

แนวทางการพัฒนากระบวนการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก
เพื่อความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน
Guidelines for the Development of Support Process from External Networks for the
Success of Community Enterprise Management

ขวัญสุปานันท์ พันธเกษม^{*1} และอภิศักดิ์ อีระวิสิทธิ์^{**2}

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

E-mail: khwansupanat.p@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการนำเสนอผล เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนผู้ประกอบการ OTOP ประเภทผ้า ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของคุณิพนธ์ เรื่อง “ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ใน 3 กลุ่มธุรกิจ ประกอบด้วย กลุ่มบ้านคำขวาง กลุ่มสมคิดผ้าฝ้าย อำเภอดงหลวง และกลุ่มบ้านสมพรรัตน์ ซึ่งดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์ใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม (focus group) จำนวน 4 ครั้ง เพื่อการจัดหาข้อมูลและประมวลสรุปผลการวิจัย ซึ่งผลการวิจัย พบว่า แนวทางสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนผู้ประกอบการ OTOP คือ การปรับปรุงการทำงานใน 4 ประเด็น เกี่ยวกับ 1) ระบบและกลไกการให้การสนับสนุน/พัฒนาธุรกิจ 2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) การสร้างโอกาสทางการตลาด

คำสำคัญ: ความยากจน ความเหลื่อมล้ำ ผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

Abstract

This article reports the result of analyzing the guidelines for tackling poverty and reducing inequality of household fabric OTOP operators in the provinces. The third objective of dissertation research entitled “Poverty and Inequality of One Tambon One Product Household Enterprises” particularly in Ban Kam-kwang Weaving Group, Somkid Cotton Weaving Group, and Ban Sompornrat Weaving Group. The focus group discussion technique was applied for 4 times. The research finding indicated that four important guidelines to develop community enterprise feasibly leading to the reduction of poverty and inequality among OTOP household entrepreneurs were: 1) System and mechanism of business support or business development, 2) Entrepreneurship development, 3) Product development, and 4) Marketing opportunity building.

Keywords: Poverty, Lnequality, OTOP Community Entrepreneurs

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ในปี พ.ศ. 2544 โดยมุ่งให้เป็นกลไกที่สำคัญประการหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ไขปัญหาความยากจน สร้างงานสร้างอาชีพ ส่งเสริมให้เกิดรายได้จากเศรษฐกิจฐานรากในระดับ

ชุมชน และสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นโดยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีการสร้างเอกลักษณ์เป็นการเฉพาะของตนเอง รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการยกระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้เป็นที่ยอมรับได้ใน

ระดับสากลตลอดจนการสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันในระดับระหว่างผู้ผลิตสินค้าให้เป็นเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้มีความสามารถการบริหารจัดการตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้วิสาหกิจ OTOP สามารถที่จะต่อยอดเติบโตไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อไปในอนาคตและมีขีดความสามารถการแข่งขันที่จะส่งสินค้าออกสู่ตลาดโลกได้ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ แมเนจเม้นท์ จำกัด 2558)

แนวทางและรูปแบบการทำงานของโครงการ OTOP มีต้นแบบมาจากโครงการ One Village One Product (OVOP) เมืองโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ที่พัฒนาขึ้นบนฐานคิดให้แต่ละชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า นำเอาทรัพยากรท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการโดยมีรัฐบาลให้ความช่วยเหลือด้านความรู้และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยระบบเครือข่ายร้านค้าและอินเทอร์เน็ต และเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ โครงการ OTOP จึงเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลที่มีหลักการพื้นฐาน 3 ประเด็น คือ (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) (2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) และ (3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) บนพื้นฐานวัตถุประสงค์ 5 ประการคือ 1) สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน 2) สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ให้ชุมชนสามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น 3) เพื่อดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในแต่ละระดับ 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (นัทธมน ธีระกุล อารี วิบูลย์พงศ์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ 2551)

เนื่องจากเป็นโครงการที่รัฐบาลให้ความสำคัญและคาดหวังในความสำเร็จอย่างมาก จึงมีการวางระบบการบริหารจัดการและระดมการมีส่วนร่วมจากกรม กระทรวง ต่างๆ อย่างมากมาย ดังเช่น หลังจากการแถลงนโยบายของรัฐบาลต่อรัฐสภาแล้ว ได้มีการออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่

2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติหรือเรียกโดยย่อว่า “กอน.ตผ” มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์ การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้ง สนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพและได้เริ่มจัดสรรงบประมาณผ่านกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นครั้งแรกในปีงบประมาณ 2546 จากนั้นได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการอีก 9 คณะกรรมการ ประกอบด้วย คณะกรรมการ 1) จัดทำแผนงานและงบประมาณ 2) ส่งเสริมการผลิต 3) กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ 4) ส่งเสริมการตลาด 5) วิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี 6) ประชาสัมพันธ์ 7) ติดตามประเมินผล 8) วิเทศสัมพันธ์ และ 9) หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดและอำเภอ/กิ่งอำเภอ และกำหนดให้ กรม กระทรวง สำนักงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบดำเนินกิจกรรมของโครงการ อย่างชัดเจน ส่วนงานที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) กรมการพัฒนาชุมชน 2) กระทรวงมหาดไทย 3) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์ 4) กระทรวงพาณิชย์ 5) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 6) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 7) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 8) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 9) สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี 10) หน่วยงานอื่นๆ เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยกรมวิทยาศาสตร์บริการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงคมนาคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และ กระทรวงสาธารณสุข (สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ แมเนจเม้นท์ จำกัด 2558)

อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุที่เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาล นโยบายจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามรัฐบาล และ/หรือผู้ออกนโยบาย ดังนั้นในช่วงที่รัฐบาลที่เป็นผู้ออกนโยบาย OTOP ได้บริหารประเทศก็ย่อมมีผลทำให้โครงการได้รับความสำคัญในลำดับสูง ได้รับการจัดสรรทรัพยากร และการดูแลจัดการอย่างเพียงพอ แต่ในทางตรงกันข้าม เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลเป็นอีกด้านหนึ่ง โครงการ

ดังกล่าวอาจไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร หรือมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานไปจากแนวทางเดิม จากสภาพการณ์ดังกล่าวรวมทั้งปัญหาจากที่ไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศไทยในบางช่วงเวลา จึงมีผลทำให้การดำเนินงานโครงการ OTOP ขาดความต่อเนื่องในบางช่วงระยะเวลาส่งผลให้การแก้ไขความยากจนและความเหลื่อมล้ำด้วยโครงการนี้ไม่สามารถบรรลุผลอย่างชัดเจน ดังที่ผู้วิจัยได้ค้นพบเป็นคำตอบจากการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2 ที่ศึกษาสภาพความยากจนและความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนผู้ประกอบการใน 3 กลุ่มธุรกิจที่เป็นพื้นที่วิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น สอดคล้องกับผลประเมินของสำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด (2558) ที่พบว่าความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ OTOP ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางจึงมีคำถามที่ควรเร่งหาคำตอบเพื่อผลการพัฒนาโครงการ (ที่คาดหวังว่ายังคงจะต้องดำเนินการพัฒนาต่อไปอีก) ว่าการดำเนินโครงการที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการให้การสนับสนุนแก่กลุ่มธุรกิจในพื้นที่ จากเครือข่ายต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีจุดอ่อน หรือมีปัญหาอย่างไรบ้าง และแนวทางการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่อาจนำไปสู่การกำหนดนโยบายเพื่อการดำเนินโครงการนี้ควรเป็นอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนผู้ประกอบการ OTOP ประเภทผ้า ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย

1.1) สถานการณ์ความยากจน

ความยากจนยังคงเป็นอุปสรรคและปัญหาสำคัญที่ประชาชนจำนวนไม่น้อยในโลกนี้ต้องเผชิญอยู่โดยในปีพ. ศ. 2556 มีประชาชนประมาณ 2.47 พันล้านคน มีรายได้ไม่เกิน 2 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาในทวีปแอฟริกาและเอเชีย ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรยากจน ได้ลดลงจาก 2.59 พันล้าน เหลือ 2.47 พันล้านระหว่าง 1981 และ 2013 (Hussain M. D., Bhuiyan A B. และ Bakar R. 2014)

สำหรับประเทศไทย ความยากจนโดยรวมในประเทศไทยลดลงโดยสัดส่วนคนจนลดลงจากร้อยละ 10.53 ของประชากรทั้งประเทศ ในปี 2557 เหลือร้อยละ 7.2 หรือมีจำนวนคนจน 4.8 ล้านคน ในปี 2558 อย่างไรก็ตาม เมื่อรวม “คนจน” กับ “คนเกือบจน” ก็จะมีประมาณ 10.4 ล้านคนหรือร้อยละ 15.5 ของประชากรทั้งหมดซึ่งบ่งชี้ได้ว่าความยากจนยังคงเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทยส่วนเมื่อพิจารณาที่ช่องว่างความยากจน (Poverty gap) ก็พบว่าช่องว่างลดลงจากร้อยละ 9.66 ในปี 2541 เหลือร้อยละ 1.14 และความรุนแรงของปัญหาความยากจนลดลงจากร้อยละ 3.41 เหลือร้อยละ 0.3 ทั้งนี้ ความยากจนยังคงกระจุกตัวหนาแน่นอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคเหนือ โดยมีสัดส่วนคนจนเป็นร้อยละ 10.30 9.92 และ 8.78 ของประชากรในภาคตามลำดับ เนื่องจากประชาชนในภูมิภาคดังกล่าวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำ มีอาชีพหลักอยู่ในภาคการเกษตรและเป็นแรงงานนอกระบบในสัดส่วนที่สูง เมื่อเทียบสัดส่วนระหว่างเขตชนบทกับเขตเมืองก็พบว่าความยากจนยังคงกระจุกตัวหนาแน่นอยู่ในเขตชนบท ซึ่งมีสัดส่วนคนจนถึงร้อยละ 8.91 เทียบกับร้อยละ 5.49 ในเขตเมือง สาเหตุของความยากจนในเขตชนบทที่สำคัญคือการขาดการเข้าถึงบริการทางสังคม สาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานทั้งสถานศึกษา สถานพยาบาล และอื่นๆ สำหรับจังหวัดที่มีสัดส่วนคนจนสูงสุด 10 ลำดับแรก คือ ปัตตานี แม่ฮ่องสอน ตาก บุรีรัมย์ ยะลา น่าน ชัยนาท นครราชสีมาพินิจ์ และกาญจนบุรี ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานয়รัฐมนตรี [สศช.] 2559)

