

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

PAYAP UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อสกุล

อายุ

ที่อยู่

ระดับการศึกษาสูงสุด

ตอนที่ 2. ข้อมูลทั่วไป

1. ท่านทำงานเป็นช่างฝีมือกี่ปี
2. ท่านได้รับการฝึกหัดงานหัตถกรรมมาจากใคร
3. ท่านได้รับรายได้อย่างไร/เดือน/วัน/ปี และมีรายได้ล่วงเวลาเท่าไร
4. ท่านทำเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพรอง
5. ท่านคิดว่าอาชีพนี้มีรายได้ที่พอเพียงต่อการดำเนินชีวิตหรือไม่
 - พอเพียง
 - ไม่พอเพียง
6. ท่านคิดว่าจะประกอบอาชีพนี้ต่อไปหรือไม่
 - ประกอบอาชีพ
 - ไม่ประกอบอาชีพ
7. ถ้าท่านต้องประกอบอาชีพนี้ต่อไป ท่านคิดจะถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์นี้กับบุตรหลานต่อไปหรือไม่
 - สืบทอด
 - ไม่สืบทอด

ตอนที่ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการทำเครื่องเงิน

8. รูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการออกแบบ เพราะอะไร
9. รูปแบบผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ลูกค้าสั่งทำโดยการนำแบบมาเป็นตัวอย่าง
10. การสั่งทำภายในประเทศ สั่งทำเพื่ออะไร ที่ไหน
11. การสั่งทำจากภายนอกประเทศ ประเทศอะไรที่สั่ง

12. ด้านราคาที่สูง/จำนวนขึ้นเป็นอย่างไร
13. คุณภาพ/ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ระหว่างลูกค้าภายใน และต่างประเทศ
14. วัตถุดิบที่ใช้ผลิต มีการนำเข้าหรือใช้แต่วัตถุดิบภายในประเทศเท่านั้น
15. ถ้ามีการนำวัตถุดิบเข้า ชนิดที่นำเข้า และนำเข้าจากที่ใด เพราะอะไร
16. ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงินเชียงใหม่ในด้านต่างๆ เช่น
 1. ด้านการผลิต
 2. ด้านการตลาด
 3. ด้านเงินทุน
 4. ด้านช่างฝีมือ

ภาคผนวก ข

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
ปี พ.ศ. 2549

PAYAP UNIVERSITY

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2549 ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรฯ ในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549 ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบและเกณฑ์การคัดสรรฯ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรรฯ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน)

- 1) ด้านการผลิต
- 2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด (30 คะแนน)

- 1) ด้านการตลาด
- 2) ด้านเรื่องราวของตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

- 1) การตรวจสอบ/วิเคราะห์คุณภาพตามประเภทผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์ / กรอบแนวทางการปฏิบัติงาน โครงการ OTOP ปี 2547

OTOP เป็นนโยบายที่สำคัญนโยบายหนึ่งที่รัฐบาลของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับพี่น้องในชนบท ภายใต้ชบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผสมผสานกับภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษสืบทอดให้กับลูกหลาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น จุดขาย และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ในการสนับสนุนตั้งแต่ด้านความรู้สมัยใหม่ เทคนิคการผลิต การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

แนวคิด ปรัชญา OTOP

OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ในการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของแต่ละพื้นที่ที่ตลาดรองรับ และทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

หลักการพื้นฐาน OTOP

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
2. พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

วัตถุประสงค์ OTOP

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

นโยบาย OTOP

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบคู่ขนาน (Dual Track)
 - ด้านหนึ่งการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
 - ด้านหนึ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานราก
2. เน้นความเป็นหนึ่งเดียว การดำเนินงานอย่างเป็นระบบและครบวงจร ไม่มีพรมแดนของกระทรวงทบวง กรม
3. สินค้า OTOP ต้องแสดงถึงความเป็นชุมชน
4. กลไกการบริหารงาน ควรให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมการดำเนินงาน ควรคิดในเชิงธุรกิจเอกชนให้มากขึ้น
5. งบประมาณ OTOP รัฐบาลสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่อง
6. ควรเชื่อมโยงบูรณาการกับ SMEs และควรให้สถาบันการเงินเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

7. ควรเน้นและสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมี Outlet ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ
8. ควรเน้นการส่งออกสินค้า OTOP ให้ออกสู่ตลาดโลกให้มากขึ้น (Act Local Think Global)
9. การผลิต เน้นเรื่อง Up-grade สินค้ามี Package สวยงาม และมี Prototype
10. ควรสนับสนุน Product Champion ทุกรูปแบบ
11. ควรมีการจัดตั้งสถาบัน Design
12. การสร้าง Outlet ควรเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก
13. ควรส่งเสริมการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์
14. การตลาด ควรใช้วิธีการประสานงานในทุกหน่วยงาน
15. เน้นการประชาสัมพันธ์ โฆษณา บนเครื่องบิน TV ในโรงแรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อทุกรูปแบบ ฯลฯ

ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน OTOP ปี 2547 4 ยุทธศาสตร์

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างศักยภาพ และยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 สนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ให้เชื่อมต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นระบบและยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงการ

เป้าหมาย OTOP ปี 2547

1. ชุมชนมีความเข้มแข็ง ประชาชนมีรายได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดี

2. ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้รับการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น
3. มูลค่าการจำหน่าย และส่งออกสินค้า และบริการของชุมชนเพิ่มสูงขึ้น
 - รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศ ไม่น้อยกว่า 25,000 ล้านบาท
 - รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 1,000 ล้านบาท

แผนงาน / โครงการ OTOP ปี 2547

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างศักยภาพ และยกระดับกระบวนการผลิต มาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน

แผนงาน 1.1 พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

งาน / กิจกรรม

- 1.1.1 กำหนดและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 1.1.2 คัดสรรสุดยอด OTOP ไทย

แผนงาน 1.2 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และบริการ

งาน / กิจกรรม

- 1.2.1 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 1.2.2 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายการผลิต
- 1.2.3 ยกระดับการแปรรูปการผลิต
- 1.2.4 ยกระดับการบริการ จัดการกระบวนการผลิต

แผนงาน 1.3 สร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

งาน / กิจกรรม

- 1.3.1 พัฒนาแบบผลิตภัณฑ์
- 1.3.2 เพิ่มประสิทธิภาพการบรรจุภัณฑ์
- 1.3.3 การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ จำนวน 2,000 ผลิตภัณฑ์
- 1.3.4 กรมส่งเสริมการจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญาท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการ
เข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ

แผนงาน 2.1 เพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า ทั้งในและต่างประเทศอย่างเป็นระบบ
งาน / กิจกรรม

2.1.1 การศึกษาและจัดตั้ง Outlet ขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้
เหมาะสม (Corner Kiosk)

แผนงาน 2.2 ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมด้านการตลาด

- 2.2.1 พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้า
- 2.2.2 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความพร้อมสินค้า OTOP สู่
ระบบตลาดเชิงพาณิชย์
- 2.2.3 ให้บริการข้อมูลด้านการตลาดแก่ผู้ผลิตในชุมชน
- 2.2.4 จัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์ OTOP
- 2.2.5 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการตลาดในจังหวัด
- 2.2.6 ส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย เพื่อขอรับรองการสั่งซื้อจาก
ภูมิภาคและต่างประเทศ
- 2.2.7 ศึกษาดูงานด้านการตลาด การให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อ
ยกระดับขีดความรู้ ความสามารถ และทักษะของชุมชนราย
ภาค / รายจังหวัด
- 2.2.8 ส่งเสริมกระบวนการประชาคมและวิสาหกิจชุมชน
- 2.2.9 เพื่อพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์
- 2.2.10 จัดกิจกรรมด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2.2.11 ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมต่อการ
เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

แผนงาน 3.1 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการ
พัฒนา

วิสาหกิจชุมชน

งาน / กิจกรรม

แผนงาน 3.2 สร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงในทุกภาคส่วนของชุมชน

งาน / กิจกรรม

- 3.2.1 พัฒนาและจัดตั้ง OTOP ต้นแบบ Knowledge – based Village Cluster
- 3.2.2 เชื่อมโยงโครงการ OTOP กับแหล่งท่องเที่ยวและบริการชุมชนในท้องถิ่นและเครือข่าย SMEs อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาแบบรวมกลุ่ม (Cluster)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการจัดการโครงการ

แผนงาน 4.1 บริหารจัดการและสนับสนุนการปฏิบัติงาน

งาน / กิจกรรม

- 4.1.1 การบริหารงานของ กอ.นตผ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานชุดต่าง ๆ
- งานอำนวยการ
 - เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการทำงาน นตผ.จังหวัด / อำเภอ / กิ่งอำเภอ
- 4.1.2 สนับสนุนการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับตำบล
- 4.1.3 การพัฒนาระบบสารสนเทศของโครงการ

แผนงาน 4.2 ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในภาพรวมระดับประเทศ

งาน / กิจกรรม

- 4.2.1 ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระดับจังหวัด / ภาค

แผนงาน 4.3 ประสานการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

งาน / กิจกรรม

- 4.3.1 การสร้างเครือข่ายการประสานงานระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโครงการ
- 4.3.2 การศึกษาดูงานด้านการพัฒนาโครงการ OTOP

แผนงาน 4.4 ตรวจสอบและประเมินผล

งาน / กิจกรรม

- 4.4.1 การตรวจงาน
- 4.4.2 ประเมินผล

ตัวจักรที่สำคัญการดำเนินงาน OTOP

1. หน่วยงานของรัฐ
 - การคิดและทำจากล่างสู่บน โดยประชาชนมีส่วนร่วม
 - ราชการเป็นที่เล็งช่วยสนับสนุน ผลักดัน
2. ภาคเอกชน
 - การมีส่วนร่วมของเอกชนในท้องถิ่นร่วมพัฒนา รับผิดชอบ แก้ไขปัญหา ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น
3. ภาคประชาชน
 - ร่วมวางแผน กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดำเนินงาน