

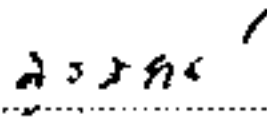
การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้น
ดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี


มธุรี บุญริ้ว

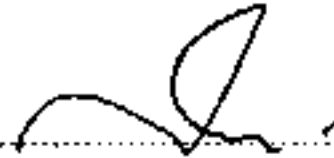
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
คณะพัฒนาสังคม
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
พ.ศ.2547

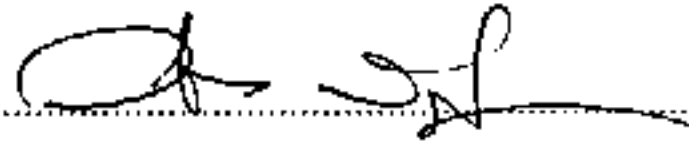
การประเมินผลการทำงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้น
ดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
มยุรี บุญริ้ว
คณะพัฒนาสังคม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... ประธานกรรมการ
(ดร.สุรสิทธิ์ วัชรขจร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... กรรมการ
(ดร. ชัยพร พิบูลศิริ)

รองศาสตราจารย์..... กรรมการ
(ดร.สากล จริยวิทยานนท์)

อาจารย์..... คณบดี
(จิริย ภูพำดี)

วันที่ 6 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2547

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์ : การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ชื่อผู้เขียน : นางสาวมยุรี บุญวีร์

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปีการศึกษา : 2547

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อประเมินปัจจัยนำเข้า ขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อประเมินกระบวนการขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) เพื่อประเมินผลลัพธ์ ผลที่ได้จากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การศึกษานี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุดจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาทั้งหมด 90 คน โดยแยกเป็นคณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 3 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดจำนวน 60 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้าหลายส่วนมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ดี ได้แก่ จำนวนบุคลากรที่เพียงพอและมีคุณภาพ มีแหล่งเงินทุนเป็นของตนเอง มีความพร้อมทางด้านวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการผลิต มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ และที่สำคัญมีการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชนชาติมอญ ที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด และถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งนับเป็นจุดที่จะทำให้อาชีพการทำเครื่องปั้นดินเผาไม่สูญหายไปจากวิถีชีวิตของชาวเกาะเกร็ด

2. กระบวนการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ มีผลการดำเนินงานโดยรวมในระดับสูง การบริหารจัดการของกลุ่มโดยเฉพาะความสามารถในการหาตลาด การจัดระบบบัญชีตรวจสอบได้ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับ บทบาทของสมาชิกและผู้นำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์ให้สมาชิกซึ่งอยู่ในระดับสูง

3. องค์กรธุรกิจชุมชน มีผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงเกินกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 66.7 แสดงถึงความเข้มแข็งของชุมชนเกาะเกร็ดว่าค่อนข้างมีความเข้มแข็งค่อนข้างสูง สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ เนื่องจากการระดมทุนมาจากของสมาชิกกลุ่มเอง และการสร้างผลกำไรและรายได้เป็นที่พอใจของสมาชิกกลุ่มเกือบทุกคน แต่หากพิจารณาในเรื่องของความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 64.4 แสดงถึงแนวความคิดโดยรวมของกลุ่มว่ายังไม่ให้ความสำคัญกับการขยายตลาดเท่าที่ควร

4. ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน คือการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำเครื่องปั้นดินเผาสู่คนรุ่นหลัง ในระยะหลังมีคนสนใจรับช่วงน้อยในอนาคตอาจจะไม่มีผู้สืบทอด

ABSTRACT

Title of Thesis : Evaluation of the Performance of Community Business Organization in the OTOP Project : A Case Study of the Porcelain Group at Tambon Koh Kred, Pakkred District, Nonthabuti Province

Author : Miss.Mayruree Boonrew

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2004

The objectives of the study were to evaluate (1) the inputs of the community business organizations in the OTOP Project, (2) the operational process of the community business organizations, (3) the outcome of the operation of the community business organizations and (4) to identify the problems and obstacles to their operation.

Two sets of questionnaire were used to collect the data, one set for 90 members of the porcelain group and three members of its management team, and the other set for 60 tourists who visited Koh Kred. The SPSS program was used for data analyses. Frequency, percentage, mean and standard deviation were used to describe the data.

The findings were summed up as follows :

1. Inputs Many inputs were found to be good. That is, there was enough qualified personnel. It had its own investment fund. Its material, equipment and technology for production were ready. The package designs were developed. Importantly, local intellect of the Mon tribe living on Koh Kred was put to use. This uniqueness of the community was important because it kept porcelain production to exist there.

(6)

2. **Business operation** The performance of the porcelain group was high. The ability to find markets, the auditing system and participation of the members were found to be rather high, while the roles of the members and the leader, product development and share of benefits to the members were found to be high.

3. The overall performance of this community business organization was above average (66.7%). This indicated the strength of the Koh Kred community, which could self-reliant in business because it can mobilize fund from its members and can earn profits. The income satisfied almost all the group members. Regarding satisfaction with market expansion, more than half of the members were satisfied with it at a high level (64.4%). However, as a whole, this showed that the group did not give enough importance to market expansion.

4. The problems of the group's operation were transfer of local intellect of porcelain production to the next generation. These who wanted to inherit this were small in number. In the future there might be no one who want to inherit this heritage.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ถือเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ส่วนหนึ่งของการศึกษาในคณะพัฒนาสังคม ซึ่งผลของการเรียนรู้นี้ เป็นการพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนการสอนในทุกสาขาวิชา และเป็นการจัดระบบความคิดในการนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป

ผลจากการวิเคราะห์และวิจัยในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี มาจากคณาจารย์คณะพัฒนาสังคมทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ จนทำให้ผู้วิจัยมีองค์ความรู้ที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. สุรสิทธิ์ วัชรราช ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้เสียสละเวลาในการตรวจแก้ไข ให้คำแนะนำปรึกษา พร้อมทั้งกระตุ้นให้งานชิ้นนี้เสร็จทันเวลา รวมทั้ง รศ.ดร.สาทร จริยวิทยานนท์ และ ผศ.ดร.ชัยพร พิบูลศิริ กรรมการที่ปรึกษา ที่คอยให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด ที่เต็มใจในการให้ข้อมูลด้วยดี และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ในขณะเก็บข้อมูล รวมทั้งหน่วยงานรัฐที่ให้การสนับสนุนในด้านเอกสาร

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รุ่น 33 ทุกคนที่คอยให้กำลังใจ มาโดยตลอด ท้ายสุดขอขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และสนับสนุนด้านงบประมาณโดยตลอด คุณธาดาธีรจารุกุล ซึ่งเป็นกำลังใจและพลังสำคัญที่สุดที่ทำให้ประสบความสำเร็จในงานวิจัยชิ้นนี้

มยุรี บุญใจ

ตุลาคม 2547

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| <u>บทคัดย่อ</u> | (3) |
| ABSTRACT | (5) |
| กิตติกรรมประกาศ | (7) |
| สารบัญ | (8) |
| สารบัญตาราง | (10) |
| สารบัญภาพ | (13) |
| | |
| <u>บทที่ 1 บทนำ</u> | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 3 |
| 1.3 ขอบเขตของการศึกษา | 4 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| <u>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</u> | 6 |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์การธุรกิจชุมชน | 6 |
| 2.2 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ | 20 |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล | 26 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ | 55 |
| 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ | 68 |
| 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 71 |
| <u>บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา</u> | 76 |
| 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา | 76 |
| 3.2 นิยามปฏิบัติการ | 81 |
| 3.3 วิธีการประเมิน | 84 |

| | |
|---|-----|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | 89 |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไป | 89 |
| 4.2 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า | 94 |
| 4.3 ผลการประเมินกระบวนการ | 106 |
| 4.4 ผลการประเมินผล | 116 |
| บทที่ 5 สรุปผลการประเมิน อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | 124 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 124 |
| 5.2 อภิปรายผล | 131 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 140 |
| บรรณานุกรม | 143 |
| ภาคผนวก | 151 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามสมาชิกกลุ่มนวัตกรรมเครื่องปั้นดินเผา | 152 |
| ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน | 160 |
| ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว | 161 |
| ประวัติผู้เขียน | 163 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|--|-----|
| 2.1 | เปรียบเทียบรายละเอียดของFormative & Summative Evaluation | 50 |
| 3.1 | กรอบแนวคิดการประเมินปัจจัยนำเข้า | 77 |
| 3.2 | กรอบแนวคิดการประเมินกระบวนการ | 79 |
| 3.3 | กรอบแนวคิดการประเมินผล | 80 |
| 4.1 | แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา) | 90 |
| 4.2 | แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด) | 93 |
| 4.3 | ผลการประเมินความพอใจของจำนวนบุคลากร | 94 |
| 4.4 | ผลการประเมินความพอใจของจำนวนบุคลากร ในด้านการจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติมในทุกกระบวนการผลิตสินค้า | 95 |
| 4.5 | ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในด้านทักษะในการผลิต | 96 |
| 4.6 | ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของชื่อเสียง จากกระบวนการผลิตในช่วงแรก | 96 |
| 4.7 | ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของการปรับปรุง เพื่อให้ชื่อเสียงในกระบวนการผลิตลดลง | 97 |
| 4.8 | ผลการประเมินงบประมาณในด้านที่มาของแหล่งเงินทุนของกลุ่มตัวอย่าง | 97 |
| 4.9 | ผลการประเมินวัตถุประสงค์ในด้านการมีเตาเผาเป็นของตนเองหรือไม่ | 98 |
| 4.10 | สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง | 98 |
| 4.11 | วิธีการแก้ปัญหาที่เกิดจากกลุ่มตัวอย่างไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง | 99 |
| 4.12 | ผลการประเมินความพร้อมของวัตถุดิบในการผลิต | 100 |
| 4.13 | ผลการประเมินว่ากลุ่มตัวอย่างมีการนำเทคโนโลยีใหม่ มาใช้ในการผลิตหรือไม่ | 101 |
| 4.14 | กลุ่มตัวอย่างได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผามาจาก | 102 |

| | | |
|------|---|-----|
| 4.15 | กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสหรือมีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไปหรือไม่ | 102 |
| 4.16 | ผลการประเมินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้อุดขายสูงขึ้น | 103 |
| 4.17 | ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ | 103 |
| 4.18 | กลุ่มตัวอย่างได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้า เพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่ | 104 |
| 4.19 | ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับผลจากการกำหนดตราสินค้า | 104 |
| 4.20 | วิธีการประชาสัมพันธ์สินค้าสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง | 106 |
| 4.21 | ผลการประเมินการวางแผนดำเนินการของกลุ่ม | 106 |
| 4.22 | ผลการประเมินลักษณะการกำหนดกฎเกณฑ์หรือกติกาในการทำงาน | 107 |
| 4.23 | ผลการประเมินการจัดการเงินทุนของกลุ่มว่า ใช้แหล่งเงินทุนจากที่ใดเป็นหลัก | 107 |
| 4.24 | ผลการประเมินความสามารถในการหาตลาด | 108 |
| 4.25 | ผลการประเมินด้านการตลาด | 108 |
| 4.26 | ผลการประเมินด้านระบบบัญชี | 109 |
| 4.27 | ผลการประเมินด้านความโปร่งใสของระบบบัญชี | 109 |
| 4.28 | ผลการประเมินด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม | 110 |
| 4.29 | ผลการประเมินด้านบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม | 112 |
| 4.30 | ผลการประเมินบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มในภาพรวม | 112 |
| 4.31 | ผลการประเมินความพึงพอใจต่อปริมาณการผลิตของกลุ่ม | 113 |
| 4.32 | ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม | 114 |
| 4.33 | ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่ม | 115 |
| 4.34 | ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความเป็นธรรม ในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม | 116 |
| 4.35 | แหล่งตลาดสินค้าของกลุ่ม | 117 |
| 4.36 | ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่ม | 117 |

| | |
|---|-----|
| 4.37 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันของแต่ละครัวเรือน | 118 |
| 4.38 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบกิจการ เครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มตัวอย่าง | 118 |
| 4.39 ผลจากการประกอบกิจการโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนของกลุ่มตัวอย่าง | 119 |
| 4.40 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันของแต่ละครัวเรือน | 119 |
| 4.41 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม | 120 |
| 4.42 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเลือกซื้อ | 120 |
| 4.43 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ | 122 |
| 4.44 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม | 123 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรในระบบเปิด | 19 |
| 2.2 แนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ | 25 |
| 2.3 แสดงขั้นตอนการประเมินโครงการ | 37 |
| 2.4 แสดงตัวแบบ Input – Output Model | 39 |
| 2.5 โมเดลพื้นฐานของ Stufflebeam | 40 |
| 2.6 ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจและประเภทของการประเมิน โมเดลของสตัฟเฟิลบีม | 42 |
| 2.7 ตัวแบบ CPO'S Evaluation Model | 45 |
| 2.8 แบบจำลองการประเมินของ Tyler | 46 |
| 2.9 เมตริกซ์การบรรยายและการตัดสินคุณค่า | 48 |
| 2.10 ประเด็นที่ประเมินและการพิจารณาความสัมพันธ์และความสอดคล้อง | 49 |
| 2.11 การเปรียบเทียบสัมบูรณ์และการเปรียบเทียบสัมพัทธ์ | 49 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลภายใต้การนำของ พล.ร. นายกรัฐมนตรี พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ได้เข้ามาบริหารราชการแผ่นดินเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 โดยได้กำหนดให้มีนโยบายเร่งด่วนที่จะยกระดับการทำงานและคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ชนบท จึงกำหนดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้า โดยรัฐเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั่วประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้คณะรัฐมนตรีได้กำหนดจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านแห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุน สร้างอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและวิสาหกิจขนาดเล็กในครัวเรือน

