

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทุนทางสังคมที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ (OTOP) : กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น
ผู้วิจัย	: นางสาวพิมพ์รัตน์ ผาคำ
ประธานที่ปรึกษา	: ดร.ณัฐเชษฐ ฟูเจริญ
กรรมการที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิติมา วิทยาวงศรจิ
ประเภทสารนิพนธ์	: วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาและบันทึกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดขอนแก่น
 2. เพื่อศึกษาถึงผลของทุนทางสังคม (ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ด้านการต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย) ที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น
 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก
- งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายระดับ 3 - 4 ดาว ทุกกลุ่ม (จำนวน 153 กลุ่ม) ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น

ผลของการวิจัยระบุว่า

1. ทุนทางสังคมมีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มอยู่ในระดับมาก ความสำคัญของทุนทางสังคมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านการต่างตอบแทน ด้านบรรทัดฐาน/จารีต และด้านเครือข่าย
2. ทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับยอดขายและจำนวนสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับแนวทางและกิจกรรมที่จะสนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มมีอยู่
3 ประการคือ

1. ควรมีหน่วยงานของรัฐที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน
ทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด ด้านการเงินและด้านการเรียนรู้ของ
สมาชิกและคณะกรรมการกลุ่ม

2. กรมการพัฒนาชุมชนควรมีการฝึกอบรมนักพัฒนาชุมชน และผู้นำชุมชน ให้ทราบ
ถึงบทบาทและความสำคัญของทุนทางสังคม และใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

3. กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายทั้งที่ประสบผลสำเร็จและยังไม่ประสบ
ผลสำเร็จควรให้ความสำคัญทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อ
ความสำเร็จในด้านการเพิ่มยอดขายและจำนวนสมาชิก



Title : SOCIAL CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR SUPPORTING
ACHIEVEMENTS OF THE ONE TAMBON ONE PRODUCT
PROJECT (OTOP): A CASE STUDY OF KHON KAEN

Author : Miss Phimonrut phakhum

Major Adviser : Dr.Nattachet Pooncharoen

Adviser : Assoc.Prof. Dr.Sujinda Chemsripong
: Assist.Prof.Thitima Wittayawongruchi

Type Degree : Master of Economics (M.Econ) Naresuan University, 2006

Abstract

The objectives of this study are

1. To study and record general information related to groups of garment producers, the One Tambon One Product (OTOP) project in Khonkaen.
2. To study effects of social capital (information, trust, norm, reciprocity, network) on the operation of the groups of garment producers in Khonkaen
3. To study the relationship between social capital and the achievement of the groups of garment producers in Khonkaen, measured by sales, product levels, fund and number of members.

This research used questionnaire and in-dept interviews to obtain quantitative and qualitative data of all groups of garment producers classified as 3-4 stars in 2004.

This research indicates that

1. The effect of social capital on the operation of the groups is high. Social capital ranked from high to low are information, trust, reciprocity, norm and network
2. The relationship between social capital (trust) and sales, and between social capital (trust) and number of members is 5% statistically significant.

Recommendations on the ways and activities to support the achievement of the groups are the following.

1. The government should set up a responsible office to gather information necessary for improving efficiency of business operations such as marketing and finance of every members and group committee

2. Community Development Department of the Ministry of Interior should set up training programs for community developers and group leaders to understand roles and important of social capital and utilize it in group operations

3. Garment producer groups with and without achievement should realize the important of social capital because it is a factor that affect achievement in sales and number of members.

