑา, **ภาพลักษณ์ตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดนนทบุรี**,



ทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์, ๒๕๕๔.

ศรีสุดา ลีลาสุวรรณ และคณะ, **แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP** **สู่สากล,**  
รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๕๘.

อรนุช โขพิมพ์. “ภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรม ๗ ของผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนก  
สามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น”, **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย: มหา**  
**จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕**

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล, **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**  
**(OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ**  
**ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๘.**

Huan Wang, **ภาพลักษณ์ตราสินค้าและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ**  
**ผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์**  
**บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ๒๕๕๘.**

Mya Tun, “The Impact of ICT and Networking on the Business Performance of  
One Tambon One Product Enterprises in Greater Bangkok and Metropolitan  
Areas”, *NIDA Development Journal*, Vol.๕๒ (๒), ๒๐๑๒

#### วารสาร

พีระพงษ์ กลิ่นล่อ, **รูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารแนวพุทธ เพื่อการพัฒนาเกษตรกรสู่เศรษฐกิจ**  
**พอเพียง, วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ เมษายน-**  
**กันยายน ๒๕๕๘.**

ธันยมัย เจียรกุล, **ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC, ปีที่ ๓๔**  
**ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน .**

Johannisson, B. (๑๙๙๖). **The dynamics of entrepreneurial networks.** In Reynolds,  
P.et al. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, ๒๕๓-๒๖๗.



การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ  
Development potential of OTOP the product to ASEAN Buddhist Way

นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม<sup>๑</sup>  
ANITTA HANPHAKDEENIYOM

บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ๑) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ ๒) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ๓) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓ กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการข้าวแต๋นที่ลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP ได้รับการคัดเลือกสินค้าในระดับ ๔-๕ ดาว ในจังหวัดลำปาง รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดลำปาง เจ้าหน้าที่หอการค้า เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะสภาพทั่วไปของข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบราดน้ำอ้อยที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปางด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปาง เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ที่สำคัญ ได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า ซึ่งคุณภาพของสินค้าจะต้องได้รับมาตรฐานหรือการได้รับการรับรองสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แสดงถึงภูมิปัญญาไทยในระดับ ๔-๕ ดาว เพื่อพัฒนาต่อยอดสู่สากล โดยการพัฒนาสินค้าในกลุ่มนี้ผู้ประกอบการจึงมีบทบาทสำคัญในการรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้า โดยยึดหลักธรรมเอาใจใส่แก่ผู้บริโภค ในเรื่องของความปลอดภัย ความสะอาด และความซื่อสัตย์ตามหลักอริยบท ๔ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา เพื่อเป็นแนวทางในการทำกิจการให้ประสบความสำเร็จอย่างมีคุณภาพจึงมีการเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนี้ ๑) เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ๒) ยกระดับมาตรฐานและการสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ ๓) การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ๔) เพิ่มช่องทางการตลาด และ ๕) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย แนวทางทั้ง ๕ ด้าน จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาสินค้าข้าวแต๋นให้เข้าสู่ตลาดสากลได้อย่างมีคุณภาพได้รับมาตรฐาน

คำสำคัญ: พัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP, ตลาดอาเซียน, แนวพุทธ

Abstract

keyword

บทนำ

<sup>๑</sup> นักทรัพยากรบุคคล, สังกัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำปาง, E-mail: beau\_polsci@hotmail.com



ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ รัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ดังนั้นภาครัฐจึงสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น จากสิ่งของหรือทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและมีความเป็นอัตลักษณ์ของคนในชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ผลผลิต การบริการที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ อาชีพจึงเป็นฟันเฟืองในการพัฒนาคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจชุมชน ส่งผลในระดับบุคคล ชุมชน สังคม อาชีพนอกจากการสร้างประโยชน์ในด้านรายได้และการพัฒนาระบบเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดความคุ้มค่า โดยการนำมาแปรรูปอาชีพทำให้คนในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ประจำมีผลผลิตตามนโยบายของรัฐหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความรู้สึกรักและผูกพันในท้องถิ่นของตนเอง การร่วมมือกันจากชุมชนเป็นการเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร โดยการสร้างและพัฒนารูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชนที่มีคุณภาพ เชื่อมโยงสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศในระดับสากลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำทำประสบความสำเร็จสำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาเพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันอาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติสินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้น จากการที่มีประชากรรวมกว่า ๕๙๐ ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทาง

ตลาดไปยัง ASEAN+๓ (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+๖ (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกรวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรมและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันให้มีความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตรายี่ห้อสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้ เป็นสินค้าจากท้องถิ่นทั่วประเทศไทย ทุกๆ หนึ่งตำบลจะมีแบรนด์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลนั้นๆ รวมถึงองค์ความรู้ วัตถุดิบ แรงงาน แรงใจ ความสามัคคี และความหวัง สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนจากประเด็นดังกล่าวการให้ความสำคัญของสินค้า OTOP เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง ประกอบกับการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

### วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ
๓. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

### วิธีการวิจัย

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓ กลุ่ม ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

๑. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑.๑ ผู้ประกอบการ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๑๓ คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ๑. ชาวแต่นทวิพรรณ ๒. ชาวแต่นคุณมณี ๓. ชาวแต่นน้ำแดงโม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะคา ๔. ชาวแต่นธัญพืชมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ๕. ชาวแต่นระพีพัฒน์ ๖. ชาวแต่นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์ ๗. ชาวแต่นน้ำแดงโมแม่บุญพิน ๘. ชาวแต่นบุญทวี ๙. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะหัวช้าง ๑๐. ชาวแต่น้องมายด์ ๑๑. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำปางหลวง ๑๒. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองหลาย (จิรวัดน์ชาวแต่น)

๑.๒ ผู้บริโภค การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ จำนวน ๑๐ ท่าน ซึ่งได้มาจากประชาชนชาวจังหวัดลำปางและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้ามาใช้บริการในร้านค้า

๑.๓ เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๕ ท่าน ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด (ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)
- เจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัดลำปาง (ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP)
- เจ้าหน้าที่หอการค้าจังหวัดลำปาง
- เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง
- เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยจัดทำการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

## ๒. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

กรอบการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาถึง แนวการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ และใช้เครื่องบันทึกภาพและเสียง การสัมภาษณ์ จะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง

### ๓. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

๓.๑ ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งได้เป็น ๒ ประเภทดังนี้

๓.๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากแหล่งข้อมูล โดยตรงมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นแบ่งได้เป็น ๒ ลักษณะคือ

๑) การสำรวจพื้นที่ที่จะศึกษา โดยเดินทางไปสำรวจ กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

๒) การสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรอบการสัมภาษณ์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสาร ต่างๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ OTOP

๓.๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์ (Observation) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ( Non-participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) โดยเฉพาะการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง และการสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม ( Focus Group Discussion) ย่อยของกลุ่มผู้ประกอบการ

## ผลการวิจัย

### ๑. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง

ลักษณะสภาพทั่วไปของข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบราดน้ำอ้อยที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปางด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปางและเป็นขนมโบราณของคนภาคเหนือที่ทำเพื่อเลี้ยงแขกในงานมงคลต่างๆ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานปีใหม่ งานปอยหลวง ต่อมาจึงมีการจำหน่ายเป็นของฝากจากจังหวัดลำปาง จนข้าวแต๋นเป็นที่แพร่หลายและได้กลายเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของชาวจังหวัดลำปาง ทำให้ข้าวแต๋นลำปางมีความอร่อยและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัด



ลำปาง จึงได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง เป็นสิ่งบ่งบอกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ขอบเขตที่ตั้งตามแหล่งภูมิศาสตร์<sup>๒</sup> เป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า โดยผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จำนวน ๔ ราย ประกอบด้วย<sup>๓</sup> ข้าวแต่นทวีพรรณ ข้าวแต่นธานี ข้าวแต่นน้ำแตงโมแม่บัวจันทร์ และกลุ่มข้าวแต่นน้ำแตงโมแม่บุญพิน โดยลักษณะของข้าวแต่นควรมีลักษณะดังนี้คือ