การพัฒนากลุ่มอาชีพเป็นมาตรการหนึ่งตามยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองที่กระทรวงมหาดไทยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชนดูแลและรับผิดชอบ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้สนองตอบแนวนโยบายของกระทรวงโดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการผลิต สนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต ให้ความรู้ทางวิชาการโดยการอบรมสัมมนา ทั้งในส่วนของกลางและส่วนภูมิภาค สนับสนุนพัฒนาบรรจุกภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากรมการพัฒนาชุมชนจะได้ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพประสิทธิภาพกลุ่มอาชีพไปได้ในระดับหนึ่ง แต่ปัญหาในกลุ่มอาชีพก็ยังมีอยู่ ปัญหาหลักที่สำคัญที่พบจากการพัฒนาสินค้าชุมชนที่ผ่านมา คือ ปัญหาด้านการตลาด สินค้าผลิตแล้วขายไม่ได้ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดแล้วพบว่า สาเหตุหลัก คือ การผลิตสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ ไม่ได้รูปแบบที่ตลาดต้องการ อันเกิดจากการไม่ได้เอาตลาดหรือลูกค้าเป็นตัวตั้ง และการขาดความเป็น "ผู้ประกอบการมืออาชีพ" ทำให้ไม่สามารถวางแผนประกอบการธุรกิจและแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การเงิน และบัญชี ส่งผลให้ธุรกิจสินค้า

ชุมชนไม่สามารถพัฒนาให้ก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ กรมการพัฒนาชุมชนได้น้อมนำเอากระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง “เศรษฐกิจแบบพอเพียง” มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนรวมกลุ่มผู้มีภูมิปัญญาและความชำนาญด้านการผลิตเป็นกลุ่มอาชีพเกิดขึ้นมากมาย และพัฒนากระบวนการผลิต คุณภาพ และมาตรฐานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น และกรมการพัฒนาชุมชนได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์หรือทุนของชุมชนเป็นรายตำบล เกิดโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์สินค้าพัฒนาชุมชนแต่ละพื้นที่ สร้างจุดขายที่ดีให้กับชุมชน ลดความซ้ำซ้อนของสินค้าในพื้นที่ และลดปัญหาทางด้านการตลาดสินค้าพัฒนาชุมชนทำให้มีช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น การที่จะทำให้การดำเนินงานโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยกระบวนการของชุมชนที่จะมาสร้างชุมชนให้คน คิดได้ ทำเป็น ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยมองเห็นถึงคุณค่าจากสรรพสิ่งที่อาจเชื่อมต่อการพัฒนา ขณะเดียวกันสอนให้คนได้รู้จักการส่งเสริมการตลาด การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเครือข่ายองค์กร การวิจัยและประเมินผลได้ด้วยตนเอง ยึดหลักการที่ว่าประชาชนต้องร่วมคิดร่วมทำโดยตนเอง หน่วยงานราชการ ภาคเอกชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนและให้คำปรึกษาแนะนำการดำเนินงานเท่านั้น

กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดกระบวนการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product Movement) โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีผลิตภัณฑ์ที่ตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจได้ยั่งยืน ซึ่งมีกลยุทธ์ในการพัฒนาตามกระบวนการอยู่ 4 กลยุทธ์ คือ

1. การส่งเสริมการตลาด เน้นเรื่อง E-Commerce เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันที่การค้าของโลกได้เปลี่ยนเป็นระบบการค้าเสรี ทำให้การแข่งขันด้านการผลิตสินค้า บริการ ตลอดจนของต่อความต้องการของผู้บริโภคและสามารถค้าขายในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดตั้งร้าน “ไทยพัฒนาชุมชน” เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งของการจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยมีองค์กรที่มีความเป็นอิสระและความคล่องตัวในรูปแบบบุคคลเป็นผู้บริหารจัดการ

2. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เน้นเรื่องการพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อให้เกิดการยอมรับในมาตรฐานสินค้า เช่น หย. รหัสมาตรฐานแห่งชาติ เป็นต้น และเน้นเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์มีมูลค่าสูงขึ้น โดยจัดให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

3. การพัฒนาเครือข่ายองค์กร เน้นเรื่องการพัฒนาองค์กรเครือข่ายพัฒนาชุมชนที่เป็นนิติบุคคล / สมาคม / บริษัท เพื่อเป็นองค์กรที่มีสภาพบุคคลถูกต้องตามกฎหมาย มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการและเป็นองค์กรแกนกลางในการพัฒนาสมาชิก นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้จัดตั้งสหกรณ์บริการไทยพัฒนาชุมชน จำกัด เพื่อให้มีองค์กรที่มีความเป็นอิสระ เป็นนิติบุคคลที่สามารถแสวงหาผลกำไรมาแบ่งปันภายในหมู่สมาชิก

4. การวิจัยและการประเมินผล เน้นเรื่องการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลผลการศึกษาจากชุมชนโดยตรง และเพื่อต้องการทราบตัวชี้วัดรายได้ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และความรู้สึกเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของคนในตำบล

จากแนวทางดังกล่าวข้างต้น กระบวนการบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจชุมชนต่อโครงการจึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงได้เลือกกรณีศึกษาขององค์กรธุรกิจชุมชน คือ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนด และทำให้ทราบถึงการดำเนินงานของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องฝ่ายต่าง ๆ และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานของตำบลดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาแก้ไข ปรับปรุง และขยายการดำเนินงานต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ

1. เพื่อประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ วัตถุดิบ เทคโนโลยี ภูมิปัญญาชาวบ้าน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการประชาสัมพันธ์

2. เพื่อประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) ขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงใดในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจชุมชน บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม

3. เพื่อประเมินผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) ผลที่ได้จากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ เพียงใด โดยประเมินถึงประสิทธิผลของโครงการในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ขนาดของตลาด ยอดขายของแต่ละครัวเรือน รายได้ของแต่ละครัวเรือน และความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

4. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ

1. ปัจจัยนำเข้าขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการผลิต ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี วัตถุดิบ ภูมิปัญญาชาวบ้านและการส่งเสริมการขาย ในประเด็นที่เกี่ยวกับ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและการประชาสัมพันธ์

2. กระบวนการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในประเด็นดังต่อไปนี้ การบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจชุมชน บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม

3. ประสิทธิภาพของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา โดยประเมินจากความคิดเห็นของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีต่อโครงการ

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการประเมินจะกำหนดการศึกษาไว้ที่ ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจะศึกษาเฉพาะกรณีอาชีพเครื่องปั้นดินเผาในพื้นที่ หมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด หมู่ที่ 6 บ้านเลาธงทอง หมู่ที่ 7 บ้านโองอ่าง เนื่องจาก 3 หมู่บ้านนี้เป็นชุมชนที่มีการประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผาเป็นอุตสาหกรรมหลัก

1.3.3 ขอบเขตด้านช่วงเวลา ที่ทำการประเมิน ระหว่าง 1 ธันวาคม 2546–31

พฤษภาคม 2547

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการประเมินครั้งนี้คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ ดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบถึงสภาพของปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านของการผลิต ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ วัตถุดิบ เทคโนโลยี ภูมิปัญญาชาวบ้านและการส่งเสริมการขาย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการประชาสัมพันธ์
2. ทำให้ทราบถึงกระบวนการ (Process Evaluation) การดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในด้านการบริหารจัดการขององค์การธุรกิจชุมชน บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม
3. ทำให้ทราบถึงผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) ที่เกิดขึ้นจากการผลิต การส่งเสริมการขาย และกระบวนการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ว่ามีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้หรือไม่
4. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปปรับใช้กับการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และปรับใช้กับการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินโครงการอื่น ๆ ต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นการศึกษาประเมินผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์การธุรกิจชุมชน
- 2.2 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์การธุรกิจชุมชน

2.1.1 แนวคิดการจัดการเศรษฐกิจชุมชน

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจะต้องมีองค์ประกอบ 4 ส่วน (บวรรัตน์ สุภระกาญจน์, 2544: 5 -7) คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ องค์ประกอบการจัดการ กระบวนการจัดการ และหน่วยงาน / องค์การที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ ไม่ว่าจะมีความเป็นบุคคลในครอบครัว กลุ่มองค์กร / ชุมชน และประชาคม จะมีพฤติกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งอาจเป็นการผลิต การบริโภค และการจำแนกแจกจ่ายด้วยกันทั้งสิ้น และการพัฒนาเศรษฐกิจในชนบทหรือชนบทก็ตาม จะต้องอาศัยเครื่องมือ (Means) ซึ่งได้แก่ การจัดการนั่นเอง

สถาบันทางเศรษฐกิจมีหลายรูปแบบ อันประกอบด้วย บุคคล ครอบครัว กลุ่มองค์กร / ชุมชน และประชาคมใด ๆ สถาบันทางเศรษฐกิจเหล่านี้จะประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งทางด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ยกตัวอย่างทางด้านเกษตร เช่น การผลิตสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา เป็นตะกร้า กระเป๋า และการผลิตดอกไม้แห้งจากยางพารา เป็นต้น และทางด้านบริการ เช่น การจัดตั้งร้านค้าสาธิต จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) ได้ระบุแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชนบทว่าเป็นแบบบูรณาการ กล่าวคือ พยายามประสานการพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งหมายถึง การพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยการร่วมลงทุนเป็นเจ้าของกิจการ ดำเนินการบริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งองค์ประกอบของการบริหารจัดการเศรษฐกิจธุรกิจโดยทั่วไปประกอบด้วย การบริหารการผลิต การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน และการบริหารกำลังคนซึ่งอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้น ๆ

กระบวนการในการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพจึงควรจัดระบบการวางแผน เช่น การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนขององค์กร รวมทั้งการหาแนวทางและวิธีการที่จะนำไปสู่เป้าหมายนั้น ด้วยการจัดระบบ อันได้แก่ การออกแบบโครงสร้างตำแหน่งงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายงาน การจัดกำลังคน เช่น มีการคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงาน/เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก เช่น การปรับสภาพงานและจิตใจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างงาน และประการสุดท้าย การควบคุมงาน ซึ่งประกอบไปด้วยการวัดผลงานเปรียบเทียบกับเป้าหมายและประเมินผลงานออกมาเพื่อปรับปรุงแผนงานและดำเนินการแก้ไขในโอกาสต่อไป

การพัฒนาและการบริหารจัดการให้บรรลุเป้าหมายจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคองค์กรพัฒนาเอกชน ฯลฯ ให้เกิดการมีส่วนร่วม คือ ร่วมมือและร่วมปฏิบัติอย่างจริงจัง การบริหารจัดการเศรษฐกิจชนบทจะต้องมีปัจจัยภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ระบบการเมือง ภาษีอากร กฎหมายข้อบังคับ ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมย่อมส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชนบทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในประเทศที่มีคนยากจนรัฐบาลได้พยายามที่จะให้ประชาชนกินดีอยู่ดี ด้วยการนำกลวิธีชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนโดยมีกระบวนการที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ความร่วมมือของประชาชนด้วยศรัทธา เพื่อจะสร้างเสริมระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้น โดยอาศัยความคิดริเริ่มของตนเองเป็นสำคัญ
2. การกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและวิธีการ เพื่อให้ความคิดริเริ่มการช่วยตนเองและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรชุมชนในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมาได้รับการกล่าวถึงเป็นอย่างมากในมิติของการรวมกลุ่มรวมตัวเพื่อดำเนินการใด ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้น ๆ ซึ่งประมวลสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1.2.1 ความหมาย ความสำคัญ และรูปแบบขององค์กรชุมชน

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2540: 2) ได้ให้ความหมายขององค์กรชุมชนไว้ว่า หมายถึง องค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านที่ตระหนักถึงปัญหา แสวงหาทางเลือกในการแก้ปัญหา จนก่อให้เกิดผู้นำสมาชิกและแนวทางในการแก้ปัญหา มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในการแก้ปัญหา และมีการบริหารจัดการกันเอง โดยมีเป้าหมายอยู่ที่ความกินดีอยู่ดีและการพึ่งพาตนเองได้ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของ ประเวศ วะสี (2538: 23) ที่ว่า องค์กรชุมชน หมายถึง กลุ่มหรือชมรม หรือสหกรณ์ หรือจะในชื่ออื่นใด โดยจะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตามอันจะเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์และอุดมคติร่วมกัน มีมิตรภาพ และความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในการทำงานเพื่อแก้ปัญหา และพัฒนาเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติเกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันดังกล่าว

องค์กรชุมชนนับว่ามีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาของชุมชนซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาชุมชนโดยมีเป้าหมายอยู่ที่การพึ่งตนเองได้ นอกจากนี้ องค์กรชุมชนยังถือว่าเป็นกลไกในการบริหารจัดการกิจกรรมพัฒนาต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดตั้งขึ้นซึ่งตรงกับแนวคิดที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนที่ว่า "การพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้นั้นจะต้องมาจากการมีองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง" (สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ, 2540: 6) โดยมีปัจจัยที่สำคัญและขาดเสียมิได้ ได้แก่

1) มีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมนับเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรชุมชนและเป็นตัวแปรสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม เพราะการมีส่วนร่วมจะเป็นหลักประกันได้ว่าความต้องการที่แท้จริงของคนจะได้รับการตอบสนองและที่สำคัญสามารถมั่นใจได้ว่าผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มอย่างยุติธรรมและเสมอภาคกัน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาถิน, 2531: 87) การมีส่วนร่วมในที่นี้ หมายถึง การเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติการ และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ในการแก้ปัญหาร่วมกัน

2) มีการดำเนินกิจกรรมผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่าย คำว่า "กิจกรรม" หมายถึง กิจกรรมที่เป็นธุรกิจ และกิจกรรมที่ไม่ใช่ธุรกิจ ในกรณีองค์กรเครือข่ายชุมชนที่ดำเนินธุรกิจผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่ายแทนการดำเนินธุรกิจเป็นรายบุคคลย่อมเป็นหลักประกันการพึ่งตนเองได้ประการหนึ่ง เพราะองค์กร คือ ที่มาของอำนาจ เช่น อำนาจทางความรู้ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในทุก ๆ ด้าน อำนาจเศรษฐกิจ และการเมือง เกิดจากการที่องค์กรสนับสนุนให้มีการระดมทุนภายใน ร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย ย่อมทำให้มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจและการเมืองกับภายนอกได้มากขึ้น เมื่อองค์กรได้มีการร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในรูปเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายผู้นำ เครือข่ายกิจกรรม หรือเครือข่ายการเรียนรู้ ก็จะทำให้องค์กรมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในที่สุด (ชอบ เข้มกลัด , 2539: 8)

