

บทที่ 2

ตรวจเอกสารและแนวคิดทางทฤษฎี

ตรวจเอกสาร

คาราวรรณ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาดและโอกาสทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาคเหนือ: กรณีศึกษาผ้าทอตีนจกพื้นเมืองของจังหวัดแพร่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการทางด้านการผลิตของผ้าทอตีนจก จังหวัดแพร่ จากผลการศึกษาพบว่าชาวบ้านผู้ทอผ้าตีนจกมีอาชีพส่วนใหญ่คือทำนาและทำการทอผ้าเป็นอาชีพเสริม โดยทอผ้าในช่วงระยะเวลาที่ว่างจากการทำนา ในส่วนของการคิดต้นทุนนั้นชาวบ้านผู้ทอผ้าไม่ได้ประเมินค่าจ้างแรงงานของตนเองเอาไว้ในต้นทุนด้วย ทั้งนี้เพราะชาวบ้านมีความเห็นว่าทอผ้าเพราะไม่มีอะไรจะทำจึงเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จึงไม่ได้มีการบวกค่าแรงงานของตนเองเอาไว้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุน และนอกจากนี้ชาวบ้านทอผ้าโดยมีการสืบราคาเรื่อยมา นับตั้งแต่ได้รับการอบรมเมื่อปี พ.ศ. 2541 ซึ่งส่งผลให้ชาวบ้านผู้ทอผ้ารู้สึกว่าการทอผ้าต้นทุนในการทอผ้าต่ำมาก ดังนั้นเมื่อมีผู้ทอผ้ามากขึ้นมีจำนวนผ้าที่ทอได้มากขึ้นก็เกิดปัญหาของการตัดราคากันเอง อันส่งผลให้ราคาผ้าทอตีนจกราคาตกต่ำในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับราคาในอดีตที่ราคาสูงกว่านี้ พร้อมกันนี้ในด้านการตลาดชาวบ้านผู้ทอไม่ได้มีการแปรรูปผ้าทอให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆที่มีรูปแบบหลากหลาย การทอผ้ามักเป็นการทอตามความพอใจของผู้ทอมากกว่าเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค จึงส่งผลให้สินค้าไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย อีกทั้งยังประสบกับปัญหาการแข่งขันของผ้าทอที่มาจากจังหวัดอื่น และผ้าทอที่มาจากประเทศลาวและพม่า ประกอบกับวัตถุดิบที่ใช้ในปัจจุบันต้องทำการซื้อหามาจากที่อื่น ทางแก้ไขที่สามารถทำได้ก็คือ ให้มีการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากรัฐบาล ภาคเอกชน และกลุ่มชาวบ้านผู้ทอผ้า ดำเนินการแก้ปัญหาและทำหน้าที่ดำเนินงานในลักษณะที่ครบวงจรจากการผลิตสินค้าไปจนถึงการตลาด และร่วมกันกำหนดราคาซื้อขายจากชาวบ้านผู้ทอผ้าในราคาที่เหมาะสมรวมไปถึงการวิจัยตลาดผู้บริโภค การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย

ธาราผล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากป่านสรนารายณ์: กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง สาขาศิลปาชีพจักสานป่านสรนารายณ์

โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ป่านสรนารายณ์ ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ 4 ประเภทคือ หมวกปีกเล็ก หมวกปีกใหญ่ กระเป๋าคาดอก กระเป๋าสบาย และรวมทั้งศึกษาภาพทางการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานป่านสรนารายณ์ จากผลการศึกษาพบว่าต้นทุนการผลิตของ หมวกปีกเล็ก หมวกปีกใหญ่ กระเป๋าคาดอกและกระเป๋าสบายเท่ากับ 79.34 112.99 237.75 และ 258.90 บาทต่อใบ ตามลำดับ สมาชิกได้รับกำไรเท่ากับ 20.66 17.02 22.25 และ 31.10 บาทต่อใบ ตามลำดับ ทางด้านวิธีการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานป่านสรนารายณ์ ส่วนใหญ่กระจายจากสมาชิกไปยังสหกรณ์ เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศร้อยละ 79.57 ทางด้านส่วนเหลือจากการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสบาย กระเป๋าคาดอก หมวกปีกเล็ก หมวกปีกใหญ่ พบว่าถ้าจำหน่ายผ่านสหกรณ์จะมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับ 10 บาทต่อใบ ทางด้านส่วนเหลือจากการตลาดโดยการจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกเท่ากับ 192.50 175 135 และ 122.50 บาทต่อใบ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ศึกษาภาพการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานป่านสรนารายณ์พบว่ามีความเป็นไปได้ แต่ควรมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การจัดจำหน่ายอีกทั้งการควบคุมคุณภาพให้ได้ตามความต้องการของตลาด

อมรทิพย์ และคณะ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่องสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาเครื่องจักสานจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการศึกษาสถานการณ์การผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตและการตลาด โดยทำการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดด้วยวิธี SWOT Analysis และกำหนดกลยุทธ์สำหรับกลุ่มผู้ผลิตจักสานตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง จากการศึกษพบว่าผู้ผลิตจักสานส่วนใหญ่ทำจักสานเป็นอาชีพเสริมจากการทำการเกษตร โดยรายได้จากการทำจักสานประมาณรายละ 2,000-3,000 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตส่วนใหญ่จะกำหนดด้วยตนเอง หรือกำหนดกันเองในกลุ่มสมาชิก หรือเป็นรูปแบบที่ได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำจักสานส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำจักสานมักจะเป็นเครื่องมือที่ง่าย ผลิตภัณฑ์จักสานที่ผลิตได้จะมีคุณภาพไม่คงที่และปริมาณที่ผลิตได้ก็ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ทำการผลิต นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตจักสานตัวอย่างผลิตมีชนิด รูปแบบ และขนาดของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การพัฒนาชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างซ้ำๆ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้เน้นการใช้วัสดุธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ค่อนข้างต่ำ โดย

ส่วนใหญ่เป็นการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มผู้ผลิตจักสานประสบที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาความไม่เพียงพอของเงินทุน การขาดทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการขาดตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ผลการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดพบว่า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมภายในเข้มแข็งในระดับปานกลาง และสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อกลุ่มผู้ผลิตในระดับปานกลาง ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ผลิตจึงได้แก่ “กลยุทธ์รักษาสถานะเดิม”