#### ๑.๑ การพิสูจน์แหล่งกำเนิด

๑. ข้าวแต่นลำปางจะต้องผลิตในพื้นที่ที่กำหนดและตามกระบวนการผลิต
๒. กระบวนการการผลิตต้องได้รับมาตรฐานผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวแต่นลำปาง รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

#### ๑.๒ คุณลักษณะที่ต้องการ<sup>๔</sup>

๑. ลักษณะทั่วไป ต้องกรอบอาจแตกหักได้เล็กน้อย สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นปรุงแต่งหน้า ส่วนที่เป็นหน้า ต้องเกาะติดแผ่นข้าวแต่นและกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๒. ลักษณะเนื้อสัมผัส ต้องกรอบ ไม่เหนียวหรือแข็งกระด้าง การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจและชิม
๓. สีต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น สม่ำเสมอ ไม่ไหม้เกรียม
๔. กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น ไม่มีกลิ่นรสอื่นที่ไม่พึงประสงค์เช่น กลิ่นเหม็นน้ำมันเก่า
๕. สิ่งแปลกปลอม ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดินทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือสิ่งปฏิกูลจากสัตว์ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๖. สุขลักษณะ สุขลักษณะในการทำผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียงอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย
๗. การควบคุมกระบวนการผลิต
  - วัตถุประสงค์และส่วนผสมในการผลิตต้องสะอาด มีคุณภาพดีได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้ ปลอดภัย จัดเก็บในภาชนะสะอาด ป้องกันการปนเปื้อนได้แยกเก็บเป็นสัดส่วน
  - การผลิต การเก็บรักษา การขนย้าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์
๘. บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ผลิต

<sup>๒</sup> สัมภาษณ์: เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดลำปาง

<sup>๓</sup> อนุญาตวันที่ ๓๐ ต.ค.๕๘ - ๒๙ ต.ค.๖๐

<sup>๔</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเข้าเล่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.

- ผู้ผลิตทุกคน ต้องมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ รักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตทุกคน ต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะในสถานที่ทำ เช่น รับประทานอาหารสุบพุหร

- ตระหนักถึงคุณธรรมในการบริหารต่อพนักงานและผู้บริโภค

#### ๙. การบรรจุ

ให้บรรจุผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นในภาชนะบรรจุที่สะอาด ปิดได้สนิท สามารถป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอกได้

## ๒. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียน

รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของภาครัฐ สร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคงเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งและความเดือดร้อนของประชาชน กรมการพัฒนาชุมชนได้มีการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ แหล่งเงินทุนและการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการผลิต เช่น มีการใช้แรงงานในชุมชน (ภายในจังหวัดที่ขอลงทะเบียน) มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตในชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และชุมชนได้รับผลประโยชน์สถานที่การผลิตตั้งอยู่ภายในอำเภอ/เขตที่ลงทะเบียนและผู้ผลิต ผู้ประกอบการและสมาชิกของกลุ่มต้องมีสัญชาติไทย

โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นที่สามารถลงทะเบียนได้ต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทยมีลักษณะดังนี้

๑. วัตถุดิบที่นำมาต้องไม่ผิดกฎหมาย

๒. ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ คัดแปลง นำเข้าหรือนำเข้าเพื่อมาดัดแปลงหรือละเมิด

ทรัพย์สินทางปัญญา

๓. ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมไทย

๔. ต้องมีการได้รับมาตรฐาน ออย., GAP, GMP, HACCP, มผช, มอก, ฮาลาล, และต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นสู่ตลาดอาเซียน ภายใต้กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประกอบด้วย

๑. สามารถส่งออกได้ โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์

๒. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม

๓. มีมาตรฐาน โดยมีความคุณภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

๔. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจ

ภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOPT ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยองค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความจดจำ และดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOPT ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จากการเก็บข้อมูลค้นพบว่าหลักธรรมที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT วัตถุประสงค์ที่นำมาผลิตต้องไม่ผิดกฎหมาย ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ ดัดแปลง หรือนำเข้าเพื่อดัดแปลงหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันดีของไทย กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายบังคับต้องได้รับอนุญาตให้ผลิต ภายใต้หลักธรรมการดำเนินงานตามหลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา ในการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารด้านลูกค้าได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้าเดิมไว้ และการแสวงหาลูกค้าใหม่ การนำเสนอลูกค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่รวดเร็ว หรือชื่อเสียงของกิจการที่ดี จากความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดส่ง ผู้ประกอบการได้มีการรักษาลูกค้าหลักเดิมต่อปี ลูกค้าหลักใหม่ที่เพิ่มขึ้นต่อปี โดยผู้ประกอบการหนึ่ง กล่าวถึงการบริหารด้านลูกค้าว่า ให้สัจจะกับลูกค้าว่าจะนำแต่สินค้าที่ดีมีคุณภาพมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคด้วยราคาที่เหมาะสม เช่นเดียวกันเราเป็นผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นสินค้าส่งออกให้ได้รับมาตรฐานตั้งแต่กระบวนการนำเข้า จนถึงกระบวนการส่งออก เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีการสนับสนุนให้ความรู้ อบรม และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

โดยผู้ประกอบการบางรายได้พบอุปสรรคปัญหาในเรื่องของทัศนคติของผู้ประกอบการยังไม่พร้อมที่จะพัฒนาเนื่องจาก การแข่งขันที่สูง งบประมาณในการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายทำเพียงต้องการขายในหมู่บ้าน ไม่ต้องการที่จะขายส่งออก รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นมาบรรจุ



ภัณฑ์ติดแบรนด์เป็นชื่อของตนเองเป็นการแสวงหาผลประโยชน์ โดยขาดคุณธรรมจริยธรรมต่อการทำธุรกิจ เป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้แต่สินค้า

มุมมองด้านลูกค้า ผู้ประกอบการได้ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอิทธิบาท ๔ ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เช่น “การขายมันต้องอดทน แล้วต้องซื่อสัตย์กับลูกค้าสินค้าต้องสดใหม่ทุกวัน ถ้ามันขายไม่ได้อย่าไปเสียดาย ต้องทิ้งถังขยะไปเลย ห้ามเสียดาย น้ำมันต้องใหม่สะอาดอยู่ทุกวัน” ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนาฉันทะ ความต้องการที่จะทำให้ใจรัก จะทำในสิ่งนั้นอยู่เสมอและจะปรารถนาจะทำให้ผลดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ การที่ทำให้ใจรักอันเกิดจากความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงจะเกิดผลจริงตามควร การประชุม อบรมความรู้และการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า “การมีฉันทะร่วมกัน” ก่อนเลิกการประชุมบางอันเป็นเสมือนสัญญาะหว่างกันว่าเราจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ร่วมกันหรือละเว้นบางสิ่งร่วมกัน การสัญญาที่ให้ไว้กับมวลหมู่สมาชิกเท่านั้น หากแต่เป็นสิ่งที่ศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นอยู่เต็มเปี่ยม จึงจะเกิดความเพียรตามมา ความจริงใจ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ไม่เอาการมากจนเกินไป และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องมีความรักและความสนุกซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา อิทธิบาท ๔ ฉันทะ ความรักงาน ผู้ผู้ประกอบการที่ดีเริ่มต้นตั้งแต่ความพอใจ ความรัก ความชอบในงานที่จะทำก่อน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกล่าวว่า เราคิดว่าคนไทยต้องปรับตัว ต้องพัฒนาตลอดเวลา จะหยุดนิ่งไม่ได้ อะไรที่เราต้องแก้ไขข้อผิดพลาดของเราในอดีต เราก็กังต้องทบทวนตลอดเวลาว่าในธุรกิจเรามีอะไรที่เราทำได้ไม่ดี มีประสิทธิภาพตรงไหนที่ยังต่ำอยู่ มีตลาดตรงไหนที่เรายังไม่ได้ไป นาน รวมถึงการบริการสินค้าเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็วและมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศและทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