3) องค์กรมีการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจแบบครบวงจร ในอดีตนั้น การประกอบธุรกิจขององค์กรชุมชนหลายองค์กรไม่ประสบความสำเร็จและไม่สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะเป็นการดำเนินธุรกิจไม่ครบวงจร เช่นขาดแคลนเงินทุน ต้องอาศัยเงินทุนจากภายนอก ซึ่งนอกจากจะมีความยุ่งยากในการกู้ยืมแล้วยังมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงอีกด้วย การผลิตก็เช่นเดียวกัน บุคคลภายนอกเข้าไปส่งเสริมให้ผลิต แต่ไม่มีตลาดจำหน่าย ผลผลิตบางอย่างควรมีการแปรรูปก็ไม่สามารถแปรรูปได้เพราะขาดอุปกรณ์ เช่น โรงงาน เครื่องมือ เครื่องจักร เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่าเมื่อการประกอบกิจกรรมหรือธุรกิจไม่ครบวงจรก็เป็นเหตุให้ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ (ชอบ เข้มกลัด, 2539: 8)

ส่วนรูปแบบขององค์กรชุมชนมีหลาย ๆ รูปแบบ มีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการ หมายถึง กลุ่มหรือองค์กรที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เช่น กลุ่มสหกรณ์ ฅมาคม ชมรม เป็นต้น และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ หมายถึง กลุ่มหรือองค์กรที่ไม่ได้จดทะเบียน เช่น กลุ่มสตรีแม่บ้าน กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ เป็นต้น

2.1.2.2 ลักษณะขององค์กรชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่พึ่งตนเองได้นั้น ลักษณะสำคัญที่บ่งบอกให้รู้ว่ากลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่พึ่งตนเองได้ จะต้องมิลักษณะของการใช้ทรัพยากรจากท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด องค์กรชุมชนต้องเริ่มจากทรัพยากรและความสามารถของกลุ่มมากกว่าพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอก ความช่วยเหลือจากภายนอกอาจมาในรูปของคำแนะนำ ความชำนาญ และเงินกู้ยืม

การมีกิจกรรมที่สามารถตอบสนองของความต้องการของสมาชิกนับเป็นอีกลักษณะหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มหรือองค์กรชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ เพราะกลุ่มหรือองค์กรที่สามารถ

ทำให้สมาชิกพอใจหรือสนองความต้องการของสมาชิกไว้ได้ย่อมเป็นหลักประกันได้ว่ากลุ่มหรือองค์กรจะไม่สลายและมีโอกาสก้าวหน้าไปสู่ความสำเร็จและเป้าหมายร่วมกันได้ (ทิมาน วงศ์อภัย, 2533: 8) ดังนั้น กลุ่มหรือองค์กรควรมีการจัดระบบที่เอื้อให้สมาชิกสามารถดำเนินการตอบสนองความต้องการของตนเองด้วยวิธีการช่วยเหลือตนเองและด้วยความร่วมมือกับคนอื่นที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2530: 34) นอกจากนี้ การมีอำนาจต่อรองกับคนภายนอกทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมือง ก็เป็นลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการดำรงอยู่ของกลุ่ม (สุชุม อัครวาสุมิชัย, 2527: 35)

ส่วนผลการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาถึงลักษณะขององค์กรชุมชนที่พึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจโดยตรง ที่ทำการศึกษายกเว้นเกี่ยวข้องกับลักษณะของกลุ่มและองค์กรชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองได้หรือพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ผลการศึกษาของ อคิน รพีพัฒน์ (2541 อ้างถึงใน ปราวณี หมอนทองแดง, 2534: 25) พบว่า ลักษณะของกลุ่มที่พึ่งตนเองได้ (1) มีความสามารถในการตัดสินใจและต่อรองกับภายนอกได้ รวมทั้งการพึ่งพาภายนอกน้อยที่สุด (2) รายรับของกลุ่มมากกว่ารายจ่ายค้ำจะนำไปสู่การออมและการขยายการลงทุน (3) มีการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างเหมาะสม คุ่มค่า และให้ประโยชน์สูงสุด (4) มีการใช้แรงงานของสมาชิกกลุ่มอย่างเต็มที่ อันก่อให้เกิดการมีงานทำและรายได้ในครอบครัวเพิ่มขึ้น

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน

แนวคิดในการทำองค์กรธุรกิจซึ่งมีกิจกรรมทั้งที่เป็นการผลิต การบริการที่เกื้อกูลและเหมาะสมต่อวิถีชีวิต สังคม เศรษฐกิจ และระบบนิเวศน์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ดำเนินการโดยองค์กรชุมชนที่เกิดจากการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น โดยจัดตั้งเป็น "องค์กรธุรกิจชุมชน" ให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมทั้งในการกำหนดทิศทาง การดำเนินกิจกรรม และการร่วมปฏิบัติงาน ในหน้าที่ต่างกันไปตามความสามารถและทักษะของแต่ละคน ซึ่งจะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยองค์กรธุรกิจของชุมชนมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนซึ่งเป็นสมาชิก (ขวัญสุวรรณ อติโพธิ และอนุชาติ พวงลำสี บรรณาธิการ, 2538: 42)

2.1.3.1 ความหมายและลักษณะขององค์กรธุรกิจชุมชน

องค์กรธุรกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตร สหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในรูปแบบเพื่อการค้าดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานความคิดและวิถีชีวิต มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการ

อย่างครบวงจรการผลิต การแปรรูป และการตลาด (ขวัญดวง อติโพธิ และอนุชาติ พวงสำลี, 2538: 44) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะขององค์การธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเหล่านี้ คือ

- 1) การผลิต การแปรรูป ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยไม่ทำลายสภาวะแวดล้อม
- 2) การซื้อขาย แลกเปลี่ยน บริการ โดยให้กลุ่มชาวบ้านทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
- 3) การทำธุรกิจโดยกลุ่มชาวบ้านเป็นเจ้าของและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2540: 2) นอกจากนั้นลักษณะขององค์การธุรกิจชุมชนจะเป็นการถือหุ้นของมหาชนโดยเจ้าของทุนและคนทำงานเป็นคน ๆ เดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจสูงต่อการประกอบธุรกิจ และมีผลต่อการควบคุมคุณภาพสินค้าอีกด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2530: 45)

จากความหมายและลักษณะขององค์การธุรกิจชุมชนดังกล่าวนี้ จะเห็นว่าองค์การธุรกิจชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชนและธุรกิจทั่วไป กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์การธุรกิจชุมชนมักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข้อมูลข่าวสารจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไปจะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำองค์การธุรกิจชุมชนจะต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่พวการทำกำไรก็มิใช่เป้าหมายเพียงประการเดียว เพราะนอกจากกำไรแล้ว องค์การธุรกิจชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2530: 46)

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านความหมายขององค์การธุรกิจชุมชนข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงให้ความหมายขององค์การธุรกิจชุมชนไว้ว่า "การรวมตัวกันของคนในชุมชน จัดตั้งเป็นองค์การธุรกิจชุมชน เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ เป็นต้น เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และมีส่วนร่วมบริหารจัดการอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและร่วมบริหารจัดการกันเอง เน้นการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ"

2.1.3.2 ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการองค์การธุรกิจชุมชน

ลักษณะการจัดการองค์การธุรกิจชุมชน มีลักษณะการจัดการที่คล้ายกับการจัดการธุรกิจทั่วไปที่มีการจัดการในด้านต่าง ๆ คือ การผลิต การแปรรูป การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารบุคลากร โดยผ่านกระบวนการจัดการ คือ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากร

การอำนวยความสะดวก และการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะงานในธุรกิจทั่วไป แบ่งออกได้ ดังนี้ (1) การผลิต (2) การตลาด (3) งานบุคลากร (4) การบัญชีและการควบคุม (5) การเงินและต้นทุนของกิจการ (6) งานสถิติและข้อมูล

2.1.3.3 เป้าหมายขององค์กรธุรกิจชุมชน

1) เพื่อมุ่งหวังผลกำไร กำไรเป็นผลตอบแทนกลับคืนให้กับกลุ่มชุมชน ที่ได้ลงทุนในการดำเนินธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆสนองความต้องการของผู้บริโภค

2) เพื่อมุ่งหวังที่จะทำให้กิจการอยู่รอด เมื่อได้ลงทุนดำเนินการต่างมุ่งหวัง ให้กิจการดำเนินงานไปอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงักหรือปิดกิจการ สามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ขยายสาขาเพิ่ม ลงทุนในธุรกิจใหม่ ทำให้กิจการมีฐานะและทรัพย์สินเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

3) เพื่อมุ่งหวังสนองความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจชุมชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกของกิจการ เช่น มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ แหล่งชุมชน ไม่เอาเปรียบหรือสร้างปัญหาให้กับสังคม

2.1.3.4 กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับผลประโยชน์

กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผลประโยชน์ในการส่งเสริมองค์กรธุรกิจชุมชน มี 2 ประเภท คือ (ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2540: 98)

1) กลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคลประกอบด้วยบุคคลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- (1) ผู้ประกอบการขนาดเล็ก
- (2) เกษตรกรในชนบท
- (3) ประชาชนที่ประกอบธุรกิจพื้นฐาน
- (4) ผู้มีรายได้น้อยทั้งในเมืองและชนบท

2) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่ม มีกลุ่ม 2 ประเภท คือ กลุ่มบุคคล และกลุ่ม

นิติบุคคล ได้แก่

- (1) กลุ่มอาชีพต่าง ๆ
- (2) กลุ่มจำแนกตามเพศและวัย ได้แก่ กลุ่มสตรี กลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มเยาวชน

(3) กลุ่มตามลักษณะกิจกรรม เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มพัฒนาคุณภาพผลผลิต ร้านค้าชุมชน ร้านค้าชนบท กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ประเภทต่าง ๆ

2.1.3.5 วิธีการรวมกลุ่มขององค์กรธุรกิจชุมชน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักในการนำหลักการไปปฏิบัติในธุรกิจ
ควรมีการรวมกลุ่ม ดังต่อไปนี้

1) รวมคน คือ รวมคนที่มีปัญหาเหมือนกันหรือคล้ายกัน มีความต้องการ
จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่เหมือนกัน คนที่มารวมกันจะต้องพร้อมและสมัครใจที่จะร่วมแรงร่วมมือ
และไม่ใช่เป็นคนที่เข้ามาหวังผลประโยชน์ส่วนตนโดยไม่คำนึงถึงคนอื่น

2) รวมเงิน คือ การรวมเงินจากสมาชิกเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการแก้ไข
ปัญหาให้กับสมาชิกที่เดือดร้อนในรูปของการบริการเงินกู้ เงินที่สมาชิกลำนำมารวมกันเรียกว่า
“เงินค่าหุ้น” สมาชิกจะนำเงินลงทุนหรือฝากไว้เท่าไรก็ได้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันในกลุ่ม

3) รวมความคิด คือ ในการทำงานกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนต้องกำหนดจาก
ความคิดของสมาชิกทุกคน เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงานซึ่งสมาชิกทุกคนจะต้องร่วมกันคิดมาร่วมกัน
ทำงาน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มรวมกัน

4) รวมใจ คือ เป็นการรวมคนที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน
ทั้งความคิด จิตใจ ฐานะทางการเงิน การศึกษา คุณวุฒิ และวัยวุฒิ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้โดยทั่วไปมักเป็น
อุปสรรคจึงจำเป็นต้องสลายความแตกต่างเหล่านี้ออกไปให้หมด โดยอาศัยความช่วยเหลือของ
สมาชิกทุกคนเพื่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง ความร่วมมือคงเป็นไปได้ยากหากไม่เริ่มที่การ “รวมใจ”
เข้าด้วยกันและการที่จะทำให้เกิดการรวมใจได้คนที่มารวมกันคงต้องค้นหาก่อนว่าอะไรคือ
“จุดมุ่งหมายสูงสุดร่วมกัน”

2.1.3.6 ความสำคัญขององค์กรธุรกิจชุมชน

ชุมชนเป็นกลุ่มของครอบครัวที่ตั้งอยู่รวมกันอย่างถาวรในท้องถิ่นต่าง ๆ ชุมชน
ทุกชุมชนเป็นแหล่งกำเนิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และการจัดการ
ความเป็นอยู่ร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน คนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน
สิ่งใดที่เกิดขึ้นในชุมชนย่อมกระทบต่อครอบครัวและบุคคล ในทางกลับกันสิ่งใดที่คนได้กระทำ
อาจมีผลกระทบต่อครอบครัวและชุมชนได้เช่นกัน หากชุมชนใดมีคนที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นครอบครัว
ที่มั่นคง อบอุ่น และไม่มีปัญหา ชุมชนก็จะสงบสุขและน่าอยู่ แต่ถ้าหากในชุมชนนั้นเต็มไปด้วย
คนไม่ดี ครอบครัวระส่ำระสายก็จะเต็มไปด้วยปัญหานานัปการ องค์กรธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในชุมชน
จึงเปรียบเสมือนสถาบันเศรษฐกิจของประชาชนในชุมชน เพราะจัดตั้งขึ้นโดยประชาชนเพื่อขบวนการ
ประชาชนที่มุ่งพัฒนาคนให้เป็นคนดีและส่งเสริมความมั่นคงของครอบครัว สมาชิกที่เื้อื่อต่อ
การพัฒนาชุมชน จึงอาจกล่าวได้ว่า การดำเนินงานดังต่อไปนี้ของกลุ่มจะช่วยพัฒนาชุมชน
ให้มีความสงบสุขและน่าอยู่

1) ด้านเศรษฐกิจ ให้สมาชิกได้ใช้บริการเพื่อเป็นทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจของตนเองในด้านการพัฒนาอาชีพ ปรับปรุงที่อยู่อาศัย และดำเนินธุรกิจของครอบครัวในด้านอื่น ๆ ทำให้เกิดวัฏจักรทางการเงินของชุมชน สมาชิกคนใดมีเงินก็นำมารวมกันเพื่อทำธุรกิจร่วมกัน เป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาให้บริการแก่คนในชุมชนมากกว่าต้องคอยไปพึ่งพาแหล่งทุนจากนายทุนหรือชุมชนอื่น

2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นแหล่งรวมคนที่พร้อมจะเข้ามาช่วยในขบวนการด้วยกัน กลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนอาจให้ทุนเพื่อสาธารณประโยชน์และสวัสดิการต่อสังคม ให้คนโดยทั่วไปในสังคมได้รับประโยชน์ ให้การสนับสนุนงานประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชน หรืออาจเป็นผู้จัดกิจกรรมเองก็ได้