1.2) สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำ

ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ในปี 2558 ปัญหาการกระจายรายได้ของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยความเหลื่อมล้ำด้านรายได้หรือการกระจายรายได้มีแนวโน้มดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งสะท้อนจากค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini coefficient) ด้านรายได้ที่เท่ากับ 0.445 เทียบกับปี พ.ศ. 2556 ที่เท่ากับ 0.465 อย่างไรก็ตาม รายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มคนรวยที่สุด 10% ซึ่งถือครองรายได้สูงถึง 35% ของรายได้ทั้งหมดขณะที่กลุ่มคนจนที่สุด 10% ถือครองรายได้เพียง 1.6% ของรายได้ทั้งหมดเท่านั้น จึงทำให้ความแตกต่างของรายได้ระหว่างกลุ่มคนรวยที่สุดกับกลุ่มคนจนที่สุดห่างกันประมาณ 22 เท่า ดังนั้นการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ

ด้านสังคม และด้านอื่นๆ จะต้องมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย ประชากรในระดับล่างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาทาง เศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาความ เหลื่อมล้ำเมื่อพิจารณาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในระดับ พื้นที่ พบว่า ในเขตเมืองและเขตชนบทมีความเหลื่อมล้ำด้าน รายได้ไม่แตกต่างกันมาก โดย ปี 2558 ค่าสัมประสิทธิ์ความ ไม่เสมอภาค ด้านรายได้ เขตเมือง เท่ากับ 0.434 เขตชนบท เท่ากับ 0.412 เมื่อพิจารณารายภาค พบว่า ภาคใต้มีปัญหา ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้มากที่สุด รองลงมาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้าน รายได้ เท่ากับ 0.451 และ 0.432 ตามลำดับ (สศช. 2559)

2) การดำเนินการแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ

2.1) การแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำตามแนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน

แนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน (Sustainable livelihoods approach) เกิดขึ้นครั้งแรก โดย Brundtland คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา แนะนำว่าเป็นวิธีการเชื่อมโยงการพิจารณาทางเศรษฐกิจ และนิเวศวิทยาทางสังคมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและ โครงสร้าง และจากการประชุมสหประชาชาติเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา เมื่อปี ค.ศ. 1992 ได้มีการสนับสนุนแนวคิดว่าการมีวิถีชีวิตอย่างยั่งยืนเป็น เป้าหมายสำคัญในการจัดการความยากจนเพราะแนวคิด การดำรงชีวิตที่ยั่งยืนสามารถใช้เป็นปัจจัยการบูรณาการ ที่จะช่วยให้แผนนโยบายการพัฒนาการจัดการทรัพยากรอย่าง ยั่งยืนและการกำจัดความยากจนเกิดขึ้นได้พร้อมๆ กัน นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความยากจนสาม ประการที่ช่วยสนับสนุนแนวทางการลดความยากจนด้วย แนวทางการดำรงชีพอย่างยั่งยืน ประการแรกคือการ ตระหนักว่าในขณะที่การเติบโตทางเศรษฐกิจอาจเป็น สิ่งจำเป็นสำหรับการลดความยากจน แต่ก็ไม่มีข้อมูล เชิงประจักษ์ที่ยืนยันความสัมพันธ์ของ 2 ประเด็นนี้ที่ชัดเจน เพราะทุกอย่างขึ้นอยู่กับความสามารถของคนที่จะใช้ ประโยชน์การขยายโอกาสทางเศรษฐกิจประการที่สองมี ข้อมูลสนับสนุนว่าความยากจนตามความคิดของคนจนเอง ไม่ได้เป็นเพียงแค่ปัญหาเกี่ยวกับรายได้เท่านั้น แต่รวมถึง ปัญหาอื่นๆ เช่น สุขภาพไม่ดีขึ้นไม่รู้หนังสือขาดบริการทาง สังคม ฯลฯ รวมทั้งสถานะของความอ่อนแอและความรู้สึก ของความไร้อำนาจโดยทั่วไปด้วย และประการสุดท้าย เป็นที่ยอมรับว่าคนจนมักรู้จักสถานการณ์และความต้องการ

ของตนเองดีที่สุด ดังนั้นการได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ นโยบายและโครงการย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของการแก้ ปัญหาได้มากขึ้น (Krantz, 2001)