### ๓. เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์OTOP สู่ตลาดอาเซียน

การพัฒนาสินค้าข้าวแต่นและผู้ประกอบให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถประคับประคองธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการ การทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วนในการมุ่งกระบวนการ การสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนและ ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาไปสู่สากลต้องผ่านกระบวนการคุณภาพการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ให้อยู่ในระดับที่ ๔ ดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
๑. Process: เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยมุ่งเน้นชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค</li> <li>- เชื่อมโยงเทคโนโลยี หรืองานวิจัยต่างๆ เพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต โดยการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเช่น จาก</li> </ul>

แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	<p>เดิมมีการตากผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นกลางแจ้ง ทำให้มีแมลงและฝุ่นปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนวิธีการนำมาอบในห้องที่มีมิติชิด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- ควรใส่ใจผู้บริโภคเป็นหลัก ตั้งแต่กระบวนการนำเข้าวัตถุดิบ จนถึงการส่งออก</li> <li>- ส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ รวมถึงส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อเป็นประโยชน์ทางการตลาด</li> </ul>
<p>๒. Product: ยกระดับมาตรฐานและการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสริมสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า เช่น อาจแสดงถึงความเป็นท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคุณค่าและสร้างความสนใจในตัวของสินค้าให้มากขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา</li> <li>- ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมและเชื่อมโยงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น บรรจุภัณฑ์เป็นถุงผ้า เป็นต้น</li> <li>- เพิ่มความต้องการสินค้าในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น จากเดิมเป็นวงกลมเปลี่ยนเป็นแท่ง หรือข้าวแต๋นโดนัท เป็นต้น</li> <li>- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐาน เช่น อย., GMP., มผช., มอก., ฮาลาล</li> <li>- ส่งเสริมให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้ตราสินค้าระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานของสินค้า เช่น การใช้แบรนด์สินค้าเป็นของตนเองออกแบบให้สามารถใช้งานได้จริง เพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับสินค้าของตนเอง</li> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า</li> </ul>
<p>๓. People: การเสริมสร้างองค์ความรู้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะพนักงาน/สมาชิกกลุ่ม ให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนดและได้คุณภาพสม่ำเสมอ</li> <li>- กระตุ้นจิตสำนึกการมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อการผลิต</li> <li>- ส่งเสริมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาสู่กระบวนการผลิตให้มีความรวดเร็วมากขึ้น</li> <li>- ส่งเสริมความรู้และพัฒนาระบบการบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับกับตลาด</li> </ul>

แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	วิธีการ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินการการผลิต เช่น ความรู้การบริหารการผลิต เช่น การตั้งราคา ภาษีและกฎระเบียบของธุรกรรมทางธุรกิจ</li> <li>- ใส่ใจพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวโน้มของอนาคตและสถานการณ์การแข่งขันของผู้บริโภค</li> </ul>
๔. Market: เพิ่มช่องทาง ทางการจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวรายการวิทยุ โทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงทั้งในระดับภายในท้องถิ่น</li> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น โดยพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และศูนย์บริการการท่องเที่ยว</li> <li>- เพิ่มช่องทางทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ตออนไลน์ วิทยุและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ</li> <li>- จัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว งานเทศกาลใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น</li> <li>- ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น</li> </ul>
๕ . Community Cluster: เสริมสร้างความ เข้มแข็งของเครือข่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น สร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้า เครือข่ายชุมชนวัตถุดิบ เครือข่ายการตลาด และสมาคมต่างๆ</li> <li>- เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการทำแผนและสร้างแนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายพัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้</li> <li>- เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการประสานประโยชน์ของเครือข่ายสนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน</li> </ul>

### อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ การผลิตและการควบคุมการผลิตเป็นไปตาม คุณลักษณะที่ต้องการ ถูกสุขลักษณะ มีวิธีการผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ ที่ได้มาตรฐานตามสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ (อภิชัย พันธเสน, ๒๕๔๙, หน้า ๕) องค์ประกอบในการ



ผลิตแนวพุทธประกอบด้วย ๔ อย่าง คือ (๑) คน เพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการผลิตโดยวางแผนว่าจะผลิตอย่างไร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่พอเพียงกับการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว (๒) เป้าหมาย คือ จะผลิตในปริมาณเท่าใด ผลิตเพื่อใคร (๓) วิธีการ คือ การดำเนินการผลิตที่ไม่เบียดเบียนตน ผู้อื่น และทำลายสิ่งแวดล้อม (๔) ปัญญา คือ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต เพื่อให้การผลิตดำเนินไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ในทางพระพุทธศาสนาก็เน้นที่ปัญญานิยม มากกว่า บริโภคนิยม เพื่อให้มนุษย์รู้จักคิดเป็นแก้ปัญหาเป็นและนำพาชีวิตของตนให้อยู่รอดด้วยตนเองให้ได้

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ กรมพัฒนาชุมชน ได้มีการส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเพิ่มเติมข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดิมที่เคยผ่านการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานได้ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น ผู้ประกอบการจะต้องมีการลงทะเบียนผู้ผลิต เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสมกลุ่มเป้าหมายในการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายเดิมที่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต และผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า OTOP รายใหม่ยังไม่เคยลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการพัฒนาการผลิต สอดคล้องกับพันธพิสัย ชาร์ไลสวและคณะ โดยศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีวิธีดังนี้ ๑) ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการตลาด ๒) พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม ๓) สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิต ๔) จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ และ๕) สนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการบริหารการผลิต เป็นการวางแผนการจัดระเบียบองค์การและการควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและการจัดการระบบการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต การแปรสภาพผลผลิตที่มีคุณภาพ และติดตามควบคุมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงหลักธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ อธิปไตย ๔ ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ก็เพราะว่า การฝึกหัดคนให้มีคุณธรรมตามหลักอริยาบท ๔ นี้จัดเป็นการใช้ปัญญาในการพิจารณาหาเหตุผลและกระบวนการทำงาน โดยวิมังสาเป็นผลของจิตตะ คือเมื่อตรวจตราดูแล้วเห็นว่า การทำงานของตนยังบกพร่องอยู่หรือผิดพลาดอยู่ประการใดอย่างหนึ่งคือพิจารณาหาเหตุผลในการทำงานตามขั้นตอน งานที่ลงมือทำแล้วนั้นได้ผลเป็นขั้นๆ อย่างไร เป็นการทบทวนผลว่าเป็นที่ พึงปรารถนาหรือไม่ ถ้าได้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจหรือได้ผลที่ไม่พึงปรารถนาก็จัดการแก้ไขหรือปรับปรุงตามกระบวนการอริยาบท ๔ สอดคล้องกับพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต) หลักธรรมที่ไม่เคยล้าสมัย หรือหลักธรรมอันเป็นหลักแห่งความสำเร็จ หรือทางแห่งความสำเร็จ

## สรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การพัฒนาสินค้าข้าวแต๋นและผู้ประกอบให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถประคับประคองธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้

นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ประกอบการต้องมีหลักธรรมต่อการผลิตมุ่งเน้นผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น เป็นศูนย์กลางสู่การมุ่งเน้นที่เครือข่ายสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ขยายตลาดเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายโอกาสสู่ตลาดอาเซียน และเสริมสร้างคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณภาพสินค้า โดยการสะท้อนความมีนวัตกรรม ความทันสมัยและเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยกระบวนการสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนได้อย่างมีคุณภาพได้รับการยอมรับมาตรฐานสากล

