

กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

Strategies for The Development of Professional Community Products of Prachak Sinlapakhom District Udon Thaini Province

จารุณี ช่างรักษา¹
Jarunee Changraksa¹

Received: 29 กรกฎาคม 2564 Revised: 6 กันยายน 2564 Accepted: 8 กันยายน 2564

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 2) กำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 3) ประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 122 คน สุ่มแบบบังเอิญ กลุ่มเป้าหมายในการกำหนดยุทธศาสตร์ จำนวน 15 คน สุ่มแบบเจาะจง และกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน สุ่มแบบเจาะจง ทำการประเมินกลยุทธ์ ออกแบบการวิจัยเป็น 3 ระยะ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบประเมิน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการ ลำดับที่ 2 ด้านส่งเสริม

¹ นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี; Master Student of Arts Program, Program in Development Strategy, Udon Thani Rajabhat University, Thailand; e-mail: changraksa.jarunee@gmail.com

ช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ลำดับที่ 3 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 4 ด้านบุคคล ลำดับที่ 5 การพัฒนาการผลิต ตามลำดับ

2. กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม วิธีประเมินผล ซึ่งมีเรียงลำดับกลยุทธ์ 5 ด้าน จำนวน 12 กิจกรรม ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 2 กิจกรรม 2) ด้านส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์จำนวน 3 กิจกรรม 3) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม 4) ด้านบุคคล จำนวน 2 กิจกรรม และ 5) การพัฒนาการผลิต จำนวน 3 กิจกรรม

3. การประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี อยู่ในระดับมาก ทุกแนวทาง เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์แล้วปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 3.51 ทุกด้าน จึงถือว่า กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนา, กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน, ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the condition of problems for the development of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udonthani Province, 2) to determine the strategy for the development of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udonthani Province, and 3) to assess the development strategies of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udon Thani Province. This research was a mixed method research. The sample group were community product occupation groups of 122 people drawn by simple random sampling. The target group in the strategy formulation consisted of 15 by purposive sampling. The target group in the strategy evaluation consisted of 30 people by purposive sampling. There were 3 phases of research as follows. The tool used was a questionnaire, semi-structured Interview and feasibility and suitability assessment form. The data were analyzed statistically for percentage, average and standard deviation.

The results showed that:

1. the condition of problems in the development of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udonthani Province, overall was at a moderate level:

1) Management, 2) Promotion of Marketing and Public Relation, 3) product value addition, 4) Personnel, 5) production development.

2. The strategy for the development of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udonthani Province, consists of principles, objectives, projects/activities, Evaluation method has a total of 5 approaches 12 activities, including 1) Management, 2 activities, 2) Promotion of Marketing and Public Relation, 3 activities, 3) product value addition 2 activities, 4) Personnel 2 activities, and 5) production development 3 activities.

3. Assessing the development strategies of community product occupation groups of Prachaksinlapakhom District, Udon Thani Province, it was found to be appropriate and feasibility at a high level in every direction, 3.51 on all sides. Considered through the assessment, it can be put into practice.

KEYWORDS: Strategies for the development, Professional community products, Community products

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชนมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ โดยสนับสนุนให้มีการจัดทำและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศ ศักยภาพวิเคราะห์ วิจัย จัดทำยุทธศาสตร์ชุมชน ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้เป็นชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน มีแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ได้กำหนดประเด็นการพัฒนา 4 เรื่อง คือเรื่องที่ 1 สร้างสรรค์ชุมชนพึ่งตนเองได้ เรื่องที่ 2 ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัวอย่างสมดุล เรื่องที่ 3 เสริมสร้างทุนชุมชนให้มีธรรมาภิบาล เรื่องที่ 4 เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง จากประเด็นการพัฒนาเรื่องที่ 2 ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัวอย่างสมดุล กรมการพัฒนาชุมชน กำหนดแนวทางการพัฒนา ได้แก่ 1. พัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP สู่สากล 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม 3. พัฒนาการบริหารจัดการและกิจกรรมชุมชนท่องเที่ยว