พิชญนันท์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนของการผลิตผ้าทอพื้นเมืองระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาอุปสรรคต่างๆ การเก็บข้อมูลได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มผู้ทอผ้าในเขตอำเภอสันกำแพงทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทอผ้าทรายมูล กลุ่มทอผ้าบ้านป่าสักขวาง กลุ่มทอผ้าบ้านออนใต้และกลุ่มทอผ้าบวกค้าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆรวม 4 ประเภทที่ทำการผลิตในระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนให้อัตราส่วนกำไรต่อต้นทุนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 32.73 อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 31.60 และอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 159.25 เมื่อพิจารณาอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด ได้แก่ ผ้าชิ้นทอเป็นผืนขนาด 38 นิ้ว $\times$ 175 เซนติเมตร รองลงมาได้แก่ ผ้าทอหน้ากว้าง 38 นิ้วและผ้าทอหน้ากว้าง 42 นิ้ว ส่วนผ้าทอหน้ากว้าง 13 นิ้ว ให้ผลตอบแทนต่ำที่สุดเพราะนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อย ปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองในเขตอำเภอสันกำแพงคือ การขาดเงินทุนหมุนเวียนที่จะนำมาซื้อวัตถุดิบหรือวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น การขาดเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยให้มีการผลิตที่มีความรวดเร็ว การขาดประสิทธิภาพในการผลิตทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ประกอบกับราคาที่จำหน่ายมักจะไม่ยุติธรรม เนื่องจากถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง ส่วนข้อเสนอแนะรัฐบาลควรจัดให้มีหน่วยงานช่วยฝึกอบรมเทคนิคการผลิตให้แก่ผู้ผลิตและให้ข่าวสารข้อมูลทางการตลาด ช่องทางการจำหน่าย การจัดตั้งสหกรณ์เพื่อให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาและให้กู้เงิน แต่การให้กู้เงินแก่สมาชิกมีข้อระวังคือ การกู้ไม่ควรให้เป็นตัวเงินควรให้กู้ในรูปของวัตถุดิบที่จำเป็นแก่การผลิต ซึ่งจะช่วยลดปัญหาพ่อค้าคนกลางและผู้ลงทุน และสหกรณ์นี้เป็นทางเลือกหนึ่งที่จะพัฒนาอาชีพการทอผ้าพื้นเมืองระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนให้ดีขึ้น

อมรทิพย์ (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาวะการณ์ทั่วไปและประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 4 ประเภท ได้แก่ กลุ่มจักสานย่านลิเภา กลุ่มแกะตัวหนังตะลุง กลุ่มผลิตภัณฑ์กระจูด และกลุ่มพัดใบกระพ้อ รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรม โดยใช้แบบจำลองชิปปี้ (CIPP Model) ในการวิเคราะห์ จากผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มหัตถกรรมตัวอย่างทุกกลุ่มประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมส่วนใหญ่ได้แก่ ปัญหาการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม ความไม่เพียงพอของเงินทุน ความไม่เพียงพอของวัตถุดิบในท้องถิ่น อาคารที่ทำการกลุ่มมีขนาดไม่เหมาะสมกับความต้องการใช้ของกลุ่ม การขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการขาดทักษะในการเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้ ประการแรกเนื่องจากกลุ่มหัตถกรรมทุกประเภทประสบปัญหาด้านคล้ายคลึงกัน ดังนั้นในเบื้องต้นกลุ่มหัตถกรรมทุกประเภทจึงควรมีการประสานความร่วมมือกันเพื่อกำหนดกรอบแนวทางในการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าวในภาพรวมก่อน หลังจากได้กรอบแนวทางในการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาในภาพรวมแล้ว ควรนำแนวทางในภาพรวมมาหารือร่วมกันเพื่อกำหนดมาตรการที่ชัดเจน สำหรับการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาของแต่ละกลุ่มประเภทหัตถกรรม ประการที่สองกลุ่มหัตถกรรมต่างๆควรมุ่งแสวงหาความแตกต่างที่เป็นลักษณะเด่นของกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว และประการสุดท้ายควรจัดให้มีการประชุมระหว่างประธานกลุ่มหัตถกรรมทุกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องทุกเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อกลุ่มหัตถกรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ดวงสมร (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขว ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายและประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่ม จากการศึกษพบว่า แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มมาจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายถึงร้อยละ 50.15 ของรายได้รวมทั้งหมด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท ประเภทแรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประเภทที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีสังเคราะห์จากโรงงาน ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่มได้แก่ ฝักคลุมเตียง ฝักห่ม ฝักคลุมไหล่ ซึ่งต้นทุนค่าเส้นด้ายและแรงงานในครัวเรือน

เป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 52.74 และร้อยละ 41.15 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ ค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 17.28 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 22.57 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ทางช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 5.80 และร้อยละ 22.57 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่าย ตามลำดับ ส่วนผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า คุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทางด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขบซึ่งได้ว่ากลุ่มแม่บ้านมีศักยภาพสูงในการปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่มโดยอาศัยกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาโดยรวมคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรควรให้ความสนใจในเรื่องการปรับปรุงคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มที่สามารถทำกำไรและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นอกจากนี้กลุ่มควรเพิ่มช่องทางการตลาดโดยผ่านเครือข่ายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐ

สุวิมล (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียน อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต และช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และวิเคราะห์กลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาพบว่าแหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ของแม่บ้านเกษตรกรมาจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายถึงร้อยละ 40.04 ของรายได้รวมทั้งหมด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยแม่บ้านเกษตรกรสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท ประเภทแรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประเภทที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีสังเคราะห์ ซึ่งต้นทุนค่าแรงงานในครัวเรือนและค่าเส้นฝ้ายเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 56.97 และร้อยละ 37.90 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่าต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 5.02 และร้อยละ 30.57 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ส่วนผลจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า เกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อที่สำคัญมากที่สุดของผู้บริโภคคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับการใช้ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อย ทางด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียนพบว่า กลุ่มแม่บ้าน