สำหรับความหมายของคำ “การดำรงชีพ” Chambers และ Conway ให้ความหมายไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 ว่า ประกอบด้วยความสามารถสินทรัพย์ และกิจกรรม ที่จำเป็นสำหรับวิถีชีวิต และ “การดำรงชีพอย่างยั่งยืน” หมายถึง การแสดงออกถึงศักยภาพในการต่อสู้หรือรับมือ กับความตึงเครียดหรือผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยสามารถดำรง ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ หรือความมั่นคงของระบบ นิเวศน์ ทรัพยากรธรรมชาติ และความเสมอภาคในสังคม ซึ่งเป็นการให้โอกาสในการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนสำหรับคน รุ่นต่อไป หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึงความสามารถที่จะมีชีวิต อยู่และปรับปรุงคุณภาพชีวิตของตนที่ไม่สร้างความเดือด ร้อนต่อวิถีชีวิตอื่นๆ ในระดับท้องถิ่นระดับโลกและในระยะ สั้นและระยะยาว (Solesbury 2003)

หน่วยงานสำคัญที่ยอมรับเอาแนวทางการ ดำรงชีพอย่างยั่งยืนไปใช้เพื่อการขจัดปัญหาความยากจน คือ Department for International Development (DFID) โดยกำหนดหนึ่งในสามของวัตถุประสงค์ที่เฉพาะ เจาะจงที่ออกแบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดการ ความยากจนคือการมุ่งมั่นในนโยบายและวิธีการดำเนินการ ที่ส่งเสริมให้เกิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน (Carney et al. 1999 อ้างถึงใน Krantz 2001) ทั้งนี้ หลักการพื้นฐานที่ DF ID ระบุว่า เป็นรากฐานของแนวทางพัฒนาการดำรงชีพ อย่างยั่งยืน อาศัยแนวความคิดหลัก 6 ประการ (Ashley & Carney 1999) ประกอบด้วย (1) คนเป็นศูนย์กลาง (2) การ ตอบสนองและการมีส่วนร่วม (3) มีการดำเนินการในหลาย ระดับ (4) มีการดำเนินการร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน (5) มีความยั่งยืนในมิติที่สำคัญ ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สถาบัน สังคม และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และ (6) ความเป็นพลวัต

ในการดำเนินการเพื่อขจัดปัญหาความยากจน ของ DFID ตามบทบาทที่กล่าวข้างต้น DFID ได้สร้างกรอบ แสดงความสัมพันธ์ของ 5 องค์ประกอบ (DFID 1999) ประกอบด้วย (1) บริบทด้านความอ่อนแอ ไม่แน่นอน หรือ ความเสี่ยงและความเปราะบาง ซึ่งเป็นภาวะที่เกิดขึ้นและ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อทรัพย์สิน หรือ ต้นทุนในการดำรง ชีวิตและผลลัพธ์จากวิถีการดำเนินชีวิต (2) ทรัพย์สิน/ต้นทุน ในการดำรงชีวิต ที่ถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นต้นทุนที่จะนำมาใช้ในการดำรงชีพ ซึ่งมี

5 ประเภท ประกอบด้วย ต้นทุนมนุษย์ ต้นทุนธรรมชาติ ต้นทุนการเงิน ต้นทุนกายภาพ และ ต้นทุนสังคม (3) การเปลี่ยนผ่านโครงสร้างและกระบวนการ (4) ยุทธวิธีการดำรงชีพ และ (5) ผลลัพธ์หมายถึงผลได้ที่เกิดจากการเลือกวิถีหรือยุทธวิธีในการดำเนินชีวิตซึ่งแสดงออกถึงการดำรงชีพอย่างยั่งยืนได้แก่การมีรายได้เพิ่มขึ้น การเพิ่มการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การลดความอ่อนแอ การเพิ่มความมั่นคงด้านอาหาร และการเกิดความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

2.2) กลไกการดำเนินงาน สนับสนุนธุรกิจ OTOP ในพื้นที่ศึกษา

เช่นเดียวกับการดำเนินการในภาพรวมของประเทศ การดำเนินงานโครงการ OTOP ในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มธุรกิจ OTOP ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นทางการกับกรมการพัฒนาชุมชน ทุกกลุ่มจะได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด หอการค้าจังหวัด สถานศึกษา ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน และสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี) โดยกิจกรรมที่ปฏิบัติมาก ได้แก่ การเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำ การพัฒนาผู้ประกอบการ พัฒนาทักษะการผลิต (ทอผ้า ตัดเย็บ ฯลฯ) การออกแบบลวดลาย การเพิ่มผลิตภัณฑ์ การจัดทำบัญชี การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ แนะนำการจดสิทธิบัตร การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนงบประมาณ การหาและเพิ่มช่องทางการตลาด การคัดสรรผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มธุรกิจ OTOP บ้านสมพรรัตนที่อยู่ใโครงการศูนย์ศิลปาชีพ จะมีหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ต้องปฏิบัติร่วมที่สำคัญอีก 2 หน่วยงาน ได้แก่ กองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 6 สนับสนุนบุคลากร เพื่อช่วยกำกับดูแลกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สนับสนุนงบประมาณการฝึกอบรม วิทยากร การศึกษา ดูงาน การจัดจำหน่ายผ้า การเข้าแข่งขันการสาวไหม การย้อมเส้นไหม การคัดสรรสุดยอดผ้าไหมทั้งระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เป็นต้น และศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ จังหวัดอุบลราชธานี ช่วยจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้ผลิตเส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสานใต้ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพสินค้าไหมไทย ภายใต้เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตรวจสอบกระบวนการทอผ้าให้ได้มาตรฐานเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมอบพันธุ์ไหมใหม่ให้กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและมอบอุปกรณ์การทอผ้าให้กับกลุ่มทอผ้า

