

รายงานผลการวิจัย

**การศึกษาสภาพการผลิตและการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (จังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา)**

Study of Production and Selling of One Tambon One Product  
in Songkhla Lake Basin.(Nakonsrithammarat, Pattalung and Songkhla Province)\*

อังคณา ธรรมสังการ\*\*

ปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้าน  
การพัฒนาอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม สังคม  
ชนบทมีความห่างไกลความเจริญทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ชาว  
ชนบทที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมยังคงมีฐานะยากจนจำนวนมาก  
เป็นผลให้รัฐบาลทุกยุคสมัยมีนโยบายเร่งรัดกระจายความเจริญ  
ทางเศรษฐกิจไปสู่ชนบท โดยการมุ่งส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมและ  
อุตสาหกรรมในครอบครัว เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวของ  
ราษฎรชนบท พื้นฐานการผลิตหัตถกรรมจึงเปลี่ยนแปลงไปจาก  
การผลิตเพื่อสนองประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน เป็นการ  
ผลิตเพื่อจำหน่ายสนองความต้องการของตลาดสังคมเมืองทั้ง  
ภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดที่ต้องการให้  
แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท หรือ “สินค้าหนึ่ง  
ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลด  
ปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้าง  
เศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง  
ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และจาก  
นโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา รวมทั้งระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี  
ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้  
สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดย

\*การวิจัยนี้ได้รับเงินสนับสนุนจาก กองทุนการวิจัยของสถาบันราชภัฏสงขลาปี 2546

\*\*อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชา การจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. **ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล** (Local yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2. **พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์** (Self-Reliance Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น

3. **การสร้างทรัพยากรมนุษย์** (Human Resource Development) ฟูมฟักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

การศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจของสินค้า OTOP ด้านตัวสินค้าและด้านความเข้มแข็งของชุมชนโดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของคณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐาน ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตลอดจนการศึกษาด้านคุณภาพ สภาพการดำเนินธุรกิจ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของแต่ละประเภทสินค้า OTOP เพื่อพยากรณ์ถึงความยั่งยืนของธุรกิจ ตลอดจนผลกระทบในเชิงสังคม เศรษฐกิจต่อประเทศชาติ

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษากระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP เขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. ศึกษาราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออกของสินค้า OTOP เขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
3. ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตสินค้า OTOP เขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
4. ศึกษาถึงสภาพการจัดการ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสในการผลิตและการจำหน่าย สินค้า OTOP เขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

## วิธีดำเนินการ

วิธีการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 1. การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

การสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

**ส่วนแรก** เป็นการสัมภาษณ์ทั่วไป ใช้หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การให้คะแนนผลิตภัณฑ์โดยคณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้า และกลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่และบริการ ในการวิจัยนี้จะใช้เฉพาะกลุ่มสินค้าในการสัมภาษณ์ทั่วไป

**ส่วนที่สอง** เป็นการสัมภาษณ์เฉพาะเรื่อง เพื่อทราบปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยวิธี SWOT Analysis และใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุน ปัจจัยการผลิตที่ใช้ ผลตอบแทนที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ

แบบสอบถาม จากสมาชิกกลุ่ม โดยแบบสอบถามจะมี 3 ส่วน

**ส่วนแรก** ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ

**ส่วนที่สอง** สภาพการผลิต การจัดการกลุ่ม ต้นทุน

**ส่วนที่สาม** การจำหน่าย การเคลื่อนไหวราคา

**2. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

**3. สรุปรายงานผลการวิจัยจากข้อมูลที่เก็บรวบรวม  
มานำเสนอ**

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทำให้ทราบกระบวนการผลิต การจัดการและการจำหน่ายสินค้า OTOP ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา

2. ทำให้ทราบราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออก สินค้า OTOP

3. ทำให้ทราบต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตสินค้า OTOP ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา

**4. ทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน**

อุปสรรคและโอกาสในการผลิตและจำหน่ายสินค้า OTOP ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา

**สรุปผลการวิจัย**

1. การก่อตั้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการก่อตั้งของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

	กลุ่มเกลือปลา	กลุ่มผ้าทอ	กลุ่มโคนม	กลุ่มกะลา	กลุ่มกระจูด
<b>การก่อตั้ง</b>					
● ปี พค.ที่ก่อตั้ง	2535	2541	2521	2525	2529-2543
● อายุการก่อตั้ง	12 ปี	6 ปี	26 ปี	22 ปี	4-18 ปี
● สมาชิก	17	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด	10-30 คน	18-25 คน
● <b>ทุนเริ่มต้น</b>					
แหล่งทุน	ราชการ	ราชการ	ไม่แน่ชัด	ราชการ	ศิลปิน/ราชการ/เอกชน
เงินทุน	20,000 บาท	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด	60,000-400,000
ทุนสมทบ	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด	สมาชิกฯ	ไม่แน่ชัด	10-100 บาท/สมาชิก/เดือน