ได้อาศัยกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่ เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาโดยรวมคือ กลุ่มแม่บ้านควร เพิ่มช่องทางการตลาดโดยผ่านเครือข่ายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และควรมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้านตาลเลียนมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กิตติวุฒิ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิต ภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินา รายน จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและช่องทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาพบว่าแหล่งที่มาของรายได้ของ แม่บ้านเกษตรกรส่วนหนึ่งมาจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 38.40 ของ รายได้รวมทั้งหมด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยแม่บ้านเกษตรกรสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประเภทที่สองเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่มได้แก่ ผ้าตัดชุดลายขิด ผ้าอเนกประสงค์ ผ้าขาวม้าและผ้าม้วน ซึ่งต้นทุนค่าเส้นด้ายและแรงงานในครัวเรือนเป็นต้นทุนการ ผลิตที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 33.44 และร้อยละ 61.10 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ตามลำดับ ค่า เฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือน และจากการลงทุนในการผลิตผลิต ภัณฑ์เท่ากับ 14.57 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 56.33 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์บ่งชี้ว่าต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 3.65 และร้อยละ 22.12 ของราคาของผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ส่วนผลจากการสำรวจผู้บริโภคแสดงให้เห็น ว่าคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแสดงให้เห็นว่า กลุ่มแม่บ้านมี ศักยภาพสูงในการปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่ม โดยอาศัยกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสมาเป็น แนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่ เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม ข้อเสนอแนะที่ได้ จากผลการศึกษาโดยรวมคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรควรให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสินค้าและ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นอกจากนี้กลุ่มควรเพิ่มช่องทางการ ตลาดโดยผ่านเครือข่ายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐ

ลาวิตรี (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาดและการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาด การประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่งสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติและย้อมสีสังเคราะห์ โดยร้อยละ 99.88 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนผันแปรซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือค่าเส้นฝ้ายและค่าแรงงาน และร้อยละ 0.12 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ส่วนค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 10.85 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 40.63 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 42.97 และร้อยละ 1.92 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญของผู้บริโภคคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการกำหนดราคาและตัวผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางด้านการวิเคราะห์ถึงการดำเนินงานของกลุ่มโดยใช้ตัวชี้วัดทั้ง 4 ด้านคือ สภาวะแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการ และปัจจัยออก พบว่ากลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่งประสบความสำเร็จในระดับสูง ทางด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่งพบว่า ทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อให้ได้บรรลุถึงการดำเนินงานที่ดีขึ้นของกลุ่ม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การผลิต

เศรษฐศาสตร์การผลิตทางการเกษตร (Economic of Agricultural Production) เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐศาสตร์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้แนวทางแก่ผู้ผลิตคือเกษตรกรในการที่จะใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพดีที่สุด ซึ่งการแก้ปัญหาของนักเศรษฐศาสตร์การผลิตจัดเป็น Normative Economics คือเป็นการเสนอแนะการใช้ปัจจัยการผลิตทางการเกษตรอันได้แก่ ที่ดิน

แรงงาน ทุน และการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ได้รับกำไรสูงสุด (ศรีชัย, 2539: 4)

ในการผลิตจะมีปัญหาหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. จะผลิตอะไร (What to Produce) ซึ่งเป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตผลกับผลิตผล (Product-Product Relationship) เพื่อให้ทราบว่าควรจะมีผลิตผลอะไร ร่วมกันเท่าไรจึงจะทำให้มีรายได้มากที่สุด
2. จะผลิตอย่างไร (How to Produce) เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับปัจจัย (Factor-Factor Relationship) เพื่อให้ทราบว่าควรจะใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆร่วมกันอย่างไรจึงจะผลิตผลิตผลให้เสียต้นทุนต่ำที่สุด
3. จะผลิตเท่าไร (How much to Produce) ปัญหาในเรื่องนี้เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับผลิตผล (Factor-Product Relationship) ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องทราบว่าควรใช้ปัจจัยเท่าไร เพื่อให้ได้ผลิตผลตามที่ต้องการและเพื่อที่จะทำให้ได้กำไรสูงสุด อันเป็นวัตถุประสงค์หลักของการผลิต

แนวคิดทฤษฎีต้นทุนและผลตอบแทน

โครงสร้างต้นทุน

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต เช่น ค่าปัจจัยต่างๆ ตลอดจนค่าบริการในกระบวนการผลิตระยะสั้น ต้นทุนทั้งหมดประกอบด้วยต้นทุน 2 ประเภท คือ (ศรีชัย, 2539: 17-19)

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่มีจำนวนรวมไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงที่พิจารณา แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณกิจกรรมไปในทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตาม ส่วนต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมสูงขึ้นและจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายซึ่งมีจำนวนรวมเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรม

ซึ่งนอกจากนี้ยังแบ่งต้นทุนออกเป็นต้นทุนที่เป็นตัวเงินและต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน ต้นทุนที่เป็นตัวเงินคือ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ผู้ผลิตจ่ายจริงทั้งที่เป็นเงินสดและเงินเชื่อในการซื้อปัจจัยการผลิต ส่วนต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงินคือ ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายไปจริงเป็นเงินสดหรือเงินเชื่อ แต่เป็นการประเมินค่าปัจจัยการผลิตต่างๆ ตามราคาของสินค้าหรืออัตรากำลังในท้องถิ่นที่เกิดขึ้น เช่น ค่าเสื่อมและค่าเสียโอกาสของปัจจัยต่างๆของผู้ประกอบการ ค่าแรงงานในครัวเรือน เป็นต้น

ผลตอบแทน

1. รายได้ หมายถึง รายรับที่เกษตรกรได้รับจากการประกอบอาชีพโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ที่เกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

2. กำไร หมายถึง ผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับหลังจากหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดซึ่งเป็นผลตอบแทนจากการที่เกษตรกรลงทุนลงแรงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

แนวคิดทางการตลาด

วิธีการตลาด (Marketing Channel) เป็นการศึกษาถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้ค้าประเภทใด และผู้ค้าแต่ละประเภทได้รับในปริมาณเท่าใดก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยปกติแสดงปริมาณในรูปร้อยละ ซึ่งวิธีการตลาดจะแสดงถึงลักษณะการกระจายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคในที่สุด

ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายและราคาจากผู้ผลิตได้รับ ส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกันคือ ต้นทุนในการดำเนินการตลาดและกำไรของผู้ค้า (สมคิด, 2543: 157-161)

อัจจิมาและคณะ (2544) ได้เสนอแนวคิดของช่องทางการตลาดไว้ว่า ลักษณะช่องทางการตลาดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนของระดับช่องทางการตลาดโดยช่องทางการตลาดจะเริ่มจากผู้ผลิตซึ่งเป็น