3) ด้านการปกครอง ส่งเสริมการทำงานร่วมกันแบบช่วยกันคิดช่วยกันแก้ปัญหาของชุมชน อาจแก้ไขได้ไม่ตกหนักเมื่อคนในชุมชนมาร่วมกันคิดและทำ กระบวนการองค์กรธุรกิจชุมชนจะเป็นตัวกลางในการจัดการให้คนอยู่ร่วมกันโดยสงบสุข ทำให้การปกครองในชุมชนไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน การเป็นกรรมการบริหารกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนเป็นการฝึกคนให้เป็นผู้นำโดยอัตโนมัติ คนเรียนรู้การเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีตามบทบาทของตนเอง เมื่อคนในชุมชนมีความเข้าใจและยอมรับบทบาทหน้าที่ของกันและกัน ข้อขัดแย้งระหว่างคนในชุมชนก็น้อยลง ทำให้การปกครองดำเนินไปได้ด้วยดี

4) ด้านการศึกษา เป็นกระบวนการให้การศึกษาด้วยตนเองอยู่แล้ว กล่าวคือ กระบวนการขององค์กรธุรกิจชุมชนทุกกระบวนการมุ่งพัฒนาการเรียนรู้ของสมาชิกทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับผลผลิต การตลาด การบริหารจัดการ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดี การพัฒนาอาชีพร่วมกัน การบริหารองค์รวมแบบประชาธิปไตย การบริหารการเงิน การบริหารการลงทุน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการศึกษานอกระบบแก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2538: 8 - 9) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้

1) ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะทรัพยากรนั้นมีอยู่อย่างจำกัด ต้องมีการพิจารณานำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงมีการนำวิทยาการต่างๆ เข้ามาใช้ในการผลิตและเกิดเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม

2) ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการประกอบการ ทำให้กลุ่มบุคคลในชุมชนที่มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องการแสวงหาความก้าวหน้าในชีวิต เข้ามาพิสูจน์ความสามารถและมีโอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการนี้ด้วยเงินทุนเริ่มแรกที่ไม่มากนัก

3) ช่วยในการระดมทุนในชุมชน ทำให้เงินทุนไม่กระจุกกระจายโดยไม่
นำมาใช้ประโยชน์

4) ทำให้เกิดการประหยัดเงินลงทุนในการลงทุนทำกิจการ เพราะองค์กร
ธุรกิจยอมให้ผลตอบแทนเร็ว ต้นทุนการผลิตต่ำ

5) ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากองค์กรธุรกิจชุมชนเกิดจาก
ความต้องการของชุมชน ทำให้เกิดการจ้างงานได้มาก หลากหลายประเภทเพื่อสนองความต้องการ
ของชุมชน

6) เป็นการกระจายการพัฒนาการค้าไปสู่ชุมชน เพราะองค์กรธุรกิจชุมชน
สามารถที่จะจัดตั้งได้ทั่วทุกชุมชน ถ้าสามารถรวมกลุ่มกันได้ก็สามารถทำธุรกิจได้ทุกประเภท
ทั้งกิจการค้าปลีก ค้าส่ง การผลิตและการบริการ จึงเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาการค้าไปสู่ภูมิภาค

7) ช่วยพัฒนาการเมืองและสังคม ขององค์กรธุรกิจชุมชนสามารถกระจาย
รายได้ไปสู่ชุมชนทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้า กิจการธุรกิจไม่ตกอยู่กับคนกลุ่มน้อยในชุมชนที่มี
ความมั่งคั่ง ทำให้ไม่เกิดการเอาัดเอาเปรียบ ซึ่งเป็นผลให้ประชาชนและผู้ประกอบการองค์กร
ธุรกิจชุมชนมีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจดีขึ้น และยังเหมาะกับระบบการเมืองการปกครองแบบ
ประชาธิปไตยของประเทศไทยที่ต้องอาศัยพลังการแข่งขันเข้ามาช่วยเสริมโครงสร้างทางสังคมของ
ประเทศให้มีความแข็งแกร่ง

2.1.3.7 การตลาดสำหรับองค์กรธุรกิจชุมชน

กิจกรรมด้านการตลาดมีบทบาทมากในการดำเนินธุรกิจ ที่จะทำให้สินค้าหรือบริการ
ไปถึงมือลูกค้า หน้าที่ของการตลาด มี 8 ด้าน คือ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, 2538: 10)

1) การซื้อ คือ การเสาะแสวงหาสินค้า วัตถุดิบหรือทำการผลิตสินค้าและ
บริการที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ โดยพิจารณาถึงคุณภาพ ขนาดรูปร่าง
ปริมาณ ราคา เวลาที่จะซื้อ เงื่อนไขในการซื้อให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2) การขาย เป็นหน้าที่ที่สำคัญทางการตลาด ซึ่งต้องศึกษาความต้องการ
ความอยากได้ และความต้องการของตลาด เพื่อจัดหาสินค้าให้เหมาะสม พร้อมกับต้องการทำการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้าในร้านค้าก่อนที่จะทำให้ขั้นตอนการขาย
เกิดขึ้น

3) การขนส่ง เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง ซึ่งต้อง
พิจารณาว่าการจัดหาสินค้าหรือวัตถุดิบ ต้องใช้วิธีการขนส่งแบบไหนจึงจะประหยัดค่าใช้จ่าย
มากที่สุด ตลอดจนความเหมาะสมกับชนิดของสินค้าด้วย

4) การเก็บรักษาสินค้า เป็นการดูแลรักษาสินค้าที่ผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย ซึ่งต้องมีคลังสินค้าหรือสถานที่เก็บสินค้าไว้ให้มีสภาพพร้อมที่จะขายตลอดจนการเตรียมสินค้าให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

5) การจัดการ และมาตรฐานของสินค้า เป็นการจัดกลุ่มของสินค้าให้มีขนาด และคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อความสะดวกในการซื้อขาย การกำหนดราคา และการส่งมอบสินค้าตามแบบที่ลูกค้าต้องการได้ทันที

6) การเงิน เป็นการจัดหาแหล่งเงินสด เครดิต สินเชื่อ เพื่อให้เพียงพอกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อวัตถุดิบ การจ้างแรงงาน การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การส่งเสริมการจำหน่าย รวมทั้งการคำนวณระยะเวลาของรายรับ รายจ่ายให้สมดุลสอดคล้องกัน การจัดการเรื่องระบบบัญชี ระบบภาษี

7) การเสี่ยงภัย เป็นการรับภาระที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด ค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป สินค้าเสียหาย เสื่อมสภาพ ข้ำรูด ถูกขโมย ความเสี่ยงภัยจากการดำเนินงานหนี้สูญ การรับประกัน ซ่อมแซม รับคืน เปลี่ยนสินค้า และการขาดทุนจากการดำเนินงาน ตลอดจนภัยธรรมชาติ ไฟไหม้ น้ำท่วม

8) การวิจัยหรือการหาข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนขององค์กรธุรกิจชุมชนไม่ว่าจะเป็นการผลิต การพัฒนารูปแบบสินค้า การแข่งขัน การตลาด เพื่อนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานและการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ให้ถูกต้องตรงกับสภาวะการตลาดและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

2.1.3.8 ความสำเ็จและความล้มเหลวขององค์กรธุรกิจชุมชน

การที่องค์กรธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเ็จ หรือประสบความล้มเหลว ย่อมต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจ

Lundgren (1974 อ้างถึงใน ตำรศักดิ์ ชัยสนิท, 2538: 11) กล่าวในบทความเรื่อง Organization Management System and Process ถึงข้อคิด 9 ประการในการทำธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

(1) ต้องรู้จักปรับเป้าหมายของธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ดีกว่าที่จะให้ธุรกิจต้องหยุดชะงัก

- ที่ถูกต้อง
- (2) รู้จักหรือใช้วิธีการปรึกษาหารือกับผู้รู้เพื่อหาทางออกและการตัดสินใจ
 - (3) รู้จักปรับแผนงานให้เหมาะสมกับสภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคม
 - (4) ไม่ควรวีคูปแบบ หรือขั้นตอนการทำงานให้เคร่งครัดเกินไป โดยเฉพาะการทำงานที่มีขั้นตอนมากเกินไป
 - (5) พยายามสร้างความเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบ ให้มีมาก ๆ จะช่วยสร้างศรัทธาของลูกค้ำเป็นอย่างดี
 - (6) ต้องรู้จักวิธีการสร้างสัมพันธภาพอันดีในการทำงานร่วมกัน โดยการให้ทุกคนมีส่วนร่วมรับรู้ความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับผิดชอบ
 - (7) ต้องรู้จักการยอมรับ การให้อภัยและการให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะผู้บริหารกิจการ ต้องสร้างสัมพันธภาพที่ดีอยู่เสมอ
 - (8) ระมัดระวังเรื่องการวางแผนการลงทุน การใช้เงินควรขอคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ จากนักบริหารมืออาชีพอยู่เสมอ
 - (9) ต้องรู้จักทำธุรกิจให้เหมือนกระแสน้ำซึ่งไหลเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาไม่หยุดนิ่งการเปลี่ยนแปลงของกระแสน้ำก็เหมือนกับการผันแปรของธุรกิจ คือ ต้องรู้จักปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อเหตุการณ์ก่อนที่จะทุกอย่างจะสายเกินไป

2) ความล้มเหลวขององค์กรธุรกิจชุมชน

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2538: 12) ได้กล่าวถึงปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจไว้ ดังนี้

- (1) บุคลากร โดยเฉพาะผู้บริหารมีคุณสมบัติส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม เช่น ขาดความรู้ในการดำเนินการ ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ชอบทำงานหนักหรือไม่ทำล่วงหน้า ไม่มีการยืดหยุ่น มักจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนำเงินลงทุนของกิจการไปใช้จ่ายในกิจกรรมส่วนตัว ไม่มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม ไม่รู้หน้าที่ของตน
- (2) ผู้บริหารกิจการไม่มีลักษณะความเป็นผู้นำ ขาดการวางแผน เนื่องจากผู้ประกอบการมีความสามารถเฉพาะทางด้านเทคนิควิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ไม่มีความรู้ในด้านการจัดการ
- (3) มีเงินทุนไม่เพียงพอ
- (4) ขาดการใช้ประโยชน์จากข้อมูล และไม่รู้จักการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ

ที่เป็นประโยชน์

- (5) ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ
- (6) ขาดข้อมูลเกี่ยวกับภาวะตลาดที่เป็นปัจจุบัน
- (7) ไม่ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านเทคนิค
- (8) ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง

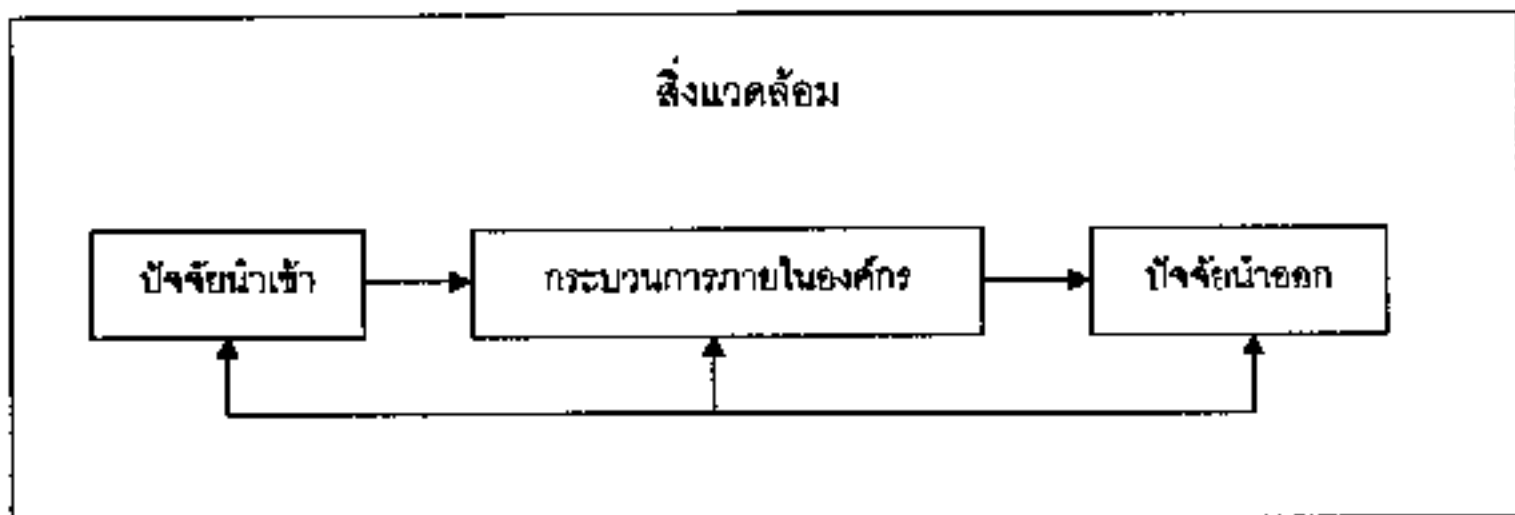
2.1.4 กรอบตัวชี้วัดความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชน

2.1.4.1 ตัวแบบปัจจัยนำเข้า - ปัจจัยนำออก

หากพิจารณาขององค์กรธุรกิจชุมชนในฐานะที่เป็นองค์กรในระบบเปิด การทำงานขององค์กรในระบบดังกล่าวมีลักษณะดังนี้ (Katz and Kahn, 1978: 111-112)

- 1) ปัจจัยนำเข้า (Input importation of Energy) องค์กรต้องนำเข้าปัจจัยนำเข้าในฐานะที่เป็นพลังงานในการหล่อเลี้ยงระบบให้มีความสามารถในการอยู่รอด ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ทรัพยากร บุคลากร ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
- 2) กระบวนการ (Process or The Throughput) องค์กรจะมีกระบวนการปรับเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าเป็นปัจจัยนำออกที่อาจอยู่ในรูปผลิตภัณฑ์ บริการ หรืออื่น ๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้ปัจจัยนำเข้า
- 3) ปัจจัยนำออก (Output) องค์กรจะผลิตปัจจัยนำออกสู่ระบบใหญ่หรือสิ่งแวดล้อม
- 4) การปฏิบัติภารกิจต่อเนื่องของระบบ (Systems as Cycle of Events) ปัจจัยนำเข้า-กระบวนการ-ปัจจัยนำออกนี้ เป็นการปฏิบัติภารกิจต่อเนื่องขององค์กร
- 5) ภาวะสมดุล (Steady State) การทำงานขององค์กรในระบบเปิดอย่างต่อเนื่องจะทำให้องค์กรอยู่ในสภาวะสมดุลกับระบบใหญ่หรือสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ สามารถอยู่รอดได้
- 6) การประสาน (Integration and Coordination) เพื่อให้การทำงานขององค์กรลุล่วงไปได้ องค์กรจะต้องพัฒนากลไกบางอย่างเพื่อให้ระบบสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง กลไกดังกล่าวมักอยู่ในกระบวนการปรับเปลี่ยน ได้แก่ ระบบการจัดการ การกำหนดกฎเกณฑ์ กติกาการจัดการประชุม และการกำหนดวิธีปฏิบัติ เป็นต้น
- 7) การป้อนข้อมูลกลับ (Feedback) หลังจากที่องค์กรได้ผลิตปัจจัยนำออกแล้ว ระบบจะป้อนข้อมูลกลับไปยังส่วนต่าง ๆ อันจะมีผลในการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่ในภาวะสมดุล

องค์การธุรกิจชุมชนมีลักษณะเด่นเดียวกันกับองค์กรอื่น ๆ ในระบบเปิด ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ปัจจัยนำออก ทั้งนี้โดยมีฐานคิดว่าองค์การธุรกิจชุมชนเป็นระบบย่อยหนึ่งในระบบสังคมซึ่งเป็นระบบใหญ่ และเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการปฏิบัติการของระบบองค์การธุรกิจชุมชน โดยระบบองค์การธุรกิจชุมชนนี้เป็นระบบเปิดที่มีการปฏิบัติการภายในตนเองเพื่อเป้าหมายในการอยู่รอดได้ในระบบใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งแวดล้อมของระบบองค์การธุรกิจชุมชน โดยปัจจัยนำเข้าจะต้องถูกนำไปในกระบวนการซึ่งประกอบด้วยกลไกต่าง ๆ ที่ทำงานอย่างประสานกัน เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงแล้วจะได้รับผลลัพธ์เป็นปัจจัยนำออกสู่สิ่งแวดล้อม และปัจจัยนำออกนี้เองจะมีผลย้อนกลับมาสู่ทั้งต่อปัจจัยนำเข้าและกระบวนการ อันจะทำให้ระบบสามารถดำรงความสมดุล โดยพิจารณารอบการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า-นำออกไปตามภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรในระบบเปิด

แหล่งที่มา: Jackson and Morgan, 1982: 48.