## เอกสารอ้างอิง

### หนังสือ

- กรมการพัฒนาชุมชน. (๒๕๔๘). เอกสารดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: บริษัทหีบพืชการพิมพ์ จำกัด.
- กฤตชญากัด อุ่นเสรี. (๒๕๕๔). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC: ASEAN Economic Community. เอกสารความรู้ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (๒๕๓๐). มรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา พลังในชุมชนชนบท. กรุงเทพฯ : สภาคาทอโลกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- จิตจำนงค์ กิติ์กรดี. (๒๕๓๔). การพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ : คุณพินอักษรกิจ.
- จีระ กาญจนภักดิ์ และพะนอจิต เหล่าพุลสุข. (๒๕๔๑). เอกสารวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแบบพอเพียง. กรุงเทพฯ: หจก.โรงพิมพ์ยูไนเต็ดดปรดักชั่น.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (๒๕๔๑). ธรรมกับไทย ในสถานการณ์ปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (๒๕๔๐). เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ, พิมพ์ครั้งที่๖. กรุงเทพมหานคร : สหธรรมิก.
- สุภาพรรณ ณ บางช้าง. (๒๕๕๖). หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- สนอง วรอุไร. (๒๕๕๐). ทำชีวิตให้ดีและมีสุข. พิมพ์ครั้งที่ ๑๐, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อัมรินทร์.
- ใจมานัส พลอยดี, แนวคิดและหลักการพื้นฐานของ OTOP, ๒๕๕๐.
- นพวรรณ สิริเวชกุล. (๒๕๕๕). หัตถศิลป์ ถิ่นธมมา ภูมิปัญญาคนลำปาง. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแสงปัญญาเลิศ จำกัด.
- นกาล มาตยศิริ. (๒๕๔๒). ลำปาง:เสน่ห์เขากลางคันคร. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแสงปัญญาเลิศ จำกัด.

### วิจัย

- พระมหาจุลศักดิ์ จีรวฑฒโน. (๒๕๔๗). แนวคิดและวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจแนวพุทธของปราชญ์อีสาน, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต.
- พวงเพชร วงศ์อนุพรกุล. (๒๕๕๔). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ ๗ ตำบลวัดจันทร์ อำเภอมะนัง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- พัชรพร วีรสิริ. (๒๕๔๖). ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพและความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคตามหลักอิทธิบาท ๔ ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานประกันสังคม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยรามคำแหง .
- นิตย สุขศรี. (๒๕๕๓). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอมะนัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ปราณี ต้นประยูร. (๒๕๕๕). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- จาริตา หินเขาว์, กันยารัตน์ สุขวิธกุล, และคณะ. (๒๕๕๓). การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านสามัคคีพัฒนา บ้านถ้ำเต่า หมู่ ๑ ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร. ในการสัมมนาทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ ๔๘ สาขาเศรษฐศาสตร์และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (น.๙-๑๖). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพร เขียวเกษมและเสน่ห์ ทองเขียว. (๒๕๔๗). การศึกษาการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครสวรรค์ (รายงานวิจัย). นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัยและคณะ. (๒๕๓๔). หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. นนทบุรี : คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิมพ์ภัทร ศรีมณฑา. (๒๕๕๔). ภาพลักษณ์ตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดนนทบุรี, ทนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์ และคณะ. (๒๕๕๘). แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่อุตสาหกรรม, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- Huan Wang. (๒๕๕๘). ภาพลักษณ์ตราสินค้าและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอมะนังลำปาง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- Johannisson, B. (๑๙๙๖). The dynamics of entrepreneurial networks. In Reynolds, P. et al. (Eds.). Frontiers of Entrepreneurship Research, ๒๕๓-๒๖๗.



วารสาร

พีระพงษ์ กลิ่นล่อ. (๒๕๕๘). รูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารแนวพุทธ เพื่อการพัฒนาเกษตรกรสู่เศรษฐกิจพอเพียง, วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ เมษายน-กันยายน.

ฉันทชัย เจียรกุล. (๒๕๕๗). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC, ปีที่ ๓๔ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน .





ภาคผนวก ข

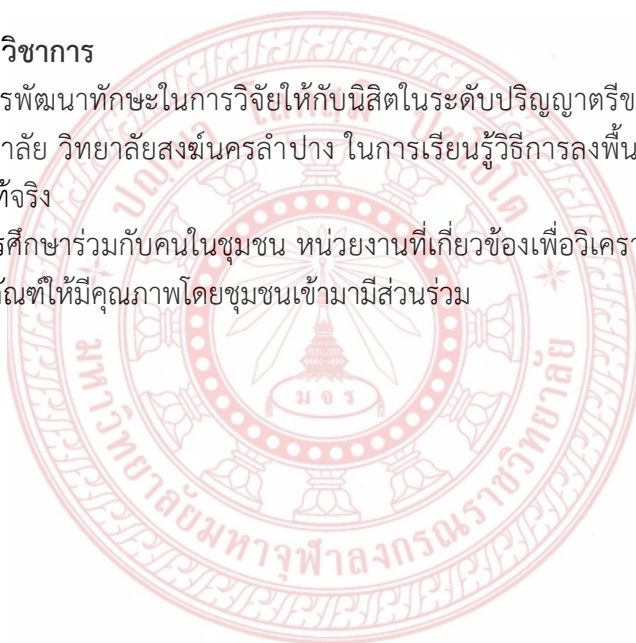
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์

## ๑. กิจกรรมด้านชุมชน

- สามารถนำผลการศึกษาไปสะท้อนข้อมูลให้กับผู้ประกอบการข้าวแต๋น พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อนำไปสู่การคัดสรรเป็นสินค้าโอท็อป ระดับ ๕ ดาว ของพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง
- สามารถนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยว กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด อุตสาหกรรม และหน่วยงานราชการในท้องถิ่น สามารถนำยุทธศาสตร์ที่ได้จากศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปปรับประยุกต์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานต่อไปได้ เพื่อเป็นทิศทางในการพัฒนาต่อไปได้
- สามารถนำผลการศึกษาผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพ การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องเหมาะสมตามคุณลักษณะของสินค้าที่ผลิต รวมถึงการเก็บรักษาสินค้าให้มีอายุการบริโภคที่ยาวนานขึ้น ตลอดจนการจัดการจัดการธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

## ๒. กิจกรรมด้านวิชาการ

- มีการพัฒนาทักษะในการวิจัยให้กับนิสิตในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ในการเรียนรู้วิธีการลงพื้นที่ในชุมชนร่วมกับนักวิจัย เพื่อให้ข้อมูลที่แท้จริง
- มีการศึกษาร่วมกับคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์การพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม







ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้  
และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กิจกรรมที่วางแผนไว้  
และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลุวัตถุประสงค์	โดยทำให้
๑. วางแผนกำหนด วัตถุประสงค์การวิจัย	วัตถุประสงค์ในงานวิจัย	ค้นหาคำตอบที่ ต้องการจากงานวิจัย จากปัญหาโดยค้นหา แนวทางสามารถ แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่ มีเหตุผล	สามารถหาคำตอบหรือ แนวทางในการแก้ไข
๒. ทบทวน วรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง	แนวคิด ทฤษฎีและ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	-ทำให้ทราบว่ามีนักวิจัย คนอื่นได้จัดการ แก้ปัญหาของเขา อย่างไร -ทำให้ได้เรียนรู้การ แก้ปัญหาต่างๆ ซึ่งจะ เป็นแนวทางแก้ปัญหา ที่ตนเองจะประสบต่อไป -ช่วยให้มีความคิด ใหม่ๆ และวิธีการ ใหม่ๆ ในการทำวิจัย	โดยจะศึกษาจาก การ ประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบเอกสาร การ ทบทวนวรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง วรรณคดีที่ เกี่ยวข้อง ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๓. กรอบแนวคิดใน การวิจัย	กรอบในการทำงานใช้ ศึกษาในการวิจัย	-ช่วยชี้ให้เห็นทิศทาง ของการวิจัยและ ประเภทของตัวแปร ต้นตัวแปรตาม - ช่วยชี้ให้เห็นทิศทาง ในการออกแบบการ วิจัย - ช่วยชี้ให้เห็นทิศ ทิศทางการกำหนด วัตถุประสงค์ - ช่วยชี้ให้เห็นทิศ ทิศทางการเลือกใช้ เครื่องมือในการวิจัย	การวิจัยครั้งนี้ โดยมีที่มา จากการศึกษาเอกสาร วรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียน เป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อ แสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ในการใน งานวิจัย
๔. ออกแบบการ วิจัย	-กลุ่มตัวอย่าง -เครื่องมือการวิจัย	-ประชากรบางส่วน หรือทั้งหมดที่ใช้เป็น ตัวแทนในการ ศึกษาวิจัย	การหาความเที่ยงตรง ความสามารถวัดได้ตรงกับ สิ่งที่ต้องการจะวัด และ วัด ได้ครอบคลุมพฤติกรรม