เจ้าของหรือผู้รับผิดชอบต่อการขาย ความยาวช่องทางการตลาดขึ้นอยู่กับประเภทของสมาชิกในช่องทางการตลาดนั้นๆ โดยลักษณะของช่องทางการตลาดแบบต่างๆมีดังนี้

2 ระดับ ผู้ผลิต → ผู้บริโภค

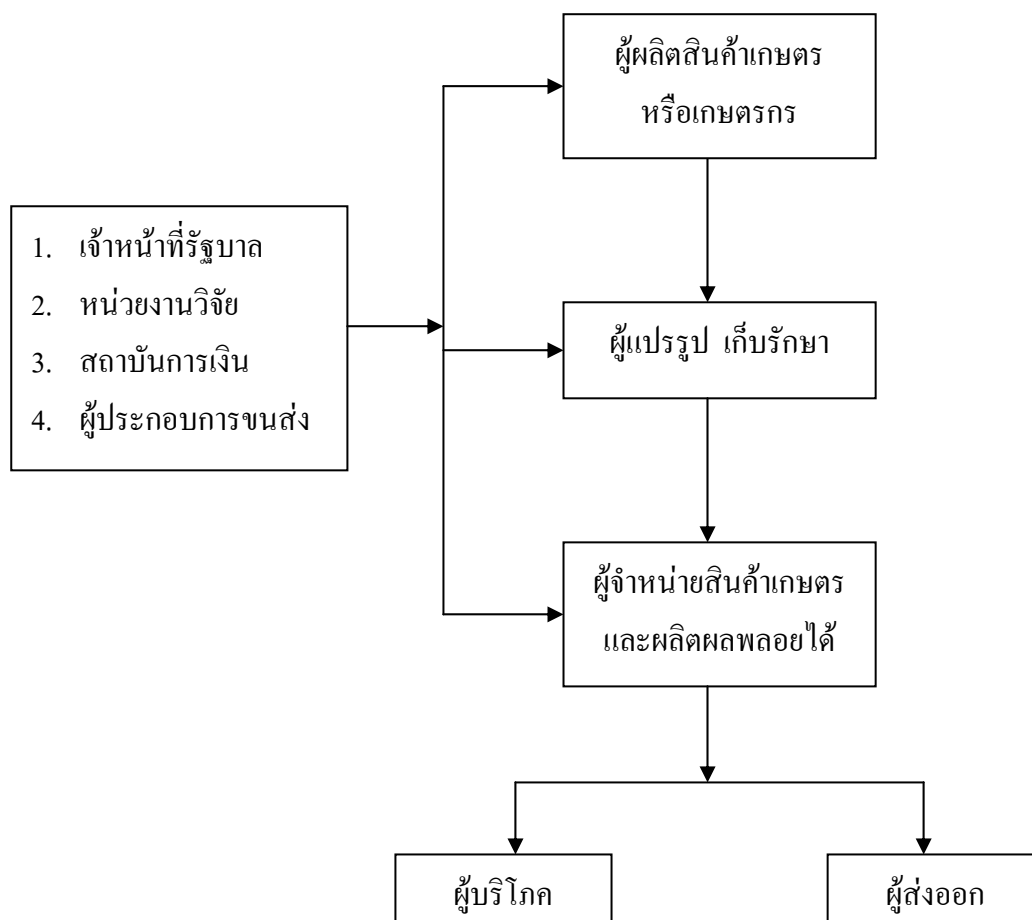
3 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค

4 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าส่ง → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค

5 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าส่ง → พ่อค้าส่งย่อย → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค

จิรพร (2528) ได้กล่าวถึงการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปว่า สามารถจัดจำหน่ายได้ 2 ทางใหญ่ๆ คือ จัดจำหน่ายโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเองและพ่อค้าคนกลางนำไปจำหน่ายต่อ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่การตลาดสินค้าเกษตรดังต่อไปนี้

1. ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรผลิตได้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ทำให้เกษตรกรมีรายได้
2. ช่วยให้อุปทานของสินค้าอยู่ในตลาดต่อเนื่องตลอดทั้งปี และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสม่ำเสมอ แม้แต่ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการผลิตแล้วก็ตาม
3. ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อขาย ขนส่ง และการกำหนดราคา
4. เป็นแหล่งเงินทุนของกลุ่มแม่บ้านอีกแหล่งหนึ่งโดยการให้สินเชื่อ ซึ่งช่วยให้เกษตรกรมีเงินทุนเพียงพอสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ
5. เข้ามารับความเสี่ยงจากการแปรปรวนขึ้นลงของราคาสินค้าเกษตรที่มีอยู่เสมอ
6. ให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในลักษณะที่รวดเร็วกว่าข่าวสารทางราชการ ช่วยให้กลุ่มแม่บ้านติดตามสถานการณ์ของตลาดได้ดีขึ้น ซึ่งมองโดยรวมของวิธีการตลาดสินค้าโดยทั่วไป ดังเช่นภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดสินค้าเกษตร

ที่มา: คัดแปลงจาก จิรพร (2528: 31)

พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำ โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภคคือ บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปของสินค้าและบริการ ที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด (ศุภร, 2545: 7)

พฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับสาเหตุการใช้ เกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อ ตลอดจนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจะใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้าย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะ

ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งผู้ที่สร้างมาตรวัดอันนี้คือ R.A. Likert โดยเป็นการอาศัยหลักการวัดค่ารวม (Summative Scale) มาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ตเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันมากที่สุดวิธีการหนึ่งเพราะง่ายกว่าวิธีการอื่นๆ วิธีการของลิเคิร์ตนั้นมีคุณสมบัติของการวัดในด้านความเป็นมิติเดียว (Unidimensionality) กล่าวคือ ข้อความต่างๆ ที่นำมาประกอบกันเพื่อใช้วัดความคิดเห็นในแต่ละด้านของเรื่องที่ต้องการศึกษานั้นต้องเป็นข้อความที่ใช้วัดในเรื่องเดียวกัน (เพ็ญแข, 2540: 80) โดยรายละเอียดของการให้คะแนนสำหรับคำถามมีดังนี้

ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจน้อย	2	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

ซึ่งในการทดสอบระดับความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายใช้วิธีการคำนวณค่าถ่วงน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score: WMS) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (อังกัวรรณ, 2545: 39-40)