OTOP นวัตกรรม 4. ส่งเสริมช่องทางการตลาด กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ รายได้ โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนายึดหลักการมีส่วนร่วมที่สำคัญคือ การปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมทั้งในส่วนของการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่จะต้องดูแลและประสานการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของกลุ่มอาชีพ OTOF การผลิตสินค้าภูมิปัญญาของไทยในอดีตที่ผ่านมา มุ่งเน้นเพื่อการผลิตเชิงปริมาณที่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการใช้สารเคมีอย่างไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาหรือสินค้า OTOF ที่ได้ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ไม่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและรวมทั้งก่อให้เกิดจุดอ่อนในด้านการค้า กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมสนับสนุนการผลิตสินค้า OTOF โดยการพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOF สู่สากลพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมและ ส่งเสริมช่องทางการตลาดส่งเสริมการผลิตสินค้า OTOF ที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน โดยเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาหรือสินค้า OTOF ถ่ายทอดความรู้ตามความต้องการของกลุ่มกลุ่มอาชีพ OTOF ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเป็นหลัก เพื่อพัฒนาให้กลุ่มสามารถปรับระบบการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน สู่สากลเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้สามารถแข่งขันได้ทั้งภายในและต่างประเทศ (สนธยา พลศรี, 2547)

จากข้อมูลสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี ปี พ.ศ. 2563 จังหวัดอุดรธานี มีกลุ่มที่ลงทะเบียนสินค้า OTOF 1,452 กลุ่มจากกลุ่มอาชีพ OTOF หรือกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มาลงทะเบียน จำนวน 20 อำเภอ มียอดจำหน่าย 571,049,444.00 บาท จากผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 5 ประเภท อาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารอำเภอประจักษ์ศิลปาคม มีกลุ่มอาชีพ OTOF ที่ลงทะเบียนจำนวน 61 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มพช.) จำนวน 21 และยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) จำนวน 40 กลุ่ม จากผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท ผลิตภัณฑ์ OTOF ที่สร้างรายได้ส่วนใหญ่คือผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก อาหาร และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ถึงแม้ว่ากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน จะมีการผลิตสินค้า OTOF มานานนับสิบปี แต่ก็ยังมีปัญหาสำคัญที่ทำให้การผลิตที่ได้คุณภาพไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากการที่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการผลิตจำหน่ายตลอดปีทำให้ขาดการเพิ่มศักยภาพ ขาดเทคโนโลยี การผลิตที่ถูกต้องและเหมาะสม ปัญหาด้าน

การผลิต ปัจจัยการผลิต ด้านการพัฒนา ด้านการตลาด กลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่ อำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี สามารถผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีคุณภาพ มาตรฐานได้เพียงประมาณร้อยละ 34 ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด อุดรธานี, 2563) ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้า OTOP ยังเป็นที่ต้องการและได้รับความนิยมของ ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกลยุทธ์การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้เกิดทราบถึงปัญหาและกลยุทธ์การพัฒนาของกลุ่มด้านต่างๆ จะทำให้เกิดการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิยะดา แมนสันและบุษกร สุขแสน.(2563). ได้ทำวิจัยกลยุทธ์การ พัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอนองวัวหอ จังหวัดอุดรธานี พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ด้านต่างๆ เช่นกลยุทธ์ด้าน กายภาพ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านกระบวนการ กลยุทธ์ด้านราคาและกลยุทธ์ด้านการ จัดจำหน่าย จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานด้านการผลิตปัจจัยการผลิต และการพัฒนาด้านการตลาด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี, 2563)

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับอำเภอ ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีแก่กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ ชุมชน ในพื้นที่อำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเพื่อสร้าง กลยุทธ์กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้ปริมาณและมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐานตาม ความต้องการของตลาดช่วยให้กลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน เกษตรกรรายได้ที่มั่นคง สามารถ พึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวง มหาดไทย ที่ว่า เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง และชุมชนพึ่งตนเองได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการ เป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร การวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานีประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้และของที่ระลึก ประเภทอาหาร จำนวน 20 กลุ่ม ของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ที่เป็นสมาชิกและกรรมการกลุ่มอาชีพ OTOP ใน ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 61กลุ่ม ประกอบด้วย 1.กลุ่มอาหาร จำนวน 2 กลุ่ม 2.กลุ่มผ้า จำนวน 13 3.กลุ่มสมุนไพรจำนวน 1กลุ่ม 4.กลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 1 กลุ่ม และ 5.กลุ่มของใช้ของที่ระลึกจำนวน 44 กลุ่ม

2. กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเป็น ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้จำนวนทั้งสิ้น 122 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพ OTOP ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี แบบเลือกตอบ (Check List) ลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคอร์ท (Likert Method) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ถึงประชากร เพื่อประสานและชี้แจงเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ชื่อเรื่องการวิจัย วัตถุประสงค์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ การเก็บข้อมูลที่เป็นความลับ การนำเสนอ ผลการวิจัยโดยภาพรวม