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรล่วัตถุประสงค์	โดยทำให้
		- เครื่องมือในการวิจัย การใช้ได้ง่ายสะดวก รวดเร็ว และประหยัด ค่าใช้จ่ายการสร้าง เครื่องมือให้มี ประสิทธิภาพในการใช้ งานกับกลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะที่ต้องการการ กำหนดความเที่ยงตรงตาม เนื้อหา เพื่อหาตัวชี้วัด ความเชื่อมั่น (Reliability) ความคงที่ในการวัดเมื่อวัด ซ้ำ ๆ กันหลายครั้งจะให้ค่า เหมือนเดิมหรือใกล้เคียงกัน การหาค่าความเชื่อมั่น
๕. ดำเนินการเก็บ รวบรวมข้อมูล	ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณท์ OTOP สู่ตลาด อาเซียนตามแนวพุทธ	ข้อมูลตาม วัตถุประสงค์ของ งานวิจัย	รวบรวมข้อมูลโดยการ สังเกตหรือการออกแบบ แบบสอบถาม การสังเกต การสำรวจด้วยตัวเองหรือ ใช้เครื่อง อิเล็กทรอนิกส์ โดยและ ติดต่อ รวบรวม ข้อมูลโทรศัพท์ หรือใช้ จดหมาย และจากการ สนทนากลุ่ม focus Group
๖. วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปงานวิจัย	แนวทางพัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณท์ OTOP สู่ตลาด อาเซียนตามแนวพุทธ	พัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณท์ OTOP สู่ ตลาดอาเซียนตามแนว พุทธ ๕ ด้าน	จำแนกข้อมูลออกเป็น ส่วนย่อยๆ เพื่อจัดข้อมูล ต่างๆ ให้เป็นระบบ หมวดยุ่ สรุปลักษณะของ ข้อมูลนั้นๆ ตามลักษณะ ของตัวแปรที่ศึกษา



ภาคผนวก ง  
เอกสารเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์





### แบบสอบถามงานวิจัย

## เรื่อง การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

\*\*\*\*\*

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ
๓. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

### ปัญหาการวิจัย

๑. ปัญหาในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
๒. ผู้ประกอบการไม่มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน
๓. การปรับตัวของผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

### ขอบเขตในด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางรวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน แนวทางการพัฒนา การดำเนินงานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการชาวแต่ในจังหวัดลำปางเพื่อรองรับสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



**แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ของรัฐ**  
**เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ**

**ตอนที่ ๑**

ชื่อหน่วยงาน .....

ตำแหน่ง .....

**ตอนที่ ๒**

**๑. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ**

๑.๑ ท่านคิดว่า ในปัจจุบัน โรงงาน/สถานที่ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง มีระบบและขบวนการในการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพและมีมาตรฐาน เพียงพอหรือไม่อย่างไร

.....

๑.๒ ท่านคิดว่าปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปางพัฒนาคุณภาพสู่มาตรฐานคืออะไร

.....

๑.๓ ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง มีคุณภาพและได้มาตรฐานการส่งออกสู่ตลาดอาเซียนหรือไม่ อย่างไร

.....

๑.๔ ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง มีขั้นตอน/หลักเกณฑ์ ในการส่งเสริมการตลาดของสินค้าอย่างไร

.....

**๒. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ**

ประเด็นคำถาม แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน

๒.๑ ท่านเคยแนะนำแนวความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานแก่ผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร



๒.๒ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานเพื่อการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน

๒.๓ ท่านเคยจัดการสัมมนาและฝึกการอบรมการส่งเสริมการผลิตให้กับผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน หรือไม่อย่างไร

๒.๔ ท่านมีแนวทางการอย่างไรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน

๒.๕ การดำเนินการของท่านในปัจจุบัน ทำให้ ผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง สามารถแข่งขันในตลาดอาเซียนได้หรือไม่อย่างไร และท่านมีวิธีการอย่างไรในการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปางเข้าสู่ตลาด อาเซียน

๒.๖ ท่านคิดว่าแนวคิดทางพุทธศาสนา (อิทธิบาท ๔ ฉันทะ วิริยะะ จิตตะ วิมังสา) สามารถทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ ได้หรือไม่อย่างไร

\*\*\*\*\*

กรุณาจัดส่งได้ที่ : [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com)

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐

โทร. ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖



แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความในแบบสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพ  
ผลิตภัณฑ์ OTOP สู้ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ (IOC)

**คำชี้แจง** โปรดแสดงความคิดเห็นต่อข้อความในแต่ละรายการว่า มีความเหมาะสมเพียงใดโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านข้อละ ๑ ระดับความคิดเห็นดังนี้

- ๑ เมื่อท่านเห็นว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์
- ๐ เมื่อท่านเห็นว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับจุดประสงค์
- +๑ เมื่อท่านเห็นว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามสอดคล้องกับจุดประสงค์

รายการ	ผลการประเมิน ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
	-๑	๐	+๑	
ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์				
ชื่อกลุ่มผู้ผลิต				
ชื่อผลิตภัณฑ์				
<b>ตอนที่ ๑</b>				
ประวัติการศึกษา				
ประสบการณ์ทางการทำงานด้านการผลิต				
ประสบการณ์ในการได้รับการอบรมทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ				
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ณ.สถานที่ผลิต/โรงงาน				
ขนาดโรงงาน/สถานที่ผลิต				
จำนวนบุคลากรในโรงงาน/สถานที่ผลิต				
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต่อวัน				
รูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์				

รายการ	ผลการประเมิน ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
	-๑	๐	+๑	
<b>ตอนที่ ๒</b>				
<b>๑. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ</b>				
๑.๑ ท่านมีระบบและโครงสร้างในการดำเนินการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในรอบปีที่ผ่านมาอย่างไรบ้าง				
๑.๒ ปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของท่านพัฒนาคุณภาพสู่มาตรฐาน				
๑.๓ ผลิตภัณฑ์ของท่านมีคุณภาพและได้มาตรฐานการส่งออกสู่ตลาดอาเซียนหรือไม่อย่างไร				
๑.๔ ท่านคิดว่าคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ท่านมีจุดอ่อนหรืออุปสรรคอะไรบ้าง อย่างไร				
๑.๕ ท่านสามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท่านให้มีมาตรฐานการส่งออกสู่ตลาดอาเซียนได้สำเร็จได้อย่างไร				
๑.๖ ท่านยึดหลักธรรมในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ของท่านหรือไม่อย่างไร				
<b>๒. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ</b>				
๒.๑ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานหรือไม่				
๒.๒ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานเพื่อการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน				
๒.๓ ท่านเคยได้เข้ารับการอบรม ส่งเสริมการผลิตจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท่านให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานหรือไม่อย่างไร				
๒.๔ ท่านมีแนวทางการอย่างไรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท่านให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานการส่งออกสู่ตลาดอาเซียน				
๒.๕ ท่านคิดว่าวิธีการที่ท่านดำเนินการ(การผลิต)อยู่ในปัจจุบันสามารถแข่งขันในตลาดอาเซียนได้หรือไม่อย่างไร				
๒.๖ ท่านมีวิธีการปรับตัวอย่างไรในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน				
๒.๗ ท่านมีการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร				





ที่ ศธ ๖๑๔๔/๘๖



มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาเขตลำปาง  
๖๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา  
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๔๒๐-๙๔๕๕-๕  
[www.mculampang.com](http://www.mculampang.com)

๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สอบถามข้อมูลงานวิจัย “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP  
สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”

เจริญพร หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

ด้วยนางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์  
นครลำปาง ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”  
เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์  
OTOP ในจังหวัดลำปาง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยจัดส่ง  
มาทาง E-mail: [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com) หรือ จัดส่งทางไปรษณีย์ (วิทยาลัยสงฆ์นคร  
ลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐) โทร ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖ ภายใน  
วันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๐ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขออนุมัติ  
ขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมมาเพื่อทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