2.2 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.2.1 แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หมายถึง (กิตติ ลิ้มสกุล, 2544:1) เป็นแนวคิดที่เน้น ขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่น สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งอาศัยการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐาน ที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความ ภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป และเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทยต่อไป

ดังนั้น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากร ที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรม ในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการ พัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit Of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล อาศัยหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริง ด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พูมฝึกประชาชนให้ใช้ชีวิต ด้วยความทำทหายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค

2.2.2 หลักการและเหตุผล

การให้การสนับสนุน (Support) มากกว่าให้เงินช่วยเหลือ (Subsidy) ในการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ จะไม่เป็นการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในการตลาด ท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ เช่น จาก ศูนย์วิจัยและแนะนำทางการเกษตรและประมง (Agricultural and Marine Product Processing Research and Guidance Center) ในด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอาจจะจัดตั้งบริษัท หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อเป็นช่องทางในการระบายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ

2.2.3 นโยบายหลัก 3 ประการ คือ

2.2.3.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ วัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2.2.3.2 มีเอกลักษณ์เพียงหนึ่งเดียว

ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้อง อย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล ให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

2.2.3.3 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี

สร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผน การตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

2.2.4 กิจกรรมหลัก

2.2.4.1 ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น เพื่อเป็น การอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้ง การพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่าย ท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2.2.4.2 ผลผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น

โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และให้การสนับสนุนในด้านของ เทคโนโลยีและการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

2.2.4.3 การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น

ท้องถิ่นนั้น ๆ ต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาว เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกัน แก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการจัดสถานอบรม/วิทยาลัยด้านการผลิต การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้บทบาทของสตรี เป็นพลังของการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) โดยมีเนื้อแท้ (Vitality) ของความเป็นตัวตนของตนเองอย่างเป็นอิสระ

2) การพึ่งพิงระบบการเงินและกิจกรรมต่าง ๆ หนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นหลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้าน ขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นและขบวนการท้องถิ่นที่สร้างขึ้น

3) การจัดการด้านการตลาด เช่น ตลาดผสมผสาน บริษัทหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดการแสดงสินค้า การจัดมหกรรม/เทศกาล ร้านทดสอบตลาด ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมชุมชน/สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้า ต่างตอบแทน

4) การพึ่งตนเอง ความเป็นอิสระของภูมิปัญญาท้องถิ่นและประชาชน โดยใช้สถานฝึกอบรม การสร้างความมั่นคงในท้องถิ่น การจัดการประชุมและนำเสนอและแลกเปลี่ยน แนวความคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การให้รางวัลคุณภาพ เป็นต้น

2.2.5 ขั้นตอนการเปิดตัวของแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สู่การปฏิบัติ

แม้ว่าการคิดค้นประสบความสำเร็จว่าควรจะมีผลิตภัณฑ์อะไรจึงจะเหมาะสมก็ไม่ได้ หมายความว่า จะประสบผลสำเร็จ ถ้าปราศจากการกระจายสินค้าเหล่านี้่ออกสู่ตลาด ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนของการพัฒนา ต้องมีใจที่จะทำได้ เพื่อการนี้อาจจำเป็นต้องอาศัย สื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยสร้างกระแสว่า “ทำไมหมู่บ้านข้าง ๆ เขาถึงพัฒนาได้

หมู่บ้านเราจะแพ้ไม่ได้ ต้องทำให้ได้ด้วยหัวใจของการอยากทำ อยากสู้" ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรม และการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีอะไรบ้าง หลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่าตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง อาจดูจาก ท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศตลอดจนจากต่างประเทศ โดยทำการเลียนแบบดูบ้าง ในขั้นนี้ ควรจัดตั้ง "ศูนย์แนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์" เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัยด้าน เทคนิคการผลิต การฝึกอบรม การแนะนำ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 การกระจายสินค้า ในกรณีหน่วยงานในระดับต่าง ๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาดและทำการวิจัย รวมทั้งทำการขายด้วย

2.2.6 พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั่นเอง ประชาชน เป็นผู้นำเอาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ 1) ระบบราชการบริหารส่วนท้องถิ่น 2) บริษัท 3) ความมีอยู่ของผู้นำ 4) การรวมกลุ่มของประชาชนเป็นกลุ่มหลังต่าง ๆ มาสร้างพลังร่วม ดังมีรายละเอียด ดังนี้ (บวรรัตน์ ศุภระกาญจน์, 2544: 33-34)

2.2.6.1 ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการนี้เพื่อการพัฒนา "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้น แทนที่จะเป็นการริเริ่มโดยภาครัฐ ขบวนการนี้เป็นการคิด และทำจากล่างสู่บนโดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตามการขับเคลื่อน เพื่อสรุปเป็นรายงาน แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป

ในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนา ระบบราชการ คือ ตัวจังหวัดเองเป็นฐานของ ระบบการปกครอง ไม่ได้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่าง ๆ ไว้รองรับโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็ก ๆ คอยรับเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนติดตามการฟื้นฟูท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้าไปเพียงใด สำนักงานเล็ก ๆ ของจังหวัดนี้จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผลรวบรวมข้อมูลข่าวสารเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในระดับ ตำบลและหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารท้องถิ่นส่วนต่าง ๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชนโดยมี เจ้าหน้าที่ระดับล่างเหล่านี้ของจังหวัดเป็นที่เลี้ยงเพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่าน ขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

ภายใต้กระบวนการพัฒนาขั้นต่าง ๆ นี้ ภาคราชการต้องคอยช่วยเหลือเพื่อสอน เทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นี้ ซึ่งจะใช้งบประมาณของหน่วยราชการในระดับล่าง

หรือตำบล หมู่บ้าน จะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ

2.2.6.2 บริษัท ทางจังหวัดต้องการการมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อนถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบและแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

2.2.6.3 ผู้นำ ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนา พอ ๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้นำในการปกครองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้นำตามธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่น ๆ เช่น จากสหกรณ์ ช่างนา ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานทีบริการอื่น ๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการและผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความต้อการเหล่านั้นได้

2.2.6.4 องค์กรประชาชน ได้แก่ สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่าง ๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐานที่แต่ละฝ่ายเสนอมา รวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใด ๆ เพื่อการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 แนวทางการพัฒนาโดยประชาชนมีส่วนร่วม: หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล

สมพร แสงชัย และสุนทร เกิดแก้ว (2529 อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล, 2540: 21) กล่าวถึงการประเมินผลโครงการว่า เป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในทุกขั้นตอนของการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินหลังจากที่เริ่มมีการปฏิบัติงานตามโครงการแล้ว โดยมีรูปแบบการประเมินผลโครงการ ดังนี้

1. ประเมินเฉพาะวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อดูว่าการปฏิบัติงานตามโครงการนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงใด
2. ประเมินเป็นระบบทั้งส่วนนำเข้า ได้แก่ คน เงิน วัสดุ กระบวนการเปลี่ยนแปลง เช่น ระบบบริหารต่าง ๆ และผลที่เกิดจากโครงการนั้น

สุรพล กาญจนะจิตรา (2529 อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล, 2540: 21) ให้ความหมายของการประเมินผลว่า คือ เครื่องมือที่ใช้ตัดสินใจในการปฏิบัติงานว่า โครงการที่ดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายหรือไม่ และการประเมินผลก็เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ ต่อไป

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2523 อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล, 2540: 21) กล่าวถึง การประเมินผลงานว่า การประเมินผลงานเป็นเครื่องชี้ถึงประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลของโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลหรือสังคม ซึ่งเป็นการระบุชี้ให้เห็นชัดเจนไปถึงผลกระทบต่อปัจเจกหรือองค์ประกอบในแต่ละอย่าง อันเป็นผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลหรือสังคมอันเนื่องมาจากการดำเนินงานตามโครงการนั้น ๆ

American Public Health Association (1969 อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล, 2540: 22) ให้คำจำกัดความของการประเมินผลว่า เป็นกระบวนการในการพิจารณากำหนดคุณค่าหรือระดับความสำเร็จในการบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แต่ต้น กระบวนการดังกล่าวอย่างน้อยต้องประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้ (1) กำหนดวัตถุประสงค์ (2) ระบุเกณฑ์มาตรฐานสำหรับวัดความสำเร็จ (3) พิจารณาและอธิบายถึงระดับความสำเร็จ และ (4) เสนอแนะสำหรับโครงการต่อไป

Weiss (1967 อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล, 2540: 22) กล่าวถึงการประเมินผลโครงการว่า มีประโยชน์ต่อผู้บริหารโครงการในการวินิจฉัยสั่งการเพื่อดำเนินการต่อหรือเลิกดำเนินการตามโครงการ เพื่อปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติในโครงการ เพื่อเพิ่มหรือลดมาตรการและเทคนิคบางประเภทในโครงการ เพื่อสร้างโครงการในลักษณะคล้ายคลึงในท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อแบ่งสรร

ทรัพยากรระหว่างโครงการที่ต่างแย่งแข่งขัน เพื่อสนับสนุนหรือหักล้างกรอบทฤษฎี ซึ่งเป็นรากฐานของโครงการ

โดยสรุป จึงกล่าวได้ว่าการประเมินผลโครงการเป็นการวัดคุณค่าหรือความสำเร็จของงานว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้หรือไม่ เพียงใด เพื่อนำเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนาโครงการนั้น ๆ ในโอกาสต่อไป

2.3.1 ทฤษฎีและแนวความคิดในการประเมินประสิทธิผลขององค์กร (กรณีย์ มหามานนท์, 2529: 35-40)

การศึกษาประสิทธิผลขององค์การที่ทำกันอยู่ในขณะนี้สามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การศึกษาในแง่ของทฤษฎี (Theoretical Studies) เป็นการศึกษาซึ่งให้ความหมายแนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การ จุดมุ่งหมาย คือ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยและปฏิบัติ ในขณะที่ผลจากการวิจัยจะช่วยปรับปรุงทฤษฎี การปฏิบัติในด้านการบริหารองค์การก็จะมีพื้นฐานที่มั่นคงยิ่งขึ้นหากตั้งอยู่บนทฤษฎี การศึกษาประเภทที่สอง คือ การศึกษาวิจัยหรือจากการสังเกตจากการปฏิบัติจริง (Empirical Research Studies) ซึ่งส่วนใหญ่จะมุ่งศึกษาส่วนประกอบของความมีประสิทธิผลขององค์การและความสัมพันธ์ต่อกัน (Interrelationships) ระหว่างส่วนประกอบเหล่านั้น ในที่นี้จะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กร

2.3.1.1 แนวความคิดของ James L. Price (1987 อ้างถึงในกรณีย์ มหามานนท์, 2529: 35-40)

แนวคิดของ Price เกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การถูกจำกัดอยู่เพียงว่าเป็นความสามารถในการบรรลุถึงเป้าหมาย (Degree of Goal Achievement) เท่านั้น การศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่ Price ทำการสำรวจนั้นมุ่งที่จะเสนอเกณฑ์ที่จะใช้ประเมินประสิทธิผลขององค์การ จากทฤษฎีวิเคราะห์ดังกล่าว Price ก็พบสิ่งที่เรียกว่า "ตัวแปรแทรกซ้อน" (Intervening Variables) ซึ่งมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลและการแบ่งส่วนงาน การติดต่อสื่อสารและขนาดขององค์การ เป็นต้นว่า องค์การสององค์การมีความเหมือนกันทุกประการในแง่ของอัตรากำลัง การติดต่อสื่อสารและขนาด แต่ปรากฏว่าประสิทธิผลขององค์การหนึ่งกลับมีมากกว่าอีกองค์การหนึ่ง ดังนั้น การระบุให้ได้ว่าเป็นสาเหตุของความแตกต่างในประสิทธิผลก็คือ การระบุถึงตัวแปรแทรกซ้อนนั่นเอง ซึ่ง Price พบว่า ตัวแปรต่อไปนี้ คือ ตัวแปรแทรกซ้อน