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไปของ กลุ่มเป้าหมาย โดยการนำเสนอลักษณะเป็นแบบตารางประกอบความเรียง โดยวิเคราะห์ค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เป็นลักษณะกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน (กลุ่มตัวอย่าง) สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

ตอนที่ 2 นำข้อมูลไปวิเคราะห์และประมวลผลความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นรายด้าน รายข้อ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลผลโดยใช้เกณฑ์การแปล ความหมายค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ระยะที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาระยะที่ 2 ได้แก่ ผู้นำกลุ่มกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 11 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลอุมจานและตำบลนาม่วงจำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง สอบถามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนา กลุ่มอาชีพ OTOP ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการโดยมีหนังสือแนะนำ ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุล ผู้วิจัย หรือหัวหน้าโครงการวิจัย สถานศึกษา คำชี้แจงเกี่ยวกับการสัมภาษณ์
2. ไปลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ วิธีการถาม จะขึ้นอยู่กับผู้ให้ข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นกรอบคำถาม โดยเริ่มจากสนทนาทั่วไป และใช้คำถามเพื่อนำเข้าสู่ประเด็น พร้อมทั้งถามรายละเอียดต่างๆ ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน
3. ขออนุญาตจัดบันทึก และบันทึกเทปสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อ มาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มานำเสนอแบบพรรณนาตามค่าความถี่ของข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็น โดยเรียงลำดับจากค่าความถี่มากไปหาน้อยเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

ระยะที่ 3 การประเมินความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

กลุ่มเป้าหมาย

ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีบทบาทในการผลักดัน หรือนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ผู้นำกลุ่มเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนาการอำเภอประจักษ์ศิลปาคม และนักวิชาการพัฒนาชุมชนสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอประจักษ์ศิลปาคมและผู้แทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 30 คน ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ต่ำกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นแบบประเมิน เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะจัดเก็บข้อมูลโดยการนำแบบประเมินไปเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิด้วยตนเองและจะทำการทบทวนความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลทุกครั้งก่อนดำเนินการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำผลการประเมินความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วสรุปผลการศึกษาวิจัยจัดทำรูปเล่มที่สมบูรณ์นำเสนอ และเผยแพร่ต่อไป

ผลการวิจัย

1. สภาพปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี พบว่าภาพรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการ ลำดับที่ 2 ด้านส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ลำดับที่ 3 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 4 ด้านบุคคล และลำดับที่ 5 การพัฒนาการผลิต
2. กำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี พบว่ากลยุทธ์ 5 ด้าน จำนวน 12 กิจกรรม ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 2 กิจกรรม 2) ด้านส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์จำนวน 3 กิจกรรม 3) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม 4) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม และ 5) ด้านบุคคล จำนวน 3 กิจกรรม
3. ประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี พบว่าความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบจากการวิจัยนำเสนอประเด็นที่สำคัญ 3 ประเด็นดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบริหารกิจศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ภาพรวมพบว่าภาพรวมปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24, S.D. = 1.07$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.52, S.D. = 0.94$) ลำดับที่ 2 ด้านส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.37, S.D. = 1.08$) ลำดับที่ 3 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.29, S.D. = 1.07$) ลำดับที่ 4 ด้านบุคคล ($\bar{X} = 3.14, S.D. = 1.09$) ลำดับที่ 5 การพัฒนาการผลิต ($\bar{X} = 2.86, S.D. = 1.18$) ตามลำดับ

2. ผลการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอบึงกาฬ จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม วิธีประเมินผล ซึ่งมีทั้งหมด ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ โครงการ/กิจกรรม วิธีประเมินผล เรียงลำดับกลยุทธ์ 5 ด้าน จำนวน 12 กิจกรรม ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ (1) ผูกอบรมการจัดทำแผนปฏิบัติงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) การผูกอบรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกลุ่ม 2) ด้านส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ (1) อบรมวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย (2) อบรมการค้าบนต้นทุนและการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ (3) อบรมการค้นหาอัตลักษณ์ความโดดเด่นผลิตภัณฑ์ชุมชนให้น่าสนใจ 3) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ (1) อบรมกระบวนการผลิตขั้นตอนการผลิตสินค้าที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2) การอบรมยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้รับเครื่องหมายมาตรฐาน 4) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ (1) อบรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนในการวางแผนการผลิตสินค้าและบริการ (2) อบรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนในการผลิตให้สูงขึ้น ทั้งคุณภาพการผลิต และปริมาณการผลิต เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และ 5) ด้านบุคคล จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ (1) อบรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีทักษะการผลิตให้ได้ตามมาตรฐาน (2) อบรมทักษะกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด (3) การอบรมส่งเสริมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนในการนำใช้เทคโนโลยี

3. ผลการประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบึงกาฬ จังหวัดอุดรธานี พบว่า มีความเหมาะสมภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.747) และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D.= 0.648) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์แล้วปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 3.51 ทุกด้าน จึงถือว่ากลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบึงกาฬ จังหวัดอุดรธานี ผ่านการประเมิน สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี มีข้อค้นพบที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล 3 ประเด็นดังนี้

1. สภาพปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ การบริหารจัดการ ส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ บุคคล และการพัฒนาการผลิต เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนหากบริหารจัดการไม่ดีจะทำให้เกิดปัญหาขาดทุนทำให้มีรายได้น้อยและหากขาดความรู้และไม่มีการพัฒนาทักษะจะทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวดี ผกามาต (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มอาชีพเพื่อพร้อมรับการเปิด AEC: กรณีศึกษากลุ่ม อาชีพไส้เมี่ยงสมุนไพร จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาของกลุ่มอาชีพได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถและทักษะ เนื่องจากทางกลุ่มยังขาดความรู้และทักษะความชำนาญในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำออกจำหน่ายตามท้องตลาดซึ่งไม่เป็นที่ดึงดูดใจต่อผู้บริโภค 3. ปัญหาด้านความไม่สม่ำเสมอของแรงงานด้านการผลิตเนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม บางคนไม่มีเวลาที่จะเข้ามาช่วยตรงนี้ จะมาทำงานกับกลุ่มเฉพาะในเวลาที่จับหน้าฤดูกาลเกษตรกรรม ซึ่งบางครั้ง ถ้ามีออเดอร์จากลูกค้าเป็นจำนวนมากก็ไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอทอป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มโอทอป ที่ควรได้รับการพัฒนามี 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการองค์กร ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด และด้าน การบริหารการเงิน ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ กลุ่มโอทอปขาดองค์ความรู้ในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและพึงพิงหน่วยงานภาครัฐ เงื่อนไขสู่ความสำเร็จคือกลุ่มโอทอปมีความรู้การบริหาร จัดการกลุ่ม การผลิตสินค้าโอทอปให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต อาหาร (GMP – Good Manufacturing Practice) และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผู้ผลิตชุมชน ด้านกระบวนการผลิต ด้านความเชื่อและด้านเทคโนโลยีในการผลิต และการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับงานวิจัย ของกิติพัญญ์ ทองแกม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางส่งเสริมการขายสินค้าโอทอป บนตลาดออนไลน์ เชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า สภาพ

ปัญหาสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานีในการขายสินค้าโอท็อปบนตลาดออนไลน์ พบว่าผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปจังหวัดอุดรธานี ได้ให้ความสนใจการขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น โดยดูจากสถิติการเข้าอบรมที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น การขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ มีทั้ง ข้อดีและข้อเสียจะเห็นได้จากการร้องเรียนของลูกค้าและการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าบนสื่อออนไลน์

2. ผลการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอบึงนาราง จังหวัดอุดรธานี พบว่า กำหนดกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 2 กิจกรรม 2) ด้านส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์จำนวน 3 กิจกรรม 3) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม 4) ด้านบุคคล จำนวน 3 กิจกรรม และ 5) ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กิจกรรม เหตุผลที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดซึ่งจะต้องอาศัยภาคส่วนต่างๆ ให้การสนับสนุน สอดคล้องกับงานวิจัยของกิติพัญญ ทองแกม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อป บนตลาดออนไลน์ เชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปบนตลาดออนไลน์เชิงพุทธในจังหวัด อุดรธานี สรุปได้ดังนี้ 1) สร้างองค์ความรู้ชุมชน กล่าวคือหน่วยงานภาครัฐจะต้องให้การอบรม พื้นฐานแก่ผู้ประกอบการในด้านการขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ ทักษะภาษา การถ่ายภาพ การใช้เครื่องมือออนไลน์และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการ จะต้องแสวงหาความรู้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเดียวกัน 2) หน่วยงาน ภาครัฐต้องสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการขายและการสื่อสารสินค้าออนไลน์ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการต้องนำสินค้าและบริการไปสู่สายตาผู้คนให้ได้มากที่สุด ไม่รอให้ ลูกค้าเดินทางมา ซื้อแต่อย่างเดียว 3) ยกกระตือรือร้นการตลาดสู่การตลาดออนไลน์ กล่าวคือ ผู้ประกอบการโอท็อปต้องพัฒนาการขายและเครื่องมือการขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ ควบคู่ กับการพัฒนาตนเองตามหลักธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าในหลักปฐมปาณิกสูตร อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่ถูกต้อง รู้จักเป้าหมายของการมีชีวิตและอยู่ร่วมกับสังคม ได้อย่างมีความสุข

3. ผลการประเมินกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบึงนาราง จังหวัดอุดรธานี พบว่า ความเหมาะสมและความเป็นไปได้กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอบึงนาราง จังหวัดอุดรธานี มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับมาก เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการประเมินเป็นการวัดค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกิจกรรมต่างๆ หากมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ก็ทำให้มีความเชื่อมั่นในการที่จะดำเนินกิจกรรมต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดการประเมินของ (ศิริชัย กาญจนวาสี,

2547) กล่าวว่า การประเมิน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพื่อค้นหาคุณค่าของความจริง ภายใต้บริบทของสังคม ธรรมชาติของการประเมินจึงมีความละเอียดอ่อน สลับซับซ้อนและสัมพันธ์กับศาสตร์หลายสาขาที่สำคัญ ได้แก่ ปรัชญา วิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ การทำความเข้าใจถึงแก่นของการประเมิน จึงควรเริ่มต้นด้วยการศึกษาปรัชญา วิเคราะห์ถึงปรัชญาของการประเมินเพื่อเป็นรากฐานของความคิดสำหรับทำความเข้าใจความหมายของการประเมิน พัฒนาการของการประเมิน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการปฏิบัติการประเมินผลต่อไป ดังนั้นผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานีหากเป็นไปตามเกณฑ์จะทำให้กลยุทธ์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากข้อค้นพบสภาพปัญหาการพัฒนากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการ ลำดับที่ 2 ด้านส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ลำดับที่ 3 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 4 ด้านบุคคล ลำดับที่ 5 การพัฒนาการผลิต มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการดังนี้

1.1 ด้านการบริหารจัดการ เสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นสำนักงานพัฒนาชุมชนและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ได้ดำเนินการดังนี้ 1. ฝึกอบรมการจัดทำแผนปฏิบัติงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) การฝึกอบรมกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกลุ่ม

1.2 ด้านส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นสำนักงานพัฒนาชุมชนและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น 1) อบรมวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย 2) อบรมการคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ และ 3) อบรมการค้นหาอัตลักษณ์ความโดดเด่นผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.3 ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1) อบรมกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิตสินค้าที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม และ 2) การอบรมยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้รับเครื่องหมายมาตรฐาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

2.2 ศึกษากลยุทธ์การด้านการส่งเสริมช่องทางการการตลาดและการประชาสัมพันธ์ กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

2.3 ศึกษากลยุทธ์การด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนของ อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง

- กิติพัญญ์ ทองแกม. (2562). ปัญหาและแนวทางส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปบนตลาดออนไลน์เชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม์*, 6(9), 4627–4644.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิมพ์พิสุทธิ อ้วนล้ำ และคณะ. (2560). การพัฒนาศักยภาพการค้าเนืองงานกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 207–238.
- วิยะดา แมนสัน,บุษกร สุขแสน.(2563). กลยุทธ์การพัฒนารตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ อำเภอหนองวัว จังหวัดอุดรธานี.*การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ครั้งที่ 13 วันที่ 31 ตุลาคม 2563*. PROCEEDINGS. 4590–4600. 3920–3933.
- วิภาวดี ผกามาต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มอาชีพเพื่อพร้อมรับการเปิด AEC: กรณีศึกษา กลุ่ม อาชีพไส้เมี่ยงสมุนไพร จังหวัดเพชรบูรณ์. *การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 17*.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2547). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544). *สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : บริษัทเฟื่องฟ้าพรินติ้ง จำกัด.
- สนธยา พลศรี. (2547). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี, (2563). *หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)*. สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://udon.cdd.go.th/service/one-tambon-one-product>.