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

กำหนดให้	WMS	=	น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ
	f_1	=	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจมากที่สุด
	f_2	=	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจมาก
	f_3	=	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจปานกลาง
	f_4	=	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจน้อย
	f_5	=	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจน้อยที่สุด
	TNR	=	จำนวนตัวอย่างหรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย จะใช้เกณฑ์มาตรฐานเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่คำนวณได้ตามขั้นตอนดังนี้

ตารางที่ 3 เกณฑ์ที่ใช้เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคกับค่าคะแนนที่คำนวณได้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย
4.21 - 5.00	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
2.61 - 3.40	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81 - 2.60	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.80	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

$$\begin{aligned}
 \text{หมายเหตุ: ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

แบบจำลองชิปปี้ (CIPP Model)

อมรทิพย์ (2546) ได้กล่าวถึงแบบจำลองชิปปี้ไว้ดังนี้

CIPP Model ซึ่งเสนอโดย Daniel L.Stufflebeam แห่งมหาวิทยาลัย Ohio State University เป็นแบบจำลองที่ได้รับความสนใจจากนักประเมินผลเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันคำว่า CIPP เป็นคำย่อของคำว่า Context Input Process และ Product รูปแบบของการประเมินนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลหรือสารสนเทศเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจหาทางเลือกที่เหมาะสม ในการประเมินนั้นมุ่งประเมินสิ่งที่ต้องการจะประเมิน 4 ประการด้วยกันคือ 1. สภาพแวดล้อม เพื่อพัฒนาจุดมุ่งหมายของโครงการ 2. ปัจจัยเข้า เพื่อออกแบบโครงการ 3. กระบวนการ เพื่อประเมินขั้นตอนในการดำเนินการตามโครงการ และ 4. ผลผลิต เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ตามโครงการ การประเมินด้านต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การประเมินบริบทหรือสิ่งแวดล้อม เป็นรูปแบบพื้นฐานของการประเมินทั่วไปเพื่อให้ได้มาซึ่งเหตุผล เพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจะเน้นในด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความต้องการ และเงื่อนไขที่เป็นจริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ช่วยในการวินิจฉัยปัญหาให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

2. การประเมินปัจจัยเข้า เป็นการจัดหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจความเหมาะสมของแผนงานต่างๆ ที่จัดขึ้น โดยดูว่าข้อมูลนั้นจะมีส่วนช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายของโครงการหรือไม่ ซึ่งมักจะประเมินในด้านต่างๆ คือ

2.1 ความสามารถของหน่วยงานหรือตัวแทนในการจัดการโครงการ

2.2 ยุทธวิธีที่ใช้ในการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.3 การได้รับความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้โครงการดำเนินไปได้ เช่น หน่วยงานที่จะช่วยเหลือ เวลา เงินทุน อาคารสถานที่ อุปกรณ์และเครื่องมือ

3. การประเมินกระบวนการ มีวัตถุประสงค์ใหญ่อยู่ 3 ประการ คือ

3.1 เพื่อหาและทำนายข้อบกพร่องของกระบวนการ หรือดำเนินการตามขั้นตอนที่วางไว้

3.2 เพื่อรวบรวมสารสนเทศสำหรับผู้ตัดสินใจวางแผน

3.3 เพื่อเป็นการรายงานสะสมถึงการปฏิบัติต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. การประเมินผลผลิต มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดและแปลความหมายของความสำเร็จไม่เฉพาะเมื่อสิ้นสุดวัฏจักรของโครงการเท่านั้น แต่ยังมีคามจำเป็นอย่างยิ่งในระหว่างการปฏิบัติตามโครงการด้วย ระเบียบวิธีทั่วไปของการประเมินผลผลิตจะรวมถึงต่างๆต่อไปนี้ไว้เข้าด้วยกันคือ การดูว่า การกำหนดวัตถุประสงค์นั้นนำไปใช้ได้หรือไม่ เหน้ก้นในการวัดสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรมคืออะไร การเปรียบเทียบผลที่ได้กับมาตรฐานที่กำหนดไว้ก่อน และทำการแปล

ความหมายของเหตุที่เกิดขึ้น โดยอาศัยจากรายงานการประเมินสภาพแวดล้อม ปัจจัยเข้า และกระบวนการร่วมด้วย

ดังนั้น สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า แบบจำลอง CIPP มุ่งประเมินใน 4 ด้าน ได้แก่

1. การประเมินสภาวะแวดล้อม เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ
2. การประเมินปัจจัยเข้า เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของความพอเพียงของทรัพยากร อาทิเช่น จำนวนคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งเทคโนโลยีและแผนการของการดำเนินโครงการ
3. การประเมินกระบวนการ เป็นการประเมินเพื่อหาข้อบกพร่องของกระบวนการดำเนินการที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงให้การดำเนินการต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. การประเมินผลผลิต เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับจุดประสงค์ของโครงการ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ตัวชี้วัด ค่าหน่วยวัดขององค์ประกอบของตัวแปรหลัก มาตรฐาน และเกณฑ์ชี้วัดของ อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลกลุ่มหัตถกรรม ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราชปี พ.ศ. 2546 โดยรายละเอียดของตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัดของตัวแปรหลักที่ใช้ในการประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 7 ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินบริบท

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
บริบท (Context)	- สภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของ ชุมชน (Econ)	- การมีอาชีพหลักของคนในชุมชน (EC_1)	0=มีจำนวนน้อย
		- การไปทำงานต่างถิ่นของคนในชุมชน (EC_2)	1=มีจำนวนปานกลาง
		- การมีที่ดินทำกินเป็นของตนเองของคนในชุมชน (EC_3)	2=มีจำนวนมาก
	- สภาวะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรม ในอดีต (Group)	- การเคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (G_1)	0=ไม่เคยมี
			1=เคยมี
		- ระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มหัตถกรรมครั้งแรกจนถึง ปัจจุบัน (G_2)	จำนวน
	- ความต้องการการรวมกลุ่มของสมาชิก	- จำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับ จำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในปัจจุบัน (G_3)	อัตราส่วน
		- การมีความต้องการการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมของกลุ่ม (D)	0=ไม่ต้องการ
			1=ต้องการ
	- ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิก (Friendship)	- ชาวบ้านได้มีการพบปะอย่างสม่ำเสมอในงานบุญต่างๆของชุมชน เช่น งานทอดกฐินผ้าป่า งานวัด เป็นต้น (F_1)	0=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		- นอกจากการพบปะกันที่วัดแล้วชาวบ้านยังมีการไปชุมนุมร่วมกัน ในสถานที่อื่นๆในชุมชนอยู่เสมอ (F_2)	1=ไม่เห็นด้วย 2=เห็นด้วย 3=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
		- เมื่อเว้นว่างจากงานแล้วชาวบ้านมักอยู่ด้วยกันตามลำพังไม่ค่อยมี โอกาสสนทนาพูดคุยกัน (F_3)	
		- หากมีคนนอกหมู่บ้านถามถึงใครคนใดคนหนึ่งในหมู่บ้านชาวบ้าน สามารถบอกได้ว่าเป็นลูกเต้าเหล่าใคร (F_4)	
		- ในละแวกบ้านใกล้เรือนเคียงภายในหมู่บ้านท่านชาวบ้านยังรู้จัก สนิทสนมกันดี (F_5)	
	- ความสะดวกของการคมนาคม เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (Infra)	- สภาพของถนนที่เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (R)	0=สภาพของถนนไม่ดี 1=สภาพของถนนดี 2=สภาพของถนนดีมาก