อย่างไรก็ตามเมื่อได้ติดตามความสำเร็จในการดำเนินโครงการในพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่าความสำเร็จของการดำเนินงานในการเพิ่มรายได้ เพื่อการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำยังไม่ชัดเจน เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมและผลการดำเนินงานยังมีการขึ้น-ลง ไม่คงที่ รวมทั้งสมาชิกส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการยังรู้สึกว้าวนของครัวเรือนของตนเองยังอยู่ในสภาพเดิมๆ แต่สำหรับครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกไม่มากและส่วนใหญ่อยู่ในวัยแรงงานจะระบุว่ารายได้และการดำรงชีพมีแนวโน้มดีขึ้น ส่วนครัวเรือนที่มีสมาชิกจำนวนมากและ/หรือสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมากจะระบุว่า การประกอบอาชีพ รายได้และการดำรงชีพมีแนวโน้มแย่ลง

2.3) ผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จและล้มเหลวของ SMEs

เนื่องจากธุรกิจ SMEs ยังคงเป็นช่องทางสำคัญในการเพิ่มรายได้แก่ชุมชนฐานรากที่รัฐบาลไทย (2559a) และประเทศต่างๆ ทั้งในแถบเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และรัสเซีย ยังคงใช้อยู่ (Pletnev & Barkhatov 2016) ดังนั้นการศึกษาแนวทางเพื่อการยกระดับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินธุรกิจ SMEs จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจ บทความนี้จึงเสนอตัวอย่างการศึกษาเพียงบางงาน ดังนี้

ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทุกธุรกิจมีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีการคัดเลือกสมาชิกเป็นคนในพื้นที่และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอดความรู้แบบไม่เป็นทางการ มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสดและเงินเชื่อ ใช้แหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น มีการตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน ทุกธุรกิจมีการทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสมและบัญชีครัวเรือน ลูกค้าหลักคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ลูกค้านอกคือผู้บริโภคในพื้นที่ ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน มีช่องทางการจำหน่ายตั้งแต่ 1-10 ช่องทางและทุกธุรกิจใช้การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

สุชาติ จรประดิษฐ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้า

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาว ในประเทศไทยผลการศึกษพบว่า เมื่อจำแนกตามกลุ่มสินค้าทั้งประเภทอุปโภคและบริโภคของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความยากต่อการลอกเลียนแบบมีผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาด ส่วนความมีเอกลักษณ์ของสินค้า และด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นมีผลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า สำหรับสินค้าอุปโภคนั้น ด้านการขายได้ราคายังมีผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดอีกด้วย เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมปัจจัยของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทุกด้านมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาด ส่วนการศึกษาเรื่องปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับกลุ่มสินค้าบริโภค และอุปโภค พบว่าปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดคือ ปัจจัยด้านความต้องการสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่า สำหรับสินค้าอุปโภคนั้น ปัจจัยด้านเทคโนโลยียังมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดแต่กลับมีผลทางอ้อมสำหรับสินค้าบริโภค ส่วนปัจจัยที่มีผลทางอ้อมได้แก่ด้านการท่องเที่ยวทั้งสินค้าบริโภคและอุปโภคหากพิจารณาโดยภาพรวมทุกด้าน พบว่าปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาด สำหรับการศึกษาปัจจัยของคุณลักษณะผู้ประกอบการพบว่า ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการ มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในทิศทางเดียวกัน

เพื่อการพัฒนาารูปแบบ วิธีดำเนินงานธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จสูงขึ้น มีนักวิจัยหลายคน เช่น เอนก เหลาโชติ (2547) จุมพล หนีพานิข และบุญศรี พรหมมาพันธุ์ (2548) นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ รังสรรค์ สิงห์เลิศ และสมสงวน ปัสสาโก (2552) สุรภา ธนุสรณ์ระ จันทะเสนา และสอาด บรรเจิดฤทธิ์ (2553) และ รสตา เวชฎาพันธุ์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ (2555) ได้ดำเนินการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ซึ่งสามารถประมวลสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จประกอบ 12 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผู้นำ 2) กระบวนการบริหารแรงงาน 3) กระบวนการผลิต 4) เงินทุน 5) การตลาด 6) การบริหาร และจัดการ 7) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8) ระเบียบข้อบังคับขององค์กร 9) การมีส่วนร่วมของสมาชิก 10) การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก 11) การจัดสวัสดิการชุมชน และ 12) การดำเนินงานตามระบบเศรษฐกิจพอเพียง

