

## บทคัดย่อ

ชื่อภาคีพันธ์	:	การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา ตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์
ชื่อผู้เขียน	:	นางลาวบวรรัตน์ ศุภระภาญจน์
ชื่อปริญญา	:	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)
ปีการศึกษา	:	2544

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) เพื่อเสนอแนะการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่และคณะทำงานสนับสนุนการปฏิบัติการพัฒนาชนบทระดับตำบล(คปต.)

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 116 คน แยกเป็นสมาชิกและคณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 106 คน และเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และคณะทำงานสนับสนุนการปฏิบัติการพัฒนาชนบทระดับตำบล (คปต.) จำนวน 10 คน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า

1. องค์กรธุรกิจชุมชนของตำบลโคกสะอาด มีผลการดำเนินงานโดยรวมในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 99.1 การบริหารจัดการของกลุ่มโดยเฉพาะความสามารถในการหาตลาด การจัดระบบบัญชีตรวจสอบได้ และการมีส่วนร่วมของสมาชิก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับบทบาทของสมาชิก และผู้นำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและการจัดสรรผลประโยชน์ให้สมาชิกซึ่งอยู่ในระดับสูง

(2)

2. ปัญหาอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน คือ ขาดการแนะนำ และสนับสนุนให้บุคลากรของกลุ่ม มีความรู้และทักษะในการดำเนินและแก้ปัญหาด้านการจัดการธุรกิจชุมชน

3. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และ คปต. มีบทบาทอยู่ในระดับปานกลางในการเข้าไปร่วมกิจกรรมของกลุ่ม เช่น การประชุม การติดตามผลงาน การให้คำแนะนำ และการรายงานผลความก้าวหน้าให้ผู้บังคับบัญชาทราบ และให้การสนับสนุนด้านทุน และการศึกษาดูงานในระดับต่ำ สำหรับระดับปัญหาอุปสรรคที่มีมาก และจะท้อออกมาให้เห็น คือ ค่าใช้จ่ายในการไปราชการมีน้อย ไม่มี ยานพาหนะ และ แนวทางปฏิบัติงานไม่ชัดเจน

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ คือ

1. กำหนดแนวทางการดำเนินงานแก่ส่วนราชการต่าง ๆ ให้ชัดเจน มีการเน้นย้ำเจ้าหน้าที่ให้ร่วมปฏิบัติงานในโครงการอย่างใกล้ชิด จริงจังและต่อเนื่อง และจัดสรรงบประมาณให้เจ้าหน้าที่เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติงานด้วย

2. กลุ่มมีการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะด้านการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการอยู่ตลอดเวลา รู้จักใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาด และการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ต้องการของตลาด รวมทั้งมีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่าง ๆ เพื่อขยายฐานการผลิต และการจำหน่ายให้มากขึ้น