เมื่อนำข้อมูลพื้นฐานจากหน่วยผลิตและจำหน่ายมาทำการจัดกลุ่มของข้อมูลโดยการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลถึงองค์ประกอบของที่มาในการการก่อตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาพบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีอายุของการก่อตั้งมีอยู่ระหว่าง 4-26 ปี มีจำนวนสมาชิกเมื่อครั้งก่อตั้ง อยู่ระหว่าง 10-30 คน โดยหน่วยงานราชการ ศูนย์ศิลปาชีพ และภาคเอกชน ให้การสนับสนุนแหล่งเงินทุนเริ่มต้นในการก่อตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์เบื้องต้นอยู่ระหว่าง 20,000 - 400,000 บาท โดยสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกระจูดใช้รูปแบบการระดมทุนสหกรณ์ออมทรัพย์ในการหาแหล่งทุนสมทบเพื่อความแข็งแกร่งทางการเงิน ในอัตราการระดมทุนจากสมาชิกตั้งแต่ 10-100 บาท/สมาชิก/เดือน

2. ระบบการจัดการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

แหล่งเงินทุนในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มาจากทุนเริ่มต้นรวมกับผลกำไรที่ได้รับ อีกทั้งมีการระดมทุนเพิ่มเติมในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกระจูดและกลุ่มผลิตภัณฑ์จากโคนม โดยมีเงินทุนหมุนเวียน อยู่ระหว่าง 50,000 -

150,000 บาท

บุคลากรหลักจากสมาชิกกลุ่มอยู่ระหว่าง 17-140 คน ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิต การตลาดและการจัดการ โดยหน่วยงานราชการและเอกชนอยู่บ้างเป็นระยะแต่ยังขาดความต่อเนื่องทำให้ไม่แข็งแกร่งเพียงพอ ในส่วนข้อมูลลูกค้าในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าแต่ยังขาดความสมบูรณ์ในด้านข้อมูลความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความสำคัญมาก ส่วนข้อมูลเพื่อการบริหารก็มีการบันทึกคำสั่งซื้อ ยอดขายและบัญชีอย่างง่าย หากแต่ยังไม่เป็นระบบที่สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในการบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

เครือข่าย/หุ้นส่วนการผลิตและการตลาดมีมากน้อยแตกต่างกันไปกล่าวคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์กระจูด เป็นกลุ่มที่มีเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาดมากที่สุด ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากโคนม ก็ทำการตลาดผ่านเครือข่ายสหกรณ์ฯ ทั้งสหกรณ์ออมทรัพย์และสหกรณ์การเกษตร ในด้านกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกะลาและกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา มีเครือข่ายเพื่อการผลิตและตลาดน้อยมาก ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอไม่มีเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาดอยู่เลย นอกจากนี้ ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ยังขาดเครือข่าย/หุ้นส่วนด้านการเงิน/ข้อมูลข่าวสาร/วิจัยและพัฒนา ซึ่งจะเป็นตัวสร้างความแข็งแกร่งให้กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สามารถแข่งขันกับสินค้าทดแทนอื่นๆ ได้อีก ทั้งเพื่อการกระจายความเสี่ยงจากอุปสงค์ที่ไม่มีความสม่ำเสมออีกด้วย

การวิจัยเพื่อหาความต้องการของลูกค้ายังมีน้อยในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอและกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของค่อนข้างมาก ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกระจูดมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตทั้งระดับน้อยถึงค่อนข้างมาก แต่ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากโคนม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตอยู่ในระดับที่น้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ

มีการใช้เกล็ดปลา/เส้นใยสังเคราะห์ / โยฟาย / วัณม /



กะลามะพร้าว/กระจูด เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ส่วนสีย้อม / ผ้า / กาว / หนุ่ย เป็นวัตถุดิบรองในการผลิต นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้ ก็กระจก เลื่อยไฟฟ้า และมอเตอร์ เป็นเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต อีกทั้งใช้สมาชิกกลุ่มเป็นแรงงาน ทั้งส่วนของการผลิตและการตลาด โดยใช้ที่ทำการกลุ่มและบ้านสมาชิกเป็นสถานที่ผลิตสินค้าและจัดจำหน่าย