วิธีดำเนินการวิจัย

1) แบบของการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่มประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ/เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เป็นพี่เลี้ยงกลุ่ม กลุ่มทอผ้าบ้านคำขวาง กลุ่มทอผ้าสมคิดผ้าฝ้าย กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านสมพรรัตน์ จำนวนกลุ่มละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 30 คนและกลุ่มนักวิชาการจากหน่วยงานสนับสนุนในจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วยสำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ศูนย์หม่อนไหม เฉลิมพระเกียรติฯ อุบลราชธานี หอการค้าจังหวัด มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวนรวม 12 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1) จัดเวทีสนทนากลุ่ม ในหมู่บ้านที่ตั้งกลุ่มเป็นรายกลุ่มธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจที่ผ่านมาให้ที่ประชุมพิจารณาความถูกต้องและความเป็นจริง จากนั้นมีคำถามหลักเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและการได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และคำถามที่จะหาคำตอบที่เกี่ยวกับการใช้กระบวนการพัฒนาธุรกิจ OTOP เพื่อลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน เช่น การพัฒนาทุนการดำรงชีพที่มีสภาพ/ผลที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา อุปสรรค ความต้องการ และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ OTOP การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรับรองมาตรฐาน และการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา และการสร้างโอกาสทางการตลาดของสินค้า OTOP

3.2) เมื่อได้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มทั้ง 3 ครั้งผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจ OTOP ประเภทประเภทผ้าจังหวัดอุบลราชธานีนำเสนอต่อเวทีสนทนากลุ่มนักวิชาการในข้อ 3.3)

3.3) จัดเวทีสนทนากลุ่มด้านวิชาการ โดยผู้เข้าร่วมเวทีเป็นนักวิชาการ เพื่อจัดทำข้อสรุปแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าจังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

เน้นการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา หมวดหมู่ของข้อมูล การเปรียบเทียบความเห็นพ้องและความเห็นแตกต่าง การอธิบายความเชื่อมโยงสัมพันธ์ โดยเฉพาะที่จะสามารถสรุปเป็นประเด็นความเห็นร่วมของกลุ่ม

สรุปผลการวิจัย

ข้อสรุปจากเวทีสนทนากลุ่มด้านวิชาการ มีข้อสรุปประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจประเภทผ้า ดังนี้

1) การประมวลสรุปข้อมูลจากกิจกรรมการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ OTOP ที่ผ่านมา กลุ่มธุรกิจที่เป็นเป้าหมายศึกษาสะท้อนว่า หน่วยงานที่สนับสนุนช่วยเหลือเน้นกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ ในรูปแบบการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาแนะนำโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพราะเชื่อว่ากระบวนการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการตลาด เพื่อให้ราษฎรมีรายได้เพิ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำได้ แต่เนื่องจากกระบวนการดำเนินงานสนับสนุนนั้นยังขาดความต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังขาดการใช้ข้อมูลศักยภาพจริงของกลุ่มธุรกิจเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ ที่มีความแตกต่างของความรู้ ความสามารถและทักษะของผู้บริหาร สมาชิกผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เวลาและความร่วมมือของสมาชิกกลุ่ม ดังนั้นความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาที่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากที่ปรึกษาและวิทยากร ที่เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการตลาด ที่มีบ้างก็มักเป็นความสำเร็จเพียงชั่วคราว ไม่ยั่งยืน นอกจากนี้ในบางครั้งการสนับสนุนช่วยเหลือมักใช้ข้อมูลพื้นฐานหรือการมองปัญหาอย่างแยกส่วน การให้ความช่วยเหลือสนับสนุนจะแก้ไขได้เฉพาะส่วน ไม่เชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ จึงส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาใหม่อยู่เสมอๆ และปัญหาสำคัญที่ตามมาจากการดำเนินกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ก็คือ

ความกระตือรือร้นของสมาชิกที่จะเข้าร่วมโครงการก็จะค่อยๆ หายไป ความร่วมมือในกลุ่มลดลงความเข้มแข็งลดลง ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอ่อนแอลงด้วย

2) ข้อเสนอเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจ OTOP เพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน มี 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1) การพัฒนาระบบและกลไกการให้การสนับสนุน/พัฒนาธุรกิจ : ควรมีการศึกษาวิจัย และ/หรือการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละกลุ่มธุรกิจ อาทิ พัฒนาการของกลุ่ม ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา สภาพปัจจุบันของศักยภาพ การประกอบการ ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ทักษะการผลิต คุณภาพ มาตรฐานของผลผลิต ตลาด และการจำหน่าย ปัญหา อุปสรรคที่ต้องเร่งแก้ไข ฯลฯ เพื่อให้สามารถจัดทำแผนให้การสนับสนุน ที่มีเป้าหมายและกิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาที่เน้นการประสานความร่วมมือจากส่วนงานที่หน้าที่ และ/หรือทักษะความชำนาญการทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ ให้กลุ่มธุรกิจประเภทผ้าได้รับการพัฒนาทั้งด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการจัดจำหน่าย มีการกระจายรายได้มากขึ้น สามารถลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำได้จริง