(พระราชธรรมมาลังการ)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

นักวิจัย นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม

เบอร์โทร. ๐๙๖ ๖๙๘ ๓๓๐๖

ที่ ศธ ๖๑๔๔/๘๖



มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาเขตลำปาง  
๖๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา  
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๔๒๐-๙๔๕๕-๕  
[www.mculampang.com](http://www.mculampang.com)

๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์สอบถามข้อมูลงานวิจัย “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”

เจริญพร นางอารีย์ เหลืองหิรัญ พัฒนารัฐกิจการค้าจังหวัดลำปาง

ด้วยนางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยจัดส่งมาทาง E-mail: [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com) หรือ จัดส่งทางไปรษณีย์ (วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐) โทร ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖ ภายในวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๐ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขออนุโมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมาเพื่อทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

(พระราชธรรมมาลังการ)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

นักวิจัย นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม

เบอร์โทร. ๐๙๖ ๖๙๘ ๓๓๐๖



ที่ ศธ ๖๑๔๔/๘๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาเขตลำปาง

๖๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา  
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๔๒๐-๙๔๕๔-๕

[www.mculampang.com](http://www.mculampang.com)

๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สอบถามข้อมูลงานวิจัย “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”

### เจริญพร ประธานหอการค้าจังหวัดลำปาง

ด้วยนางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยจัดส่งมาทาง E-mail: [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com) หรือ จัดส่งทางไปรษณีย์ (วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐) โทร ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖ ภายในวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๐ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขออนุมัติมาขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมาเพื่อทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

A handwritten signature in black ink, appearing to be "ดร. อ. อ. อ.", written over a faint circular watermark of the university seal.

(พระราชธรรมมาลังการ)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

นักวิจัย นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม

เบอร์โทร. ๐๙๖ ๖๙๘ ๓๓๐๖

ที่ ศธ ๖๑๔๔/๘๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง  
๖๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา  
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๔๒๐-๙๔๕๔-๕  
[www.mculampang.com](http://www.mculampang.com)

๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์สอบถามข้อมูลงานวิจัย “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”

### เจริญพร หัวหน้าฝ่ายนโยบายและแผน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง

ด้วยนางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยจัดส่งมาทาง E-mail: [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com) หรือ จัดส่งทางไปรษณีย์ (วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐) โทร ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖ ภายในวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๐ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขออนุโมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมาเพื่อทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

A handwritten signature in black ink, appearing to be "พระราชนิพนธ์" (Royal Decree), written over a faint circular stamp.

(พระราชธรรมมาลังการ)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

นักวิจัย นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม

เบอร์โทร. ๐๙๖ ๖๙๘ ๓๓๐๖

ที่ ศธ ๖๑๔๔/๘๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง  
๖๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา  
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐  
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๔๒๐-๙๔๕๔-๕  
[www.mculampang.com](http://www.mculampang.com)

๒ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สอบถามข้อมูลงานวิจัย “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ”

เจริญพร นางสาวณัฐภรณ์ ลังกาเปี้ย เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวประจำจังหวัด

ด้วยนางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ” เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่ดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยจัดส่งมาทาง E-mail: [beau\\_polsci@hotmail.com](mailto:beau_polsci@hotmail.com) หรือ จัดส่งทางไปรษณีย์ (วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เลขที่ ๖๖๒ ม.๒ ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐) โทร ๐๙๖-๖๙๘-๓๓๐๖ ภายในวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๐ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขออัญมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมาเพื่อทราบและพิจารณาดำเนินการต่อไป

(พระราชธรรมมาลังการ)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

นักวิจัย นางสาวอณิษฐา หาญภักดีนิยม

เบอร์โทร. ๐๙๖ ๖๙๘ ๓๓๐๖



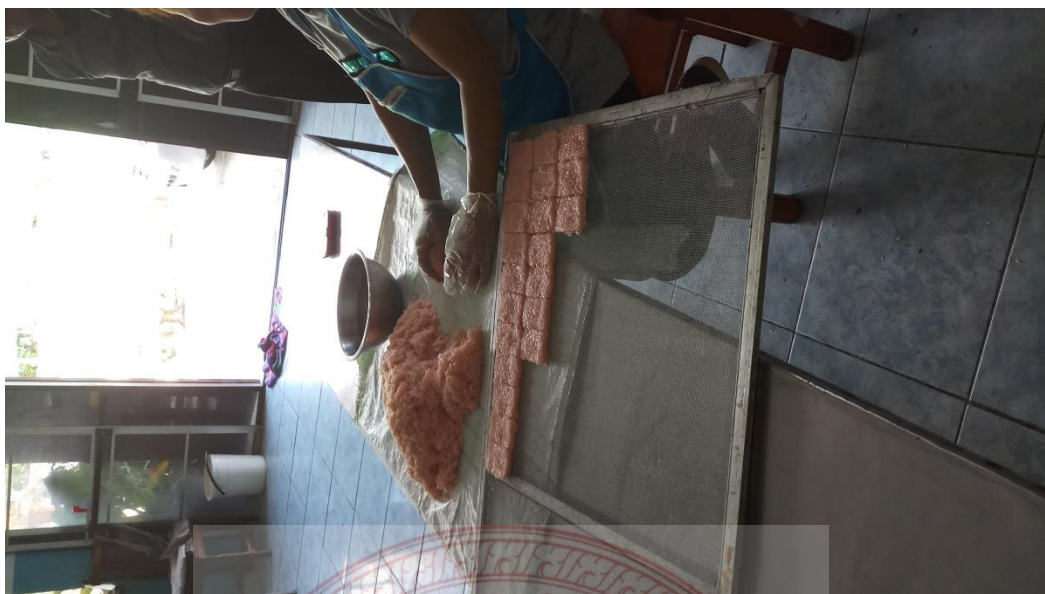


ภาคผนวก จ  
ประมวลภาพกิจกรรมการวิจัย

















ภาคผนวก ฉ  
ประวัติผู้วิจัย  
แบบสรุปโครงการวิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

### ๑. ประวัติผู้ทำวิจัย

ชื่อ นามสกุล นางสาวอณิชฐา หาญภักดีนิยม  
 วัน เดือน ปีเกิด ๒๒ กันยายน ๒๕๓๑  
 ที่อยู่ปัจจุบัน ๓๐๑ ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลพระบาท อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง  
 ที่ทำงานปัจจุบัน วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

### ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. ๒๕๕๗-ปัจจุบัน อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์  
 นครลำปาง

### ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๕๘ รม. (การเมืองการปกครอง), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 พ.ศ. ๒๕๕๕ ร.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### ผลงานวิชาการ งานวิจัย

- คุณค่าทางสังคมผ่านจิตรกรรมฝาผนังพระอารามหลวงในจังหวัดลำปาง

### บทความวิชาการ

### ๒. ประวัติคณะผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ นามสกุล นางสาวศิริขวัญ ปัญญาเรียน

### เลขบัตรประชาชน

ประสบการณ์การทำงาน ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว สาขาศิลปศาสตร์ คณะ  
 บริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง

### ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง

ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
 มหาวิทยาลัยพะเยา

### ผลงานวิชาการ

### งานวิจัย



## แบบสรุปโครงการวิจัย

สัญญาเลขที่ MCU RS

### ชื่อโครงการ

การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

### หัวหน้าโครงการ

นางสาวอณิษฐา หาญภักตินิยม

นักทรัพยากรบุคคล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำปาง โทร ๐๙๒-๔๕๑-๙๒๖๙