- 1) ความสามารถในการผลิต (Productivity) หมายถึง อัตราส่วนของผลผลิตต่อปัจจัย
- 2) การยินยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์การ (Conformity) หมายถึง ความมากน้อยของการที่สมาชิกขององค์การยอมรับบรรทัดฐานขององค์การ
- 3)ขวัญ (Morale) หมายถึง ความมากน้อยของการที่แรงใจของสมาชิกแต่ละคนได้รับการสนองตอบ
- 4) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptiveness) หมายถึง ความมากน้อยของการที่องค์การสามารถสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลง
- 5) ความเป็นปึกแผ่น (Institutionalization) หมายถึงความมากน้อยของการที่การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับในสภาพแวดล้อม ซึ่งในที่สุดแล้วก็จะเป็เครื่องตัดสินใจอยู่รอดขององค์การในระยะยาว นั่นคือ "องค์การจะคงอยู่ต่อไปตราบใดที่สภาพแวดล้อมถึงยอมรับผลผลิตและการกระทำขององค์การในการผลิตผลผลิตนั้น ๆ"

2.3.1.2 ทฤษฎีของ Theodore Caplow

Caplow (1964 อ้างถึงในกรณี มทานนท์, 2529: 35-40)

มุ่งที่จะสร้างแบบจำลองเดี่ยวทางทฤษฎี (Single Theoretical Model) ถึงแม้จะทำอย่างคร่าว ๆ (Rough) และไม่สมบูรณ์ (Incomplete) ซึ่งสามารถใช้ในการวิเคราะห์องค์การทุกประเภทหรือขนาด ไม่ว่าจะตั้งอยู่ในแหล่งที่มีวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์อย่างไร และเพื่อนำไปสู่การคาดคะเนที่เป็นประโยชน์ให้กว้างขวางขึ้น แบบจำลองของ Caplow เสนอแนะว่าประสิทธิภาพขององค์การ 2 องค์การ หรือองค์การเดียวในระยะเวลาที่แตกต่างกันสามารถเปรียบเทียบกันได้และประเมินผลโดยวัดจากตัวแปร 4 ตัวด้วยกัน คือ

- 1) ความมั่นคง (Stability) การวัดความมั่นคงขององค์การ หมายถึง การวัดความสามารถขององค์การในการรักษา (Maintain) โครงสร้างขององค์การไว้ ตัวแปรนี้สัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยด้านตัวป้อน (Input) และกระบวนการ (Process) ในทฤษฎีระบบ การรักษาไว้ซึ่งสภาพและการพัฒนาโครงสร้างรวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งทรัพยากร (Acquiring Resources) การใช้ตัวป้อน (Input) อย่างมีประสิทธิภาพ การปฏิบัติอย่างมีเหตุผล และการรักษาระเบียบกิจกรรมทั้งหมดนี้มุ่งไปสู่การสร้างองค์การซึ่งสามารถควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกองค์การได้สำเร็จ
- 2) ความผสมผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Integration) หมายถึง การวัดความสามารถขององค์การในการหลีกเลี่ยงการขัดแย้งระหว่างสมาชิกขององค์การ วิธีการเบื้องต้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวก็คือ การติดต่อสื่อสาร (Communications) ซึ่งเพิ่มความมีสัมพันธ

ต่อกัน (Interaction) ระหว่างสมาชิก แนวความคิดนี้เทียบได้เท่ากับแนวความคิดของ Price เกี่ยวกับการปฏิบัติตาม (Conformity) และได้รับการตีความไปในแง่ของทฤษฎีระบบเช่นเดียวกัน การสร้างและการรักษาไว้ซึ่งข้อกำหนดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Codes of Behavior) ซึ่งควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก เป็นกิจกรรมซึ่งสัมพันธ์กับทั้งการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการปฏิบัติตาม

3) ความสมัครใจ (Voluntarism) หมายถึง ความสามารถขององค์การในการจัดให้มีความพึงพอใจสำหรับบุคคล และความปรารถนาของสมาชิกที่จะคงมีส่วนร่วมต่อไป แนวความคิดดังกล่าวคล้ายคลึงกันกับแนวความคิดด้านขวัญหรือความพึงพอใจ และเกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมในการสนองตอบความต้องการของพนักงาน

4) ความสัมฤทธิ์ผลหรือความสำเร็จ (Achievement) หมายถึง ผลรวมสุทธิของกิจกรรมขององค์การ ซึ่งใกล้เคียงกับแนวความคิดของ Price ว่ามีประสิทธิผล หมายถึง ความมากน้อยของการบรรลุถึงเป้าหมาย แต่ Caplow เน้นว่าประสิทธิผลรวมของปัจจัยอย่างน้อย 4 ประการด้วยกัน ในขณะที่ Price เน้นประสิทธิผลในปัจจุบันด้านเดียว คือ ผลผลิตอย่างไรก็ตาม แนวความคิดที่ว่าประสิทธิผลประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการนั้นสอดคล้องกับแนวความคิดในทฤษฎีระบบมากกว่า

2.3.1.3 แนวความคิดของ Yuchtman และ Seashore

Yuchtman และ Seashore ใช้แนวความคิดเรื่องระบบเข้ามาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ประสิทธิผลขององค์การ โดยมีความคิดพื้นฐานว่าการให้ความหมายของประสิทธิผลจะต้องกระทำด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมในรูปของระบบเปิด (Open System Model) ดังนั้น Yuchtman และ Seashore จึงให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์การในแง่ของตำแหน่งการต่อรอง (Bargaining Position) ขององค์การ ซึ่งหมายถึง "ความสามารถขององค์การในการได้มาซึ่งทรัพยากรซึ่งหายากและมีค่าจากสภาพแวดล้อม" อีกนัยหนึ่งก็คือ ประเมินความสามารถขององค์การในฐานะที่เป็น "ระบบการได้มาซึ่งทรัพยากร" (Resource Getting System) ดังนั้น Yuchtman และ Seashore จะไม่ให้ความสำคัญแก่เป้าหมายขององค์การในการวัดประสิทธิผลขององค์การ โดยให้ความเห็นว่าเป้าหมายขององค์การที่สร้างขึ้นมาก็เพื่อเป็นหนทางหรือกลยุทธ์ในการที่จะปรับสภาพองค์การให้อยู่ในตำแหน่งที่ต่อรองกับสภาพแวดล้อมได้ดีขึ้นนั่นเอง เป้าหมาย (Goal) จึงไม่ใช่เกณฑ์ที่จะใช้วัดประสิทธิผลขององค์การได้ ดังนั้น การที่จะวัดประสิทธิผลขององค์การได้ชัดเจนตามแนวความคิดของ Yuchtman และ Seashore จึงต้องให้การวัดเปรียบเทียบกันระหว่างองค์การในรูปของการแข่งขัน (Competition) ว่าองค์การใดได้รับทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมมากกว่า องค์การนั้นก็ย่อมมีประสิทธิผลมากกว่าอีกองค์การหนึ่ง

การประเมินเปรียบเทียบประสิทธิภาพจะทำให้ชัดเจนที่สุดในกรณีที่องค์การที่ถูกประเมินแข่งขันหรือแก่งแย่งกันโดยตรงเพื่อทรัพยากรอย่างเดียวกัน โดยองค์การที่ถูกนำมาวัดผลเปรียบเทียบกับระหว่างองค์การที่มีกิจกรรมไม่เหมือนกันหรือองค์การที่ไม่อยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงทรัพยากรอย่างเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากจะนำแนวความคิดของ Yuchtman และ Seashore ไปใช้เป็นแนวทางในการวัดเปรียบเทียบองค์การที่มีกิจกรรมเหมือนกันและแข่งขันกันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรอย่างเดียวกันก็ควรพิจารณาเกณฑ์ที่จะใช้วัดความแตกต่างในด้านทรัพยากร (Resources) ซึ่งเสนอไว้ดังนี้

1) ความแลกเปลี่ยนได้ง่ายของทรัพยากร (Liquidity) ทรัพยากรบางอย่างสามารถใช้แลกเปลี่ยนเป็นทรัพยากรอื่นได้ง่าย เช่น เงินและสินเชื่อบุคคลสามารถใช้แลกเปลี่ยนเป็นทรัพยากรอื่น ๆ ได้ง่าย แต่ในทางตรงกันข้าม ทรัพยากรในรูปของขวัญสูง (High Morale) ของพนักงานไม่สามารถใช้แลกเปลี่ยนเป็นทรัพยากรอื่นนอกองค์การได้ ยกเว้นจะแปรสภาพทรัพยากรนี้ให้ไปสู่การบริการหรือผลผลิตก่อนนำไปแลกเปลี่ยนได้ บางองค์การมีลักษณะที่มีทรัพยากรในรูปที่ไม่แลกเปลี่ยนได้ง่าย (Non - Liquid Forms)

2) เสถียรภาพ (Stability) ทรัพยากรบางอย่างมีลักษณะชั่วคราวไม่ยั่งยืนในแง่ที่จะถูกหามาและใช้ไปต่อเนื่องกันโดยองค์การอยู่เสมอ ในขณะที่ทรัพยากรอื่นมีคุณสมบัติของการถูกเก็บสะสมเพิ่มพูนไว้โดยไม่เสื่อมสลายไป องค์การซึ่งได้มาซึ่งทรัพยากรที่เสื่อมสภาพง่ายและไม่ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นภายในระยะเวลาที่สมควรจะสูญเสียคุณค่าของทรัพยากรนั้นไป ตัวอย่างที่เห็นได้บ่อย ๆ ของความล้มเหลวในการใช้ทรัพยากรชั่วคราวนี้คือ อัตราการเปลี่ยนงานสูงของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคในโรงงานอุตสาหกรรมบางแห่ง ในทำนองเดียวกัน ในขณะที่เงินเป็นทรัพยากรที่มีความมั่นคงมากและสามารถเก็บสะสมไว้ได้โดยไม่เสื่อมค่า อิทธิพลทางการเมืองก็เป็นทรัพยากรที่ไม่มั่นคงเป็นอย่างมาก

3) ความเหมาะสม (Relevance) ตามหลักการแล้ว ทรัพยากรทุกชนิดมีความเหมาะสมต่อองค์การทุกชนิดในแง่ที่สามารถใช้สร้างผลผลิตและแลกเปลี่ยนได้ แต่ข้อแตกต่างอยู่ที่ความมากน้อย (Degree) ของความเหมาะสมของทรัพยากร ดังนั้น องค์การที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นองค์การที่สามารถเตรียมพร้อมที่จะรับสภาพการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรเพื่อรักษาไว้ซึ่งความสามารถในการสำรองเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่มีความเหมาะสมต่อไป

4) ความเป็นสากล (Universality) ทรัพยากรบางอย่างมีความเหมาะสมเป็นสากลสำหรับทุกองค์การ นั่นคือ ทุกองค์การจำเป็นต้องใช้ เป็นต้นว่า

(1) บุคลากร

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร
 (3) เทคโนโลยีสำหรับปฏิบัติกิจกรรม
 (4) ทรัพยากรที่แลกเปลี่ยนได้ง่าย เช่น เงิน ส่วนทรัพยากรที่ไม่เป็น
 สากล คือ ทรัพยากรซึ่งไม่มีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงกัน เพราะอาจเป็นทรัพยากรซึ่งไม่เหมาะสม
 กับองค์การหลายองค์การ หรือเป็นทรัพยากรซึ่งสามารถหาได้อย่างเพียงพอจากการแลกเปลี่ยนกันเอง
 ระหว่างองค์การ

5) ทรัพยากรทดแทน (Substitution) องค์การซึ่งผลผลิตคล้ายคลึงกัน
 แข่งขันกันในสภาพแวดล้อมเดียวกัน อาจไม่จำเป็นต้องแข่งขันแย่งชิงทรัพยากรอย่างเดียวกันก็ได้
 โดยอาจใช้ทรัพยากรเท่าที่หน่วยงานมีพร้อมอยู่แล้วใช้เป็นประโยชน์ แทนที่จะไปเสาะหาทรัพยากร
 ซึ่งหายากยิ่งมาใช้อย่างเดียวกันกับคู่แข่ง

2.3.1.4 แนวความคิดของ Bertram M. Gross

Gross (1968 อ้างถึงใน ภรณ์ มหามนต์, 2529: 40) ให้ความหมายของประสิทธิภาพ
 ว่าเป็นการสมดุลอย่างดีที่สุด (Optimum Balance) ระหว่างการปรับตัว (Adaptation) และ
 การรักษาสภาพ (Maintenance) ดังนั้น กิจกรรมขององค์การซึ่งเป็นเครื่องตัดสินใจปฏิบัติ
 ขององค์การว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ จึงประกอบไปด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

1) การได้มาซึ่งทรัพยากร (Acquiring Resource) เป็นขั้นตอนแรกของ
 วงจรซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านตัวป้อน ซึ่ง Gross ระบุว่าประกอบไปด้วยทรัพยากรหลักคือ คน เงิน
 และเครื่องจักร จึงควรพิจารณาวัตถุดิบแยกออกไปจากตัวเงิน กิจกรรม เพื่อให้ได้ซึ่งทรัพยากร
 เหล่านี้กระทำผ่านหน่วยงานซึ่งมีความชำนาญเฉพาะ (Specialized) ในด้านการเงิน การจัดหา และ
 การเจ้าหน้าที่

2) การใช้ตัวป้อน (Input) อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับผลผลิต (Output)
 กิจกรรมนี้เป็นหัวใจของปัจจัยด้านกระบวนการ (Process Element) ถ้ามององค์การในแง่ของ
 ทฤษฎีระบบ กล่าวคือ ตัวป้อน (Input) จะต้องถูกผสมผสานเข้าด้วยกันในทางที่จะให้ได้มาซึ่ง
 ผลผลิตอย่างมากที่สุด (Maximum Output) โดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด หรืออีกนัยหนึ่งก็คือการใช้
 ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

3) การผลิตผลผลิตในรูปบริการหรือสินค้า หมายถึง กิจกรรมในด้านการผลิต
 ผลผลิตในทฤษฎีระบบ ซึ่งประกอบไปด้วยแง่ต่าง ๆ คือ การกำหนดประเภทของผลผลิตที่เหมาะสม
 การรักษาปริมาณ การรักษาคุณภาพและการกำหนดระยะเวลา (Scheduling) ในการไหลของ
 ผลผลิต (Product Flow) ซึ่งแต่ละแง่สะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายในการทำงานขององค์การนั่นเอง

4) การปฏิบัติงานด้านเทคนิค (Technical) และด้านบริหาร (Administrative) อย่างมีเหตุผล ในแง่ของทฤษฎีระบบ กิจกรรมนี้ครอบคลุมในทุกส่วนประกอบของระบบ รวมทั้ง การปรับระบบให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมนอกระบบด้วย กิจกรรมนี้รวมถึง การค้นคว้าวิจัย ตลอดจนความพยายามในการกระจายอำนาจมากขึ้นในทางบริหาร ซึ่งถือว่าเป็นเทคนิคการบริหารที่มีเหตุผลในการกระตุ้นประสิทธิภาพมากขึ้นในการได้มาซึ่งทรัพยากรและการผลิต