2.2) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ: ดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาที่จัดทำตามแนวทางที่เสนอตาม 1) โดยให้ความสำคัญกับประโยชน์ ความต้องการ การมีส่วนร่วม (ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมตัดสินใจ) และความตระหนักด้านความรับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีความหลากหลายในชุมชนเป็นที่ตั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ ลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำของครัวเรือนสมาชิก

2.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ : ควรสนับสนุนการศึกษารวบรวมและสร้างคลังความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเน้นการพัฒนา และ/หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความชัดเจน และ/หรือ ลดขั้นตอนระยะเวลา จนสมาชิกกลุ่มธุรกิจสามารถขอการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน และ/หรือรับรองภายใต้เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จะนำไปสู่การกำหนดราคา และ/หรือการมีอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ที่จะทำให้มีรายได้ที่นำไปสู่การลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำได้

2.4) การสร้างโอกาสทางการตลาด : ควรให้การสนับสนุนการเพิ่มตลาด/สถานที่จำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้น เช่น จัดให้มีตลาดสินค้าชุมชนในชุมชน

ต่างๆ จัดตั้งศูนย์แสดงสินค้า OTOP ประจำจังหวัด ประสานส่วนราชการ ห้างสรรพสินค้า และเร่งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ OTOP กับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และโรงแรมที่พักในจังหวัดเพื่ออำนวยความสะดวกที่จำหน่ายสินค้า รวมทั้งคณะอนุกรรมการ OTOP ระดับจังหวัดหรือหน่วยงานภาครัฐควรอนุเคราะห์ประสานความร่วมมือให้ภาคธุรกิจ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานบริการ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ เพิ่มการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผลิตขึ้นภายในจังหวัดสำหรับให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้มีการเพิ่มยอดขาย เป็นการเพิ่มรายได้ที่นำไปสู่การลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำได้อีกทางหนึ่ง

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากที่พบว่าในการดำเนินการสนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐและ/หรือหน่วยงานภายนอกที่ผ่านมาขาดความต่อเนื่อง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา พิศาลบุตร (2557) ที่ศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าปัญหาสำคัญที่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง 5 ลำดับแรก เมื่อเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ภาครัฐไม่ค่อยดูแลช่วยเหลือปล่อยให้กรรมการบริหารกันเอง ขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและวิสาหกิจชุมชน งบประมาณสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของรัฐไม่เพียงพอ ภาครัฐให้เงินทุนกู้ยืมกับ วิสาหกิจชุมชนไม่ต่อเนื่อง ภาครัฐไม่มีการฝึกอบรมให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐไม่เข้ามาช่วยวิสาหกิจชุมชนในการขยายตลาดให้กว้างขึ้น ส่วนประเด็นที่มีจุดอ่อนในแง่การไม่ใช้ข้อมูลสนับสนุนที่ถูกต้องและเพียงพอจึงมีผลให้การจัดทำแผนสนับสนุนการดำเนินงานไม่ตรงและไม่สอดคล้องกับความต้องการ หน่วยงานสนับสนุนจึงควรต้องปรับปรุงการดำเนินงานดังที่ UNDP (United Nations Development Programme, 2556) ได้สรุปประสบการณ์จากการดำเนิน งานพัฒนาในประเทศเบนิน กานา เคนยา และตูนิเซีย ว่าการรวบรวมข้อมูลและวางแผนการสนทนากับกลุ่มเป้าหมายเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่จะทำให้ให้แน่ใจว่ากิจกรรมที่จะดำเนินการจะเหมาะสมกับท้องถิ่น อยู่ในความสามารถของชุมชนและสถาบันท้องถิ่นในการผลิต การแปรรูป การพัฒนาองค์กรและการตลาด นอกจากนี้การใช้ข้อมูลที่สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทจะช่วยสร้างความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเต็มใจอีกด้วย

2. จากข้อเสนอการพัฒนาระบบและกลไกการให้การสนับสนุน/พัฒนาธุรกิจ ว่าควรมีการศึกษาวิจัย และ/หรือการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละกลุ่มธุรกิจ นั้นสอดคล้องกับที่ การติ เลียวไพโรจน์ และภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช (2556) เสนอเป็นบทสรุปผู้บริหารในการวิจัยแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มว่าผู้ประกอบการ SME ยังต้องพัฒนาเรื่องการสร้างและเก็บข้อมูล ลูกค้า และแบรนด์ของสินค้าในภาพรวม เพราะยังขาดความรู้เกี่ยวกับโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับต่างประเทศทำให้การเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจยังประสบความสำเร็จไม่เต็มที่ นอกจากนี้ ข้อมูล รสนิยมการบริโภคภายในประเทศและนอกประเทศยังไม่มีกรรวบรวมอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้ประกอบการขาดข้อมูลในการตัดสินใจพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวางกลยุทธ์