E-mail: beau\_polsci@hotmail.com

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ รัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ดังนั้นภาครัฐจึงสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น จากสิ่งของหรือทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและมีความเป็นอัตลักษณ์ของคนในชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ผลผลิต การบริการที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ อาชีพจึงเป็นฟันเฟืองในการพัฒนาคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจชุมชน ส่งผลในระดับบุคคล ชุมชน สังคม อาชีพนอกจากการสร้างประโยชน์ในด้านรายได้และการพัฒนาระบบเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดความคุ้มค่า โดยการนำมาแปรรูปอาชีพทำให้คนในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ประจำมีผลผลิตตามนโยบายของรัฐหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความรู้สึกรักและผูกพันในท้องถิ่นของตนเอง การร่วมมือกันจากชุมชนเป็นการเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร โดยการสร้างและพัฒนารูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชนที่มีคุณภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศในระดับสากลความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำทำสำเร็จสำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่ว่าอาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิ



ปัญญาเพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาด มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันอาจได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพ การแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติสินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้น จากการที่มีประชากรรวมกว่า ๕๙๐ ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+๓ (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+๖ (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกรวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรมและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันให้มีความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราयीหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้ เป็นสินค้าจากท้องถิ่นทั่วประเทศไทย ทุกๆ หนึ่งตำบลจะมีแบรนด์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลนั้นๆ รวมถึงองค์ความรู้ วัตถุดิบ แรงงาน แรงใจ ความสามัคคี และความหวัง สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนจากประเด็นดังกล่าวการให้ความสำคัญของสินค้า OTOP เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง ประกอบกับการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปางตามแนวพุทธ
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ
๓. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียนตามแนวพุทธ

#### ผลการวิจัย

๑. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง

ลักษณะสภาพทั่วไปของข้าวแต๋นเป็นข้าวเหนียวทอดกรอบราดน้ำอ้อยที่ผลิตขึ้นในพื้นที่จังหวัดลำปางด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในจังหวัดลำปางและเป็นขนมโบราณของคนภาคเหนือที่ทำเพื่อเลี้ยงแขกในงานมงคลต่างๆ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานปีใหม่ งานปอยหลวง ต่อมาจึง

มีการจำหน่ายเป็นของฝากจากจังหวัดลำปาง จนข้าวแต๋นเป็นที่แพร่หลายและได้กลายเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของชาวจังหวัดลำปาง ทำให้ข้าวแต๋นลำปางมีความอร่อยและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดลำปาง จึงได้รับมาตรฐานขึ้นเป็นแหล่ง GI ของจังหวัดลำปาง เป็นสิ่งบ่งบอกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ขอบเขตที่ตั้งตามแหล่งภูมิศาสตร์<sup>๑</sup> เป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า โดยผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย จำนวน ๔ ราย ประกอบด้วย<sup>๒</sup> ข้าวแต๋นทวีพรธน ข้าวแต๋นธานี ข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บัวจันทร์ และกลุ่มข้าวแต๋นน้ำแดงโมแม่บุญพิน โดยลักษณะของข้าวแต๋นควรมีลักษณะดังนี้คือ

#### ๑.๑ การพิสูจน์แหล่งกำเนิด

๑. ข้าวแต๋นลำปางจะต้องผลิตในพื้นที่ที่กำหนดและตามกระบวนการผลิต
๒. กระบวนการการผลิตต้องได้รับมาตรฐานผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวแต๋นลำปาง รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

#### ๑.๒ คุณลักษณะที่ต้องการ<sup>๓</sup>

๑. ลักษณะทั่วไป ต้องกรอบอาจแตกหักได้เล็กน้อย สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นปรุงแต่งหน้า ส่วนที่เป็นหน้า ต้องเกาะติดแผ่นข้าวแต๋นและกระจายตัวอย่างสม่ำเสมอ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๒. ลักษณะเนื้อสัมผัส ต้องกรอบ ไม่เหนียวหรือแข็งกระด้าง การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจและชิม
๓. สีต้องมีสีที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น สม่ำเสมอ ไม่ไหม้เกรียม
๔. กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสที่ดีตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น ไม่มีกลิ่นรสอันที่ไม่พึงประสงค์เช่น กลิ่นเหม็นน้ำมันเก่า
๕. สิ่งแปลกปลอม ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดินทราย กรวด ขึ้นส่วนหรือสิ่งปนเปื้อนจากสัตว์ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๖. สุขลักษณะ สุขลักษณะในการทำผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียงอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย
๗. การควบคุมกระบวนการผลิต
  - วัตถุประสงค์และส่วนผสมในการผลิตต้องสะอาด มีคุณภาพดีได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้ ปลอดภัย จัดเก็บในภาชนะสะอาด ป้องกันการปนเปื้อนได้แยกเก็บเป็นสัดส่วน
  - การผลิต การเก็บรักษา การขนย้าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์
๘. บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ผลิต

<sup>๑</sup> สัมภาษณ์: เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดลำปาง

<sup>๒</sup> อนุญาตวันที่ ๓๐ ต.ค.๕๘ - ๒๙ ต.ค.๖๐

<sup>๓</sup> สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเข้าเล่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.

- ผู้ผลิตทุกคน ต้องมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ รักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตทุกคน ต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะในสถานที่ทำ เช่น รับประทานอาหารสุบบุหร

- ตระหนักถึงคุณธรรมในการบริหารต่อพนักงานและผู้บริโภค

#### ๙. การบรรจุ

ให้บรรจุผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นในภาชนะบรรจุที่สะอาด ปิดได้สนิท สามารถป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอกได้

## ๒. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ตลาดอาเซียน

รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของภาครัฐ สร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคงเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งและความเดือดร้อนของประชาชน กรมการพัฒนาชุมชนได้มีการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ แหล่งเงินทุนและการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการผลิต เช่น มีการใช้แรงงานในชุมชน (ภายในจังหวัดที่ขอลงทะเบียน) มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตในชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และชุมชนได้รับผลประโยชน์สถานที่การผลิตตั้งอยู่ภายในอำเภอ/เขตที่ลงทะเบียนและผู้ผลิต ผู้ประกอบการและสมาชิกของกลุ่มต้องมีสัญชาติไทย

โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นที่สามารถลงทะเบียนได้ต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทยมีลักษณะดังนี้

๑. วัตถุดิบที่นำมาต้องไม่ผิดกฎหมาย

๒. ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ คัดแปลง นำเข้าหรือนำเข้าเพื่อมาดัดแปลงหรือละเมิด

ทรัพย์สินทางปัญญา

๓. ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อ

ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมไทย

๔. ต้องมีการได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, มพช, มอก, ฮาลาล, และต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นสู่ตลาดอาเซียน ภายใต้กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประกอบด้วย

๑. สามารถส่งออกได้ โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์

๒. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม

๓. มีมาตรฐาน โดยมีความภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

๔. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจ



ภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOPT ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยองค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความจดจำ และดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOPT ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จากการเก็บข้อมูลค้นพบว่าหลักธรรมที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT วัตถุประสงค์ที่นำมาผลิตต้องไม่ผิดกฎหมาย ไม่เป็นสินค้าที่เลียนแบบ ดัดแปลง หรือนำเข้าเพื่อดัดแปลงหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่เป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมอันดีของไทย กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายบังคับต้องได้รับอนุญาตให้ผลิต ภายใต้หลักธรรมการดำเนินงานตามหลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา ในการนำหลักคำสอนทางพุทธศาสนาใช้ในการบริหารด้านลูกค้าได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้าเดิมไว้ และการแสวงหาลูกค้าใหม่ การนำเสนอลูกค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่รวดเร็ว หรือชื่อเสียงของกิจการที่ดี จากความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดส่ง ผู้ประกอบการได้มีการรักษามาตรฐานลูกค้าหลักเดิมต่อปี ลูกค้าหลักใหม่ที่เพิ่มขึ้นต่อปี โดยผู้ประกอบการหนึ่ง กล่าวถึงการบริหารด้านลูกค้าว่า ให้สัจจะกับลูกค้าว่าจะนำแต่สินค้าที่ดีมีคุณภาพมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคด้วยราคาที่เหมาะสม เช่นเดียวกันเราเป็นผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นสินค้าส่งออกให้ได้รับมาตรฐานตั้งแต่กระบวนการนำเข้า จนถึงกระบวนการส่งออก เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีการสนับสนุนให้ความรู้ อบรม และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