ที่มา: อมรทิพย์ (2546)

ตารางที่ 5 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินปัจจัยเข้า

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
ปัจจัยเข้า (Input)	- สมาชิกกลุ่ม (Member)	- ความเพียงพอของจำนวนสมาชิกกลุ่ม (ME_1)	0=ไม่เพียงพอ 1=เพียงพอ
		- ระดับทักษะของสมาชิกในการทำผลิตภัณฑ์ (ME_2)	0=กลุ่มมีสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ในระดับดีน้อยกว่าร้อยละ 50 1=กลุ่มมีสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ในระดับดีมากกว่าร้อยละ 50
	- เงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม (Fund)	- ความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม (FU_1)	0=ไม่เพียงพอ 1=เพียงพอ
		- การได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (FU_2)	0=ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1=เคยได้รับการสนับสนุน
	- วัตถุดิบ (Raw Material)	- ความเพียงพอของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM_1)	0=ไม่เพียงพอ 1=เพียงพอ
		- คุณภาพของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM_2)	0=คุณภาพไม่ดี 1=คุณภาพดี
		- การเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัตถุดิบจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (RM_3)	0=ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1=เคยได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
	- เครื่องมือเครื่องใช้ (Tools)	- ความเพียงพอของเครื่องมือเครื่องใช้ (T_1)	0=ไม่เพียงพอ 1=เพียงพอ
		- คุณภาพของเครื่องมือเครื่องใช้ (T_2)	0=คุณภาพไม่ดี 1=คุณภาพดี
		- การเคยได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือเครื่องใช้จากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (T_3)	0=ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1=เคยได้รับการสนับสนุน
	- อาคารสถานที่หรือที่ทำการกลุ่ม (Place)	- การมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม (P_1)	0=ไม่มีอาคารสถานที่เฉพาะ 1=มีอาคารสถานที่เฉพาะ
		- อาคารสถานที่มีขนาดเหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิกกลุ่ม (P_2)	0=ขนาดไม่เหมาะสม 1=ขนาดเหมาะสม
		- อาคารสถานที่มีจำนวนเพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่ม (P_3)	0=จำนวนไม่เพียงพอ 1=จำนวนเพียงพอ
		- การเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่หรือที่ทำการกลุ่มจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (P_4)	0=ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1=เคยได้รับการสนับสนุน

ที่มา: อมรทิพย์ (2546)

ตารางที่ 6 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินกระบวนการ

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
กระบวนการ (Process)	- การบริหารกลุ่ม (Management)	- การมีประธานหรือหัวหน้ากลุ่ม (M_1) - การมีการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน (M_2) - การมีการกำหนดระเบียบเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับการดำเนินงาน (M_3) - การมีการชี้แจงการดำเนินงานกลุ่มแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ (M_4) - การมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในกลุ่ม (M_5) - การมีการจัดสรรผลประโยชน์/ผลกำไรที่ได้จากการรวมกลุ่มอาชีพ (M_6) - การประชุมกลุ่มแต่ละครั้งมีสมาชิกเข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 60 (M_7)	0=ไม่มี 1=มี
	- ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม (Leadership)	- ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มให้มีการรวมกลุ่มอาชีพ (L_1) - การทำกิจกรรมใหม่ๆ ส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำกลุ่ม (L_2) - ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มประธานกลุ่มให้สมาชิกกลุ่มมีโอกาสร่วมในการแก้ไขปัญหานั้นเสมอ (L_3) - ผู้นำกลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (L_4) - ผู้นำกลุ่มร่วมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก (L_5) - เมื่อกลุ่มมีปัญหาผู้นำกลุ่มสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ (L_6) - ผู้นำกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ (L_7) - ผู้นำกลุ่มมีความรู้ความสามารถในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (L_8)	0=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1=ไม่เห็นด้วย 2=เห็นด้วย 3=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
	- การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม (Cooperation)	- สมาชิกเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่มีการประชุมกลุ่ม (C_1) - ทุกครั้งที่กลุ่มมีปัญหาสมาชิกกลุ่มร่วมกันให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ (C_2) - เมื่อมีการลงคะแนนเสียงภายในกลุ่มสมาชิกมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ (C_3) - สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมพบปะสังสรรค์พูดคุยกับสมาชิกท่านอื่นอย่างสม่ำเสมอ (C_4) - มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกกลุ่มด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ (C_5) - สมาชิกกลุ่มช่วยกลุ่มจัดหาตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มอย่าง สม่ำเสมอ (C_6)	0=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1=ไม่เห็นด้วย 2=เห็นด้วย 3=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ที่มา: อมรทิพย์ (2546)

ตารางที่ 7 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและค่าหน่วยวัดที่ใช้เพื่อการประเมินปัจจัยออก