3. จากข้อเสนอที่ให้มีการพัฒนาด้านการตลาด ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับข้อเสนอในรายงานวิจัยของสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง สศช. (2556) ในประเด็นศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนกรณีศึกษาขนมไทยภาคกลางที่เสนอให้ภาครัฐให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการตลาดที่มี โอกาสพบลูกค้า ที่เกินกำลังของผู้ประกอบการชุมชนจะจัดได้เอง ทั้งการจัด Road show และการแสดงในงานเทศกาลต่างๆ ในต่างประเทศ และสอดคล้องกับที่ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) เสนอว่าหน่วยงานภาครัฐจะต้องจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวร สำหรับวิสาหกิจชุมชนประจำจังหวัด โดยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำสินค้าของตนมา แสดงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ประกอบด้วย ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจ ครอบครัวสมาชิกกลุ่มธุรกิจ นักวิชาการ/เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เป็นพี่เลี้ยง และกลุ่มนักวิชาการจากส่วนงานต่างๆ ที่กรุณาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มอย่างครอบคลุมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การนำเสนอบทความวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- การดี เลียวไพโรจน์ และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช. **แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม**. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. **การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน กรณีศึกษาชนบทไทยภาคกลาง**. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556.
- _____. **รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทยปี 2558**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559.
- จุมพล หินนิพานิช และบุญศรี พรหมมาพันธ์. **รายงานการวิจัย บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2548.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลา**. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 10, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2557): 97-122.
- นัทธมน อีระกุล, อารี วิบูลย์พงศ์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. **กระบวนการพึ่งตนเองของชุมชนเกษตรสู่ OVOP และบทเรียนสำหรับ OTOP ไทย**. เอกสารประกอบการบรรยายในงานประชุมและสัมมนาวิชาการประจำปี 2548; ระหว่างวันที่ 23-24 กันยายน 2548 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จ.เชียงใหม่.
- นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์, รังสรรค์ สิงห์เลิศ และสมสงวน ปัสสาโก. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 4, 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2553): 103-111.
- ปิยะดา พิศาลบุตร. **กลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ออนไลน์) 2557 (อ้างเมื่อ 23 กรกฎาคม 2560).จาก <http://ird.stou.ac.th/dbresearch/fDetail.php?fid=138>
- วิภาดา มุกดา. **แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก**. วารสารวิจัย มสท. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10, 1 (มกราคม-เมษายน 2557) : 187-205.
- วิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัทเอ็กเซลเลนท์ บิสิเนสแมเนจเม้นท์ จำกัด, สำนัก. **รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการติดตามประเมินผลการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการติดตามประเมินผลนโยบายของรัฐบาล**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558.
- รสดา เวชภูพานธุ์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ. **แนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคกลาง**. เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 50 ; วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2555 ; กรุงเทพมหานคร.
- ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. **ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในจังหวัดเชียงใหม่:กรณีศึกษาอำเภอสันทราย**. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 7, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2555): 82-105.
- สมชัย จิตสุชน และ จิราภรณ์ แผลงประพันธ์. **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาประเด็นเชิงนโยบายด้านความยากจนและการกระจายรายได้**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2556.
- สุชาติ จรประดิษฐ์. **อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย**. วารสารสุทธิปริทัศน์. 28, 88 (ตุลาคม-ธันวาคม 2557): 170-195.

- สุรภา อนุสร, ฉันทะ จันทะเสนา และสอาด บรรเจิดฤทธิ์. ความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 3, 3 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2553): 41-54.
- เอนก เหลาโชติ. **การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2547.
- Ashley, C. and Carney, D. **Sustainable Livelihoods: Lessons from early experience**. Department for International Development. 1999.(Cite 2017 May 23). Available from: <https://www.librarything.com/>
- Bird K. Hattel K. Sasaki E. & Attapich L. **Poverty, Income Inequality, and Microfinance in Thailand**. (Cite 2017 May 23). Available from: <https://www.adb.org/>
- Department for International Development (DFID). **Sustainable Livelihoods Guidance Sheets**, 1999. (Cite 2017 June 13). Available from: <http://www.eldis.org/vfile/>
- Hussain M D. Bhuiyan A B. & Bakar R. Entrepreneurship Development and Poverty Alleviation: An Empirical Review. **Journal of Asian Scientific Research**, ,4,10 (August 2014): 557-573.
- Krantz, L. **The Sustainable Livelihood Approach to Poverty Reduction. An Introduction**. Swedish International Development Cooperation Agency, 2001. (Cite 2017 June 13). Available from: https://www.researchgate.net/.../269576058_The_sustainable_livelihood
- Pletnev D.& Barkhatov V. Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia and Social Responsibility of Managers. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. 221 (June 2016): 185–193.
- Solesbury, W. **Sustainable Livelihoods: A Case Study of the Evolution of DFID Policy**. 2003. (Cite 2017 June 13). Available from:<http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC14919.pdf>
- United Nations Development Programme. **Promoting Sustainable Livelihoods, Reducing Vulnerability and Building Resilience in the Drylands : Lessons from the UNDP Integrated Drylands Development Programme 2013**. (Cite 2017 June 13). Available from: <http://www.undp.org/>