โดยผู้ประกอบการบางรายได้พบอุปสรรคปัญหาในเรื่องของทัศนคติของผู้ประกอบการยังไม่พร้อมที่จะพัฒนาเนื่องจาก การแข่งขันที่สูง งบประมาณในการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการบางรายทำเพียงต้องการขายในหมู่บ้าน ไม่ต้องการที่จะขายส่งออก รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นมาบรรจุภัณฑ์ติดแบรนด์เป็นชื่อของตนเองเป็นการแสวงหาผลประโยชน์ โดยขาดคุณธรรมจริยธรรมต่อการทำ

ธุรกิจ เป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้แต่สินค้า

มุมมองด้านลูกค้า ผู้ประกอบการได้ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาอิทธิบาท ๔ ในการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ เช่น “การขายมันต้องอดทน แล้วต้องซื่อสัตย์กับลูกค้าสินค้าต้องสดใหม่ทุกวัน ถ้ามันขายไม่ได้อย่าไปเสียดาย ต้องทิ้งถึงขยะไปเลย ห้ามเสียดาย นำมันต้องใหม่ สะอาดอยู่ทุกวัน” ซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนาฉันทะ ความต้องการที่จะทำให้ใจรัก จะทำในสิ่งนั้นอยู่เสมอและจะปรารถนาจะทำให้ผลดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ การที่ทำให้ใจรักอันเกิดจากความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งที่ทำจึงจะเกิดผลจริงตามควร การประชุม อบรมความรู้และการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เรียกว่า “การมีฉันทะร่วมกัน” ก่อนเลิกการประชุมบางอันเป็นเสมือนสัญญาระหว่างกันว่าเราจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ร่วมกันหรือละเว้นบางสิ่งร่วมกัน การสัญญาที่ให้ไว้กับมวลหมู่สมาชิกเท่านั้น หากแต่เป็นสิ่งที่ศรัทธาและเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นอยู่เต็มเปี่ยม จึงจะเกิดความเพียรตามมา ความจริงใจ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ไม่เอาการมากจนเกินไป และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องมีความรักและความสนุกซึ่งตรงกับหลักคำสอนพุทธศาสนา หลักอิทธิบาท ๔ ฉันทะ ความรักงาน ผู้ประกอบการที่ดีเริ่มต้นตั้งแต่ความพอใจ ความรัก ความชอบในงานที่จะทำก่อน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกล่าวว่า เราคิดว่าคนไทยต้องปรับตัว ต้องพัฒนาตลอดเวลา จะหยุดนิ่งไม่ได้ อะไรที่เราต้องแก้ไขข้อผิดพลาดของเราในอดีต เราก็ยังต้องทบทวนตลอดเวลาว่าในธุรกิจเรามีอะไรที่เราทำได้ไม่ดี มีประสิทธิภาพตรงไหนที่ยังต่ำอยู่ มีตลาดตรงไหนที่เรายังไม่ได้ไป นาน รวมถึงการบริการสินค้าเน้นไปที่การบริการที่รวดเร็วและมุ่งตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศและทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

### ๓. เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์OTOP สู่ตลาดอาเซียน

การพัฒนาสินค้าข้าวแต่นและผู้ประกอบให้มีความสามารถในการปรับตัวทันต่อการปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถระดับประครองธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้ นโยบายการดำเนินงานส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น OTOP จึงจำเป็นต้องขับเคลื่อนโดยการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการและบูรณาการ การทำงานร่วมกันในทุกภาคส่วนในการมุ่งกระบวนการ การสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพก้าวสู่ตลาดอาเซียนและ ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาไปสู่สากล ต้องผ่านกระบวนการคุณภาพการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ให้อยู่ในระดับที่ ๔ ดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	วิธีการ
๑. Process: เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาระบบการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยมุ่งเน้นชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค</li> <li>- เชื่อมโยงเทคโนโลยี หรืองานวิจัยต่างๆ เพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต โดยการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเช่น จากเดิมมีการตากผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นกลางแจ้ง ทำให้มีแมลงและฝุ่นปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนวิธีการนำมาอบในห้องที่มีมิติ</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- ควบใ้ใจผู้บริโภคเป็นหลัก ตั้งแต่กระบวนการนำเข้าวัตถุดิบ จนถึง การส่งออก</li> <li>- ส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการละเมิด สิทธิรวมถึงส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อเป็น ประโยชน์ทางการตลาด</li> </ul>
<p>๒. Product: ยกระดับ มาตรฐานและการสร้าง มูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสริมสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า เช่น อาจแสดงถึง ความเป็นท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคุณค่า และสร้างความสนใจในตัวของสินค้าให้มากขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา</li> <li>- ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมและเชื่อมโยงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น บรรจุภัณฑ์ เป็นถุงผ้า เป็นต้น</li> <li>- เพิ่มความต้องการสินค้าในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น จากเดิมเป็นวงกลมเปลี่ยนเป็นแท่ง หรือข้าวแต่นโดนต์ เป็นต้น</li> <li>- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการ รับรองมาตรฐาน ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐาน เช่น อย., GMP., มผช., มอก., ฮาลาล</li> <li>- ส่งเสริมให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้ตราสินค้าระดับท้องถิ่นหรือจังหวัด เพื่อสร้างความ เชื่อมมั่นในคุณภาพมาตรฐานของสินค้า เช่น การใช้แบรนด์สินค้า เป็นของตนเองออกแบบให้สามารถใช้งานได้จริง เพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับ สินค้าของตนเอง</li> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ ลูกค้า</li> </ul>
<p>๓. People: การ เสริมสร้างองค์ความรู้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะพนักงาน/สมาชิกกลุ่ม ให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐาน ที่กำหนดและได้คุณภาพสม่ำเสมอ</li> <li>- กระตุ้นจิตสำนึกการมีคุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อการ ผลิต</li> <li>- ส่งเสริมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาสู่กระบวนการผลิตให้มีความ รวดเร็วมากขึ้น</li> <li>- ส่งเสริมความรู้และพัฒนาระบบการบริหารจัดการการผลิตให้มี ประสิทธิภาพเพื่อรองรับกับตลาด</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินการการผลิต เช่น ความรู้การบริหารการผลิต เช่น การตั้งราคา ภาษีและกฎระเบียบของธุรกรรมทางธุรกิจ</li> <li>- ใส่ใจพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวโน้มของอนาคตและสถานการณ์การแข่งขันของผู้บริโภค</li> </ul>
๔. Market: เพิ่มช่องทางการจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว รายการวิทยุ โทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงทั้งในระดับภายในท้องถิ่น</li> <li>- เชื่อมโยงสินค้ากับจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น โดยพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และศูนย์บริการการท่องเที่ยว</li> <li>- เพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ตออนไลน์ วิทยุและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ</li> <li>- จัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว งานเทศกาลใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น</li> <li>- ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น</li> </ul>
๕ . Community Cluster: เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น สร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อการผลิตสินค้า เครือข่ายชุมชนวัตถุดิบ เครือข่ายการตลาด และสมาคมต่างๆ</li> <li>- เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการทำแผนและสร้างแนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายพัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้</li> <li>- เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการและการประสานประโยชน์ของเครือข่ายสนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน</li> </ul>
<p><b>การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์</b></p> <p><b>๑. กิจกรรมด้านการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการพัฒนาทักษะในการวิจัยให้กับนิสิตในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ในการเรียนรู้วิธีการลงพื้นที่ในชุมชนร่วมกับนักวิจัย เพื่อให้ข้อมูลที่แท้จริง</li> <li>- มีการศึกษาร่วมกับคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์การพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม</li> </ul> <p><b>๒. กิจกรรมด้านชุมชน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถนำผลการศึกษาไปสะท้อนข้อมูลให้กับผู้ประกอบการข้าวแต๋น พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อนำไปสู่การคัดสรรเป็นสินค้าโอท็อป ระดับ ๕ ดาว ของพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง</li> <li>- สามารถนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยว</li> </ul>	