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
ปัจจัยออก (Product)	- ผลประโยชน์ที่สมาชิกของ กลุ่มได้รับ (Benefit)	- การได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกลุ่มของ สมาชิก (B_1)	0=ไม่ได้รับรายได้ที่เพิ่มขึ้น 1=ได้รับรายได้ที่เพิ่มขึ้น
		- กลุ่มได้จัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมให้แก่ สมาชิกอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม (B_2)	0=จัดสรรอย่างไม่เสมอภาคและไม่เป็นธรรม 1=จัดสรรอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม
		- กลุ่มมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก (B_3)	0=ไม่มีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก 1=มีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก
	- ผลผลิตขั้นของกลุ่ม (Output)	- ผลผลิตขั้นของกลุ่มมีการพัฒนารูปแบบอย่าง สม่ำเสมอ (O_1)	0=ไม่มีการพัฒนารูปแบบอย่างสม่ำเสมอ 1=มีการพัฒนารูปแบบอย่างสม่ำเสมอ
		- ผลผลิตขั้นของกลุ่มได้รับการยอมรับและเป็น ที่ต้องการของตลาด (O_2)	0=ผลผลิตขั้นของกลุ่มไม่ได้รับการยอมรับและไม่ เป็นที่ต้องการของตลาด 1=ผลผลิตขั้นของกลุ่มได้รับการยอมรับและเป็น ที่ต้องการของตลาด

ที่มา: อมรทิพย์ (2546)

ส่วนมาตรวัดและเกณฑ์ชี้วัดในการประเมินผลของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้ว ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย จะแบ่งการประเมินผลเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การประเมินบริบทของกลุ่ม การประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่ม การประเมินกระบวนการของกลุ่ม และการประเมินปัจจัยออกของกลุ่ม จากรายละเอียดของตัวแปรหลัก องค์ประกอบของตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและค่าหน่วยวัดขององค์ประกอบของตัวแปรหลักในการประเมินดังตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 7 นั้น สามารถนำมาใช้สร้างมาตรวัดเพื่อการประเมินผลกลุ่มได้ 5 มาตรวัด ได้แก่ 1. มาตรวัดผลการประเมินบริบท (Context) 2. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า (Input) 3. มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ (Process) 4. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก (Product) และ 5. มาตรวัดความสำเร็จของกลุ่ม (Success) ซึ่งแต่ละมาตรวัดที่สร้างขึ้นมีรายละเอียดของเกณฑ์การวัดสรุปได้ดังนี้ (อมรทิพย์: 2546, 67)

1. มาตรวัดผลการประเมินบริบท (Context)

ในการประเมินบริบทผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาบริบทออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ สภาพะทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน สภาพะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ความต้องการการรวมกลุ่มของสมาชิก ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่ม และความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดของเกณฑ์การชี้วัดเพื่อประเมินบริบทในแต่ละส่วนดังนี้

1.1 มาตรวัดผลการประเมินสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน (Econ)

การประเมินสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน จะพิจารณาจากการมีอาชีพหลักของคนในชุมชน มาตรวัดผลการประเมินสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$Econ = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\frac{\sum_{i=1}^3 EC_i}{3} \right)}{n} \cdot \frac{100}{2}$$

โดยที่ EC_i = ตัวแปรหลักด้านเศรษฐกิจของชุมชน ลำดับที่ i

n = จำนวนรวมของสมาชิกกลุ่ม

j = ลำดับที่ของสมาชิกกลุ่ม; $j = 1, 2, \dots, n$

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

1.2 มาตรวัดผลการประเมินสถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (Group)

$$G_{\text{Group}} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 G_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ G_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับสถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ลำดับที่ i ซึ่งมีรายละเอียดในการกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

- G_1 มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่อไม่เคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต
มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่อเคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต
- G_2 มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่อระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มอาชีพครั้งแรกจนถึงปัจจุบันน้อยกว่า 5 ปี
มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่อระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มอาชีพครั้งแรกจนถึงปัจจุบันมากกว่าเท่ากับ 5 ปี
- G_3 มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่ออัตราส่วนระหว่างจำนวนสมาชิกกลุ่มเมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มในปัจจุบันน้อยกว่า 1
มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่ออัตราส่วนระหว่างจำนวนสมาชิกกลุ่มเมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มในปัจจุบันมากกว่าเท่ากับ 1

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีตจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

1.3 มาตรการวัดผลการประเมินความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิก (Desire)

$$\text{Desire} = \frac{\sum_{j=1}^n D_j}{n} \cdot 100$$

โดยที่ D_j = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการมีความต้องการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมของสมาชิกกลุ่มคนที่ j

ดังนั้นมาตรการวัดผลการประเมินความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิกจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

1.4 มาตรการวัดผลการประเมินความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่ม (Friendship)

$$\text{Friendship} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^5 F_i / 5 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ F_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความคุ้นเคยรู้จักกัน ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการวัดผลการประเมินความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่มมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

1.5 มาตรการวัดผลการประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (Infra)

การประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่มพิจารณาจากสภาพของถนนที่เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\text{Infra} = \frac{\sum_{j=1}^n R_j}{n} \cdot \frac{100}{2}$$

โดยที่ R_j = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการ
กลุ่มของสมาชิกกลุ่มคนที่ j

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม
จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินบริบท จำนวนได้ดังนี้

$$\text{Context} = \left(\frac{\text{Econ} + \text{Group} + \text{Desire} + \text{Friendship} + \text{Infra}}{5} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0-100 คะแนน

2. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า (Input)

ในการประเมินปัจจัยเข้าผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาปัจจัยเข้าเป็น 5 ด้าน มาตรวัดผลการ
ประเมินปัจจัยเข้าทั้ง 5 ด้านมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

2.1 มาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่ม (Member)

มาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของจำนวน
สมาชิกกลุ่ม และทักษะของสมาชิกในการผลิตผลิตภัณฑ์ ดังนี้

$$\text{Member} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 \text{ME}_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ ME_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับสมาชิกกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0-100
คะแนน

2.2 มาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม (Fund)

มาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินการของกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่มและการเคยได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Fund} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 \text{FU}_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ FU_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับเงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินงานของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

2.3 มาตรการผลการประเมินวัตถุดิบ (Raw Material)

มาตรการผลการประเมินวัตถุดิบของกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น คุณภาพของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัตถุดิบจากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{RawMaterial} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 \text{RM}_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ RM_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับวัตถุดิบ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินวัตถุดิบจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

2.4 มาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ (Tools)

มาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ จะพิจารณาจากคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ ความเพียงพอของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ จากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Tools} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 T_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ T_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

2.5 มาตรการผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่ม (Place)

มาตรการผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่ม จะพิจารณาจากการมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อดำเนินงานของกลุ่ม การมีอาคารสถานที่ที่มีขนาดเหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิกกลุ่ม การมีอาคารสถานที่ที่มีจำนวนเพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่ม และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่จากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Place} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^4 P_i / 4 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ P_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับอาคารสถานที่ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Input} = \left(\frac{\text{Member} + \text{Fund} + \text{RawMaterial} + \text{Tools} + \text{Place}}{5} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

3. มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ (Process)

ในการประเมินกระบวนการผู้นำกลุ่มได้แยกพิจารณาประเมินกระบวนการออกเป็น 3 ด้าน มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการทั้ง 3 ด้าน มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

3.1 มาตรวัดผลการประเมินการบริหารงานของกลุ่ม (Management)

$$\text{Management} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^7 M_i / 7 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ M_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการบริหารงานของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินการบริหารงานของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

3.2 มาตรวัดผลการประเมินความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่ม (Leadership)

$$\text{Leadership} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^8 L_i / 8 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ L_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่มลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินผลความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่ม จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

3.3 มาตรวัดผลการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม (Cooperation)

$$\text{Cooperation} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^6 C_i / 6 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ C_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Process} = \left(\frac{\text{Management} + \text{Leadership} + \text{Cooperation}}{3} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

4. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก (Product)

ในการประเมินประสิทธิภาพปัจจัยออก ผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาประเมินปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกทั้ง 2 ด้าน มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

4.1 มาตรวัดผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ (Benefit)

มาตรวัดผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ จะพิจารณาจากการได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก กลุ่มได้จัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมให้แก่สมาชิกอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก ดังนี้

$$\text{Benefit} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 B_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ B_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่สมาชิกกลุ่มได้รับ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

4.2 มาตรวัดผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (Output)

มาตรวัดผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะพิจารณาจากการที่กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอและการที่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนี้

$$\text{Output} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 O_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ O_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0- 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Product} = \left(\frac{\text{Benefit} + \text{Output}}{2} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

5. มาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรม (Success)

การประเมินความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วในจังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาจาก ผลการประเมินบริบท ปัจจัยเข้า กระบวนการและปัจจัยออก ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{Success} = \left(\frac{\text{Context} + \text{Input} + \text{Process} + \text{Product}}{4} \right)$$

มาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 - 100 คะแนน

เพื่อความสะดวกในการแปลความหมายของค่ามาตรวัด ได้กำหนดช่วงการวัดของมาตรวัดต่างๆ ได้แก่ มาตรวัดผลการประเมินบริบท มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก และมาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมที่คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่แบ่ง}} \\ &= \frac{100 - 0}{5} \\ &= 20 \end{aligned}$$

ดังนั้นการแปลความหมายของค่ามาตรวัดแต่ละมาตรวัดจะเป็นดังนี้

ก. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0-20 คะแนน หมายถึง บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1-40 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1-60 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1-80 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1-100 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

ข. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0-20 คะแนน หมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1-40 คะแนน หมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1-60 คะแนน หมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1-80 คะแนน หมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1-100 คะแนน หมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับสูงมาก

ค. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0-20 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1-40 คะแนนหมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1-60 คะแนนหมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1-80 คะแนนหมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1-100 คะแนนหมายความว่ากลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูงมาก

ง. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0-20 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1-40 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1-60 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1-80 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1-100 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูงมาก

จ. การแปลความหมายมาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0-20 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1-40 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1-60 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1-80 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1-100 คะแนน หมายถึง ความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับสูงมาก

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค หรือ SWOT Analysis

แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค หรือ SWOT Analysis เป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร โดยพยายามใช้จุดแข็งและโอกาสขององค์กรให้เกิดประโยชน์ ในขณะที่พยายามแก้จุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่องค์กรประสบอยู่ โดยคำว่า SWOT มาจากคำนำหน้าภาษาอังกฤษของคำต่างๆ เหล่านี้คือ S: Strengths (จุดแข็ง), W: Weaknesses (จุดอ่อน), O: Opportunities (โอกาส) และ T: Threats (อุปสรรค) โดยรายละเอียดของการวิเคราะห์ SWOT Analysis มีดังนี้ (ศิริวรรณ, 2541: 28)

1. จุดแข็ง (Strengths) หมายถึงการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในขององค์กรหรือหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานการตลาด การผลิต การวิจัยและพัฒนาเพื่อการพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในขององค์กร องค์กรที่บรรลุความสำเร็จจะนำมาประกอบการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรโดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งจากการดำเนินงานภายในเหล่านี้

2. จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึงการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในเพื่อนำไปปรับความสามารถในการดำเนินงานของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จขององค์กรด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต การวิจัยและพัฒนา ที่องค์กรไม่สามารถกระทำได้ดีหรือเป็นจุดอ่อนขององค์กรเพื่อให้ทราบจุดอ่อนที่สร้างปัญหาให้องค์กรจำเป็นต้องแก้ไข องค์กรจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อองค์กรทำการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถลบล้าง หรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น

3. โอกาส (Opportunities) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรองค์กรจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี การพัฒนาของคอมพิวเตอร์และไบโอเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติของสมาชิกและการแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้น เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ผลิตภัณฑ์ บริการและกลยุทธ์ของกลุ่มต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

4. อุปสรรค (Threats) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินงานขององค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ อาทิเช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี การแข่งขัน ความเข้มแข็งของคู่แข่งและอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

โดยในการศึกษาค้นคว้านี้ได้เลือกใช้วิธีในการวิเคราะห์ที่เรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT Matrix เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจการให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งมีรายละเอียดดังภาพที่ 2

	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
โอกาส (Opportunities)	มีจุดแข็งและมีโอกาส	มีจุดอ่อนแต่มีโอกาส
อุปสรรค (Threats)	มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค	มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค

ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT Matrix

จากภาพที่ 2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. มีจุดแข็งและมีโอกาส ในกรณีนี้องค์กรใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
2. มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค ในกรณีนี้องค์กรใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้
3. มีจุดอ่อนแต่มีโอกาส ในกรณีนี้องค์กรพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนแล้วจึงปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
4. มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค ในกรณีนี้องค์กรจะใช้กลยุทธ์การตัดทอน เช่น การเลิกกิจการ การถอนผลิตภัณฑ์ การรวมองค์กร เป็นต้น