แปรรูปโดยใช้หัตถกรรมจากวัตถุดิบทั้งที่มีอยู่ในท้องถิ่นและนำเข้าจากแหล่งภายนอก ให้เปลี่ยนรูปเป็นสิ่งประดิษฐ์จากเกล็ดปลา, ผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ, น้ำมันดิบ หัตถกรรมจากกะลา, ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์กระจูด โดยมีต้นทุนวัตถุดิบ อยู่ระหว่าง 1,800-293,750 บาทต่อเดือน ส่วนต้นทุนค่าตอบแทน อยู่ระหว่าง 4,500 - 1,422,000 บาทต่อเดือน สามารถสร้างผลผลิตอยู่ระหว่าง 500-20,000 หน่วยต่อเดือน

มีบางส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์มีการการรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่ให้สูญเสียชีวิตระหว่างการขนส่งโดยการใส่กล่องกันกระแทก หรือการหุ้มพลาสติกเพื่อกันความชื้นและสิ่งสกปรกแต่โดยภาพรวมแล้วยังไม่มีข้อมูลที่แน่ชัดในด้านการ

ขนส่ง และการรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์

อายุการก่อตั้งมีทั้งกลุ่มที่มีอายุการก่อตั้งที่ยาวนาน อาทิ กลุ่มผลิตภัณฑ์โคนมซึ่งมีอายุการก่อตั้งถึง 26 ปี และกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวมีอายุการก่อตั้งมาเป็นเวลา 22 ปี เป็นต้น ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลานั้นมีอายุของการก่อตั้ง 12 ปี ซึ่งถือว่ามีอายุที่ไม่ยาวนานนัก ในส่วนของผู้ผลิตผ้าทอซึ่งก่อตั้งมา 6 ปี ซึ่งถือว่าอายุการก่อตั้งน้อยมาก ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระจูดก็มีอายุตั้งแต่ 4 - 18 ปี ซึ่งก็ถือได้ว่ามีความหลากหลายของอายุเช่นกัน โดยหากมองอย่างผิวเผินแล้วก็อาจจะเห็นว่าอายุการก่อตั้งไม่มีผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ แต่ที่จริงแล้วการก่อตั้งแล้วดำเนินการมาจนต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ล้วนมีช่วงเวลาของการส่งเสริมประสบการณ์มาก่อนมีการก่อตั้งอย่างเป็นทางการ

นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มผู้เป็นพนักงานขายมีทักษะในการขายมากน้อยแตกต่างกันตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอและกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกะลามีทักษะการขายค่อนข้างดีเมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากกระจูด กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา โดยเฉพาะกลุ่มโคนมมีทักษะในการขายน้อยที่สุดอาจเนื่องด้วยเป็นสินค้าที่มีผู้ซื้อน้อยราย

ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มีการตั้งราคา

บนฐานของค่าใช้จ่ายยกเว้นกลุ่ม  
ผลิตภัณฑ์จากโคนมที่ตั้งราคาบนฐาน  
ของลูกค้าโดยมีราคาระหว่าง 20-350  
บาทต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้การจัด  
จำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย  
อีกทั้งจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง ยกเว้น  
กลุ่มผลิตภัณฑ์จากโคนมที่ใช้การ  
จำหน่ายผ่านคนกลางเพียงเท่านั้น ใน  
ทิศทางเดียวกันทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้  
ช่องทางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า  
ที่ทางราชการจัดขึ้น นอกจากนี้ยัง  
จำหน่ายผ่านหน่วยงานราชการที่  
เกี่ยวข้อง อีกทั้งใช้ที่ทำการกลุ่มและ  
การจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์ด้วย ยกเว้น

กลุ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์จากโคนมซึ่งใช้เครือข่ายสหกรณ์เป็นช่อง  
ทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว อีกทั้งประเทศญี่ปุ่น  
มาเลเซีย ออสเตรเลีย เป็นตลาดส่งออกหลักของสินค้าสินค้า  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้การประชาสัมพันธ์ แบบปากต่อปาก  
นามบัตร Internet รายการโทรทัศน์ หน่วยงานราชการ เป็น  
หลัก ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้สมาชิกกลุ่มเป็นพนักงานขายสินค้า  
นอกจากนี้ยังใช้ ส่วนลดทางการค้าในการส่งเสริมการขาย และ  
การขายตรงโดยสมาชิกกลุ่มอีกด้วย ยกเว้น กลุ่มผลิตภัณฑ์  
โคนมที่ใช้หน่วยงานราชการและเครือข่ายสหกรณ์ฯ ในการ  
ประชาสัมพันธ์และเป็นพนักงานขายเพียงอย่างเดียว

แผนภูมิ แสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ  
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในลุ่มน้ำทะเลสาบ  
สงขลา