5) การลงทุนให้กับองค์การ (Investing in Organization) กิจกรรมนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าองค์การจะต้องจัดสรรทรัพยากรจากการผลิตปัจจุบันและลงทุนในการสร้างสมรรถนะในอนาคต วัตถุประสงค์ของการลงทุนดังกล่าวรวมถึง การขยาย (Expansion) การสับเปลี่ยน (Replacement) การอนุรักษ์ (Conservation) การพัฒนา (Development) ทรัพย์สิน (Assets) การตัดสินใจในการพัฒนาทรัพยากรด้านคนโดยโครงการฝึกอบรม นอกจากนี้ กิจกรรมที่มุ่งไปในทาง การพัฒนาและสนับสนุนจากภายนอกองค์การเพื่อปรับระบบองค์การให้เข้ากันได้ก็เป็นการลงทุนอย่างหนึ่งเช่นกัน เช่น การได้มาซึ่งการสนับสนุนจากนักการเมืองก็เป็นอีกแห่งหนึ่งของกิจกรรมด้านการลงทุน

6) การสนองตอบความสนใจที่แตกต่างกันของบุคคลและกลุ่มกิจกรรมนี้ สะท้อนให้เห็นถึงทฤษฎีระบบโดยตรงโดยยอมรับว่ามีกลุ่ม (Interest Groups) 3 กลุ่มสนใจด้วยกัน ในองค์การ คือ กลุ่มพนักงาน กลุ่มลูกค้า และกลุ่มผู้ลงทุน ความสนใจของพนักงานได้รับการสนองตอบจากความมากน้อยของความพึงพอใจต่อสิ่งที่ตนได้รับในการแลกเปลี่ยนกับแรงงานที่ตนลงไป ส่วนความสนใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้รับการสนองตอบจากความมากน้อยของความสมหวังจากการคาดหวังด้านคุณภาพและราคาที่องค์การจัดให้ ความสนใจของผู้ลงทุนได้รับการสนองตอบเมื่อผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) มากพอที่จะทำให้แน่ใจได้ว่าจะคงลงทุนต่อไป ดังนั้น กิจกรรมนี้จึงสัมพันธ์กับส่วนประกอบทั้ง 3 ของระบบ คือ กับตัวป้อน กระบวนการและผลผลิต รวมทั้งสัมพันธ์กับการปรับตัวของระบบเข้ากับสภาพแวดล้อมด้วย

7) การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของพฤติกรรม (Conforming to Codes of Behavior) คำโครงของความเป็นระบบเป็นความต่อเนื่อง (Connectedness) กันขององค์การกับสภาพแวดล้อมภายนอก ความเกี่ยวเนื่องดังกล่าวเรียกร้องให้องค์การไม่เพียงแต่ทำประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพต่อสภาพแวดล้อม แต่การกระทำดังกล่าวต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายระเบียบข้อบังคับ คีลธรรมข้อห้ามและข้อจำกัดของจริยธรรม และจรรยาบรรณของวิชาชีพ หลักเกณฑ์ (Codes) เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความหมายของสภาพแวดล้อมต่อพฤติกรรมที่

“ถูกต้อง” และ “ผิด” โดยองค์การจะต้องใช้พฤติกรรมที่ถูกต้องในการแสวงหาทรัพยากรมาใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตผลผลิตและลงทุนในทรัพย์สิน

กิจกรรมเหล่านี้แต่ละกิจกรรมมุ่งไปสู่การรักษาไว้ซึ่งปัจจัยในวงจรของตัวป้อน กระบวนการผลิตผล (Input – Process – Output Cycle) และปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ดังนั้นจึงสามารถวิเคราะห์รายละเอียดเพิ่มเติมบนพื้นฐานของทฤษฎีระบบได้ ดังนี้

เค้าโครงของทฤษฎีระบบระบุถึงกิจกรรมขององค์การเหล่านี้ซึ่งเป็นเครื่องตัดสินระดับของความมีประสิทธิภาพ โดยเน้นว่าประสิทธิภาพขององค์การขึ้นอยู่กับความมากน้อยของกิจกรรมที่องค์การสามารถรักษาความสมดุล กล่าวคือ บรรลุถึงความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด (Optimum Relationship) ระหว่างกิจกรรมที่กล่าวมาแล้วดังกล่าว ดังนั้น ประสิทธิภาพจึงประกอบไปด้วยกิจกรรมจำนวนหนึ่งซึ่งแต่ละกิจกรรมสัมพันธ์กันกับวงจรของตัวป้อน กระบวนการ ผลิตผล และการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ทฤษฎีระบบยังเหมาะสำหรับใช้ประเมินประสิทธิภาพของหน่วยย่อย (Subunits) ขององค์การอีกด้วย เช่น สามารถประเมินประสิทธิภาพของหน่วยบริหารงานบุคคล หรือหน่วยวิศวกรรม หน่วยงานวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ในแง่ของความเป็นระบบของแต่ละหน่วยซึ่งมีตัวป้อน กระบวนการ และผลิตผลของตัวเอง ตลอดจนกิจกรรมด้านการปรับตัวให้ดีที่สุดเพื่อประสิทธิภาพขององค์การทั้งหมด

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินนโยบาย/โครงการ

2.3.2.1 ความหมายของการประเมินนโยบาย/โครงการ

Dye (1967 อ้างถึงใน กรวีร์ ศรีกิจการ, 2545: 20) ให้ความหมายว่า หมายถึงการ เรียนรู้เกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากนโยบายสาธารณะ

Dunn (1981 อ้างถึงใน กรวีร์ ศรีกิจการ, 2545: 20) กล่าวว่า หมายถึง ขั้นตอนหนึ่งของการวิเคราะห์นโยบายโดยเป็นขั้นตอนที่มุ่งผลิตข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลของการดำเนินงานตามนโยบายว่าสามารถตอบสนองของความต้องการของสังคมของคุณค่าของสังคม และแก้ไขปัญหาที่เป็นเป้าหมายของนโยบายได้หรือไม่

Jones (1970 อ้างถึงใน กรวีร์ ศรีกิจการ, 2545: 20) กล่าวว่า หมายถึง การกระทำ ที่มีระบบและต่อเนื่องเพื่อให้ทราบถึงผลของนโยบายโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้กับ ผลกระทบของการดำเนินการตามนโยบายที่มีต่อปัญหาของสังคมที่เป็นเป้าหมายที่นโยบายนั้น มุ่งแก้ไข

Nachmias (1979 อ้างถึงใน กรวิวี ศรีกิจการ, 2545: 20) กล่าวว่า หมายถึง การศึกษาอย่างเป็นระบบและการตรวจสอบในเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลการดำเนินนโยบายหรือโครงการของรัฐที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของเป้าหมายที่ตั้งใจให้ประสบความสำเร็จ

Anderson (1983 อ้างถึงใน กรวิวี ศรีกิจการ, 2545: 21) กล่าวว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการ การเปรียบเทียบผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติกับสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้น กิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่กระทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาทุกขั้นตอนนโยบาย ดังนั้น ในการประเมินนโยบาย อย่างน้อยผู้ประเมินต้องมีความรู้ในประเด็นต่อไปนี้ คือ เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของนโยบายคืออะไร การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายกำหนด ไว้อย่างไร และ ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการทั้งหมดเป็นอย่างไร

Suchman (1967 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 58) ให้ความหมายของการประเมินโครงการว่า หมายถึง การใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หรือการใช้เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์เพื่อหาข้อมูลที่เป็นจริงและเชื่อถือได้เกี่ยวกับโครงการเพื่อการตัดสินใจว่าโครงการดังกล่าวดีหรือไม่ดีอย่างไรหรือเป็นการค้นคว้าผลของกิจกรรมที่วางไว้ในโครงการประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ หรือความมุ่งหมายของโครงการหรือไม่

Stufflebeam (1971 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 58) กล่าวถึงการประเมินโครงการว่า เป็นกระบวนการบรรยาย เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมาย การวางแผน การดำเนินการ และผลกระทบ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในสถานการณ์ของโครงการ

Aikin (1969 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 58) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการกำหนดขอบเขตการตัดสินใจ การเลือกข้อมูลที่เหมาะสม การเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการเขียนรายงานสรุปเพื่อให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจได้ใช้เป็นแนวทางในการเลือกวิธีปฏิบัติ

Stufflebeam and Shinkfield (1990 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 59) ให้ความหมายของการประเมินว่า เป็นการกำหนดคุณค่าหรือข้อดีของบางสิ่งบางอย่างอย่างเป็นระบบ

Cronbach (1963 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 59) ให้ความหมายของการประเมินโครงการว่าเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ข้อมูลนั้นเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการ

Worthen and Sander (1987 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 60) ให้ความหมายของการประเมินว่าเป็นการพิจารณาคุณค่าของสิ่ง ๆ หนึ่ง ประกอบด้วยการจัดหาสารสนเทศเพื่อตัดสินคุณค่าของแผนงาน ผลผลิต กระบวนการ หรือการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือการพิจารณาค่าคุณภาพของทางเลือกต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

2.3.2.2 ชนิดของการประเมินโครงการ (สุวิมล ตีรพานันท์, 2545: 60-61)

การประเมินเป็นสิ่งที่ควรทำควบคู่ไปกับการดำเนินโครงการนับตั้งแต่การเลือกโครงการ การวางแผนโครงการ การดำเนินงานตามโครงการ จนถึงการประเมินผลสุดท้ายของโครงการ ชนิดของการประเมินโครงการจะแตกต่างกันไปตามช่วงเวลาของการประเมิน ดังต่อไปนี้

- 1) Needs Assessment หมายถึง การประเมินความต้องการขององค์กรหรือกลุ่มสังคมเพื่อนำมาทำนโยบาย แผนงาน หรือโครงการใดๆ เป็นการประเมินก่อนเริ่มทำแผนหรือทำโครงการ
- 2) Feasibility Study หมายถึง การประเมินเพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของทางเลือกเพื่อนำมาจัดทำเป็นนโยบาย แผนงาน หรือโครงการใดๆ นิยมประเมินใน 6 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านบริหาร ด้านเทคนิค ด้านสิ่งแวดล้อม
- 3) Context Evaluation หมายถึง การประเมินบริบทของโครงการ ว่ามีความเหมาะสม ประกอบด้วยความเป็นจริงของโครงการ ความต้องการโครงการของกลุ่มเป้าหมาย ความเหมาะสมของโครงการต่อกลุ่มเป้าหมายและความเหมาะสมต่อพื้นที่ดำเนินโครงการ
- 4) Input Evaluation หมายถึง การประเมินความพร้อมของสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกนำเข้าร่วมในโครงการ ประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ แนวทางจัดการ วัสดุอุปกรณ์
- 5) Process Evaluation หมายถึง การประเมินการปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน หรือ โครงการว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงใด
- 6) Monitoring Evaluation หมายถึง การติดตามกำกับงาน เป็นการประเมินเพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย แผนงาน หรือ โครงการที่วางไว้หรือไม่
- 7) Formative Evaluation หมายถึง การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ เมื่อดำเนินการไปได้ระยะหนึ่ง เพื่อนำผลไปใช้ปรับปรุงแก้ไขโครงการ
- 8) Product Evaluation หมายถึง การประเมินผลที่ได้จากโครงการว่าเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่เพียงใด
- 9) Summative Evaluation หมายถึง การประเมินผลสรุปของโครงการหลังจากสิ้นสุดการดำเนินโครงการนั้น เพื่อนำผลไปประกอบการตัดสินใจว่า ควรปรับปรุง แก้ไขสถานที่ หรือ ยุติโครงการ
- 10) Follow-up Study หมายถึง การติดตามผลที่เกิดขึ้นจากโครงการเมื่อโครงการสิ้นสุดไปแล้ว จะมีการติดตามผลเป็นระยะๆ เพื่อตรวจสอบความคงอยู่ ความก้าวหน้า และการพัฒนาอันเป็นผลมาจากการได้รับโครงการที่กำหนด

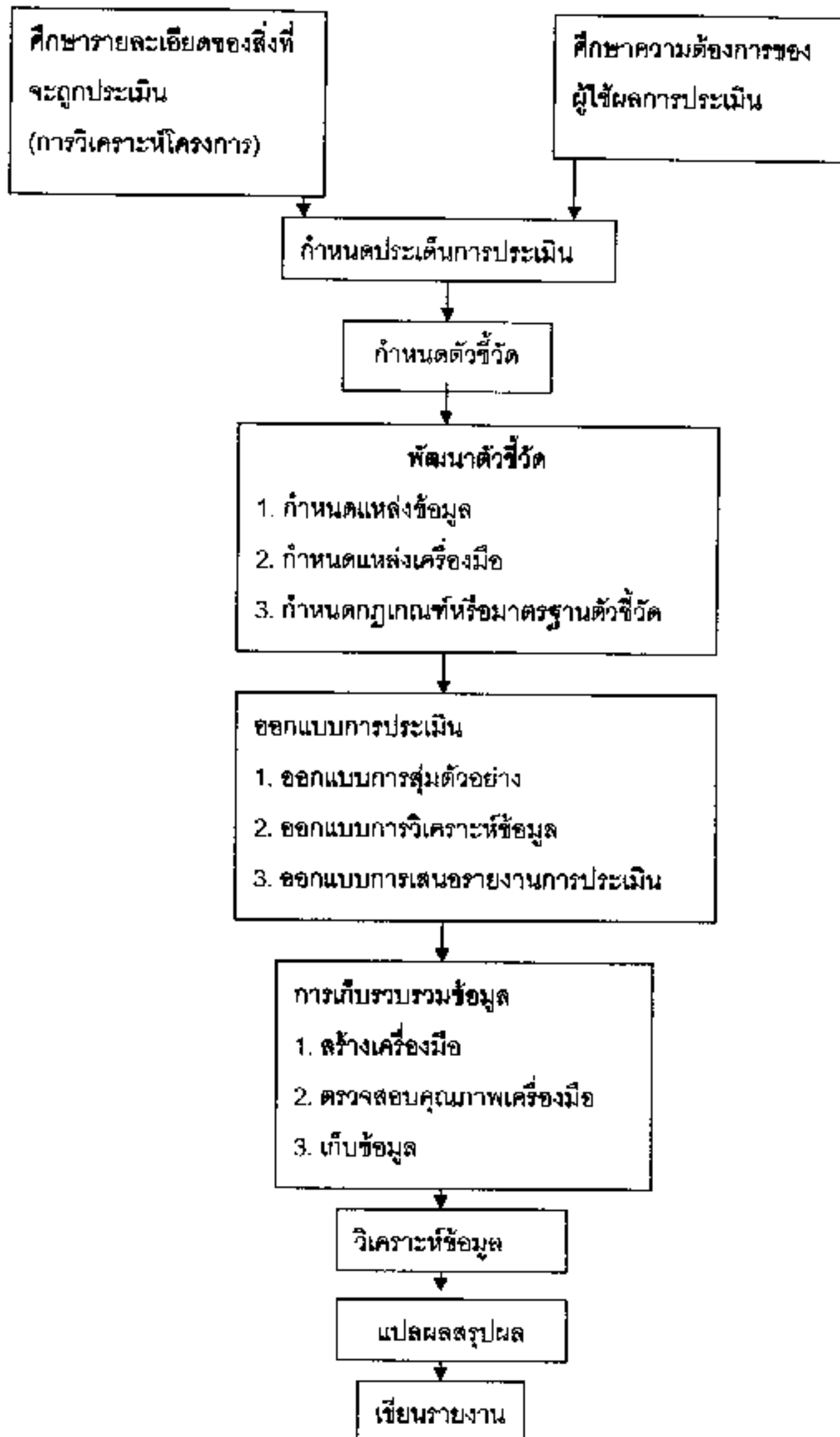
11) Meta Evaluation หมายถึง การประเมินโครงการประเมิน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการประเมิน

2.3.2.3 องค์ประกอบของการประเมิน (สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 62)

- 1) สิ่งที่จะประเมิน ได้แก่ นโยบาย แผนงาน โครงการ องค์กร วัสดุอุปกรณ์
- 2) ผู้ใช้ผลการประเมิน ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ดำเนินโครงการ เจ้าของเงินทุน ว่าต้องการทราบอะไรจากการประเมิน
- 3) ผู้ประเมิน ซึ่งอาจเป็นบุคคล หรือคณะบุคคล ที่อยู่ในโครงการ หรืออยู่นอกโครงการ
- 4) วิธีดำเนินการประเมิน หรือ กระบวนการประเมิน

2.3.2.4 ขั้นตอนการประเมิน (สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 62)

ในการประเมิน ขั้นตอนของการประเมินโดยละเอียดจะขึ้นอยู่กับสิ่งที่จะประเมิน แต่โดยทั่วไปสามารถแบ่งได้ ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงขั้นตอนการประเมิน

2.3.2.5 การกำหนดประเด็นในการประเมิน (สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 63)

1) พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของโครงการ เป็นการนำวัตถุประสงค์มาเป็นประเด็นในการประเมิน โดยสามารถที่จะกำหนดได้ตามกิจกรรม เป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และจุดมุ่งหมาย ตามลำดับ ทำให้การติดตามนโยบายจากระดับบนลงมายังระดับล่างมีความเป็นรูปธรรม แต่ลักษณะการดำเนินการในปัจจุบันการจัดทำนโยบายและแผนยังขาดความต่อเนื่อง และในระดับปฏิบัติการมีการจัดทำแผนโครงการไม่ครบถ้วนตามเป้าหมายของแผนงาน วัตถุประสงค์ในแผนโครงการไม่ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ หรือเขียนไว้ไม่ชัดเจน หรือเขียนไว้เกินความเป็นจริง ซึ่งเป็นปัญหาทำให้ไม่สามารถใช้วัตถุประสงค์เป็นประเด็นในการประเมิน

2) พิจารณาจากความต้องการของผู้ใช้ผลจากการประเมิน ได้แก่ ผู้ให้ทุน ผู้มีหน้าที่จัดทำนโยบาย ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับต้น เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ลักษณะของสิ่งทีบุคคลแต่ละระดับต้องการทราบจะแตกต่างกันออกไป

3) พิจารณาจากประสบการณ์ของผู้ประเมิน หากผู้ประเมินมีประสบการณ์มาก จะทำให้สามารถระบุถึงประเด็นการประเมินในโครงการแต่ละประเภทได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ โดยได้รับความเห็นชอบของผู้ใช้ผลการประเมิน

4) อาศัยแบบจำลอง และแนวคิด โดยทั่วไปมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ แบบจำลองที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นการบรรยาย การอธิบายลักษณะของสิ่งต่างๆ หรือ Descriptive Model และแบบจำลองที่สร้างขึ้นโดยมีลักษณะเป็นกฎ หรือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ หรือ Prescriptive Model

2.3.2.6 แบบจำลองที่ใช้ในงานประเมินโครงการ

1) ตัวแบบการประเมินผลเชิงระบบ (Input Output Model หรือ System Approach Model)

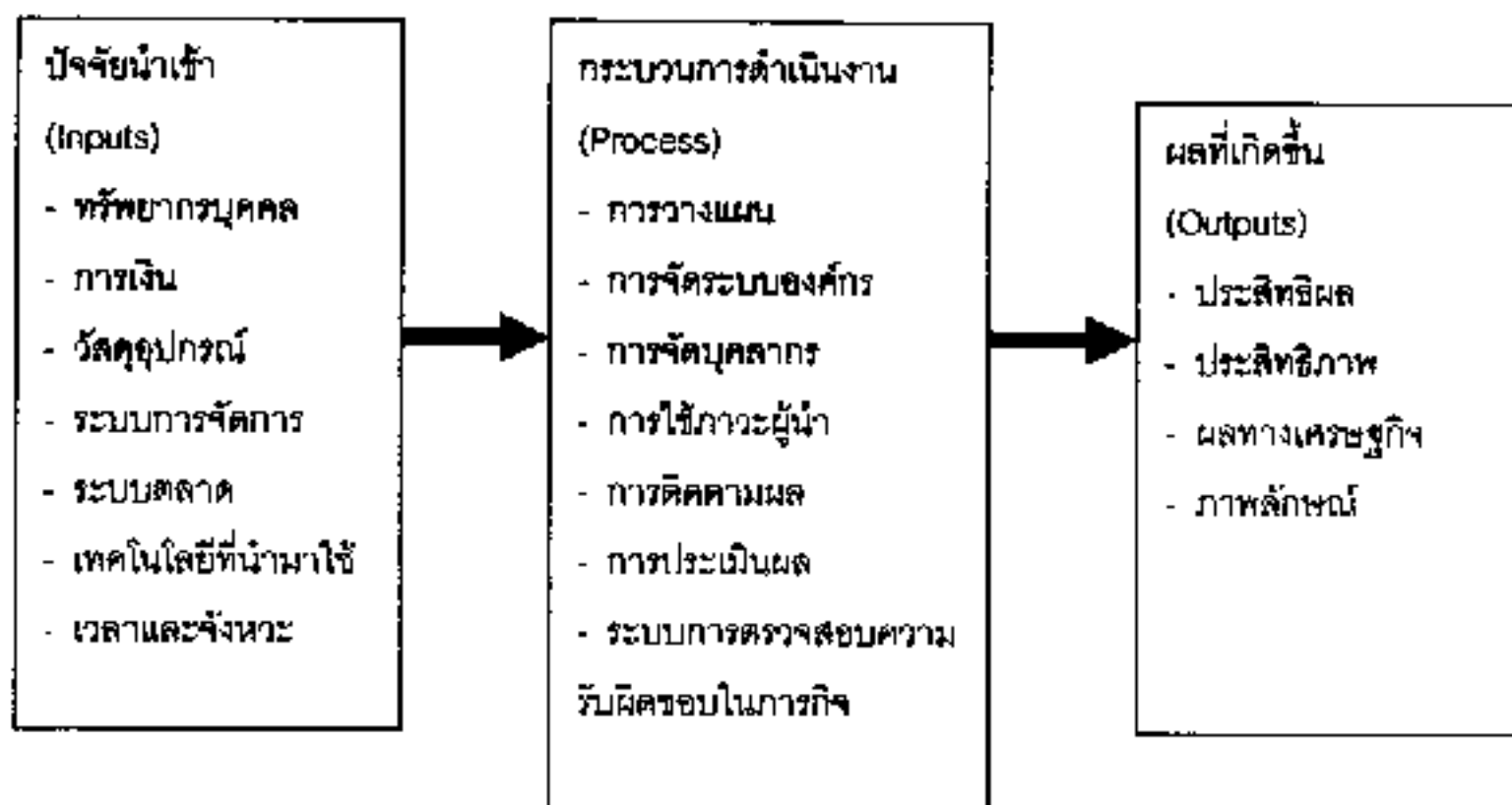
ปัจจุบันแบบจำลองที่ผู้บริหารโครงการหรือผู้เกี่ยวข้องกับการประเมินผลโครงการด้านพัฒนาสังคมนิยมใช้ในการติดตามและประเมินผลโครงการ คือ แนวคิดและตัวแบบการประเมินผลเชิงระบบ (Input Output Model หรือ System Approach Model) ที่มีหลักการสำคัญ มุ่งเน้นประเมินด้วยวิธีการประเมินผลด้วยระบบวิเคราะห์ (Analytical Evaluation) เป็นการประเมินที่วิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Outputs) ตลอดจนประเมินผลต่อเป้าหมาย (Outcomes) และผลกระทบ (Impacts) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากโครงการทั้งทางตรงและทางอ้อม ในมิติด้านบวกและด้านลบ

ดังนั้น การประเมินผลโครงการในแนวคิดและแบบจำลอง Input Output Model เป็นการตรวจสอบโครงการ 2 ช่วงเวลา คือ การประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ

(On-going evaluation) ซึ่งเป็นการมุ่งประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินโครงการเพื่อตรวจสอบกระบวนการดำเนินโครงการว่าได้ดำเนินเป็นไปตามแนวคิดและหลักการบริหารจัดการที่ดี เช่น แนวคิด PODC, PODCE หรือไม่และเพื่อตรวจสอบวัดความก้าวหน้าของโครงการว่าได้ดำเนินเป็นไปตามแผนปฏิบัติการที่กำหนด หรือไม่ มากน้อยเพียงใด

สำหรับการประเมินหลังเสร็จสิ้นการดำเนินโครงการ (Ex-post evaluation) มุ่งเน้นการประเมินประสิทธิผล (Outputs) ของโครงการหรือตรวจสอบประเมินความสำเร็จ ผลสัมฤทธิ์ของโครงการว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหรือไม่ รวมถึงการประเมินผลต่อเป้าหมายหรือคุณประโยชน์ที่เกิดขึ้น (Outcomes) จากโครงการ ตลอดจนผลกระทบ (Impacts) ที่เกิดขึ้น ทั้งที่คาดหวังและไม่คาดหวังจากโครงการในทิศทางที่ปรารถนาและไม่ปรารถนา

โดยสรุป การประเมินผลในรูปแบบ Input Output Model มีหลักการสำคัญของการประเมิน คือ มุ่งเน้นประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการ โดยจะทำการประเมิน 2 ช่วงเวลา คือ ประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (On-going evaluation) และประเมินหลังเสร็จสิ้นการดำเนินโครงการ (Ex-post evaluation) เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจแก่ผู้บริหารว่าจะดำเนินการต่อไปจะต้องมีการปรับปรุงอะไรบ้าง หรือจะยุติโครงการ แสดงดังภาพที่ 2.4



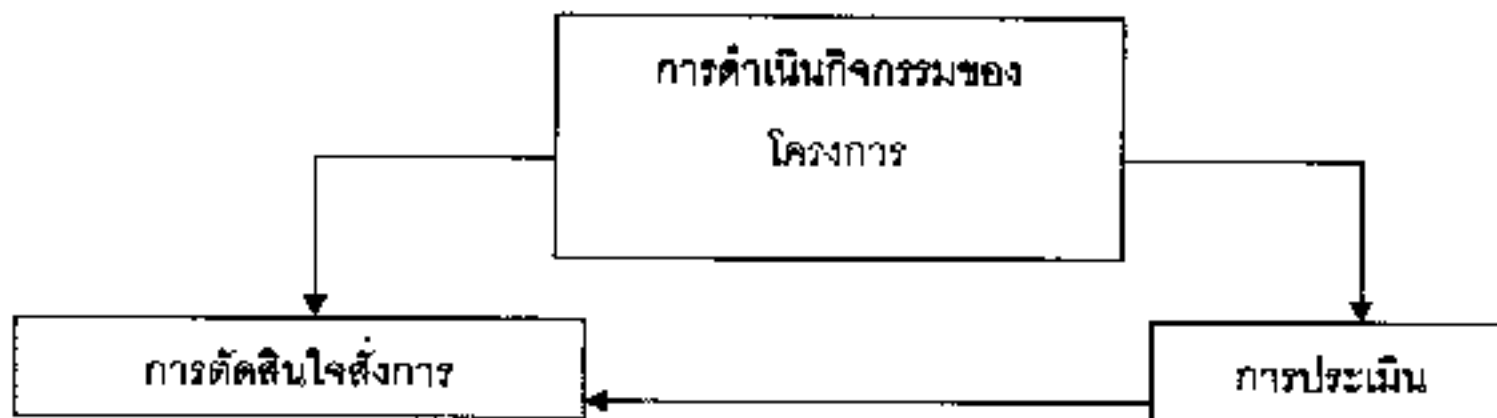
ภาพที่ 2.4 แสดงตัวแบบ Input-Output Model

2) ตัวแบบ CIPP Model

Stufflebeam (1971 อ้างถึงใน เขาวดี วิบูลย์ศรี, 2543: 123-125)

แนวคิดการประเมินโครงการของสตัฟเฟิลบีมมีลักษณะที่จะแบ่งแยกบทบาทของการทำงานระหว่างฝ่ายประเมินกับฝ่ายบริหารออกจากกันอย่างเด่นชัด กล่าวคือ ฝ่ายประเมินมีหน้าที่ระบุ จัดหา และนำเสนอสารสนเทศให้กับฝ่ายบริหาร ส่วนฝ่ายบริหารมีหน้าที่เรียกหา และนำผลการประเมินที่ได้นั้นไปใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อดำเนินกิจกรรมใดๆที่เกี่ยวข้องตามควรแก่กรณี

ทั้งนี้ในส่วนที่เป็นรายละเอียดของการประเมินตามนิยามของ Stufflebeam นั้น สามารถถ่ายทอดออกเป็นโมเดลพื้นฐานได้ ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 โมเดลพื้นฐานของ Stufflebeam

การประเมินตามโมเดลของสตัฟเฟิลบีมนั้น สามารถสรุปการประเมินเป็น 3 ขั้นตอน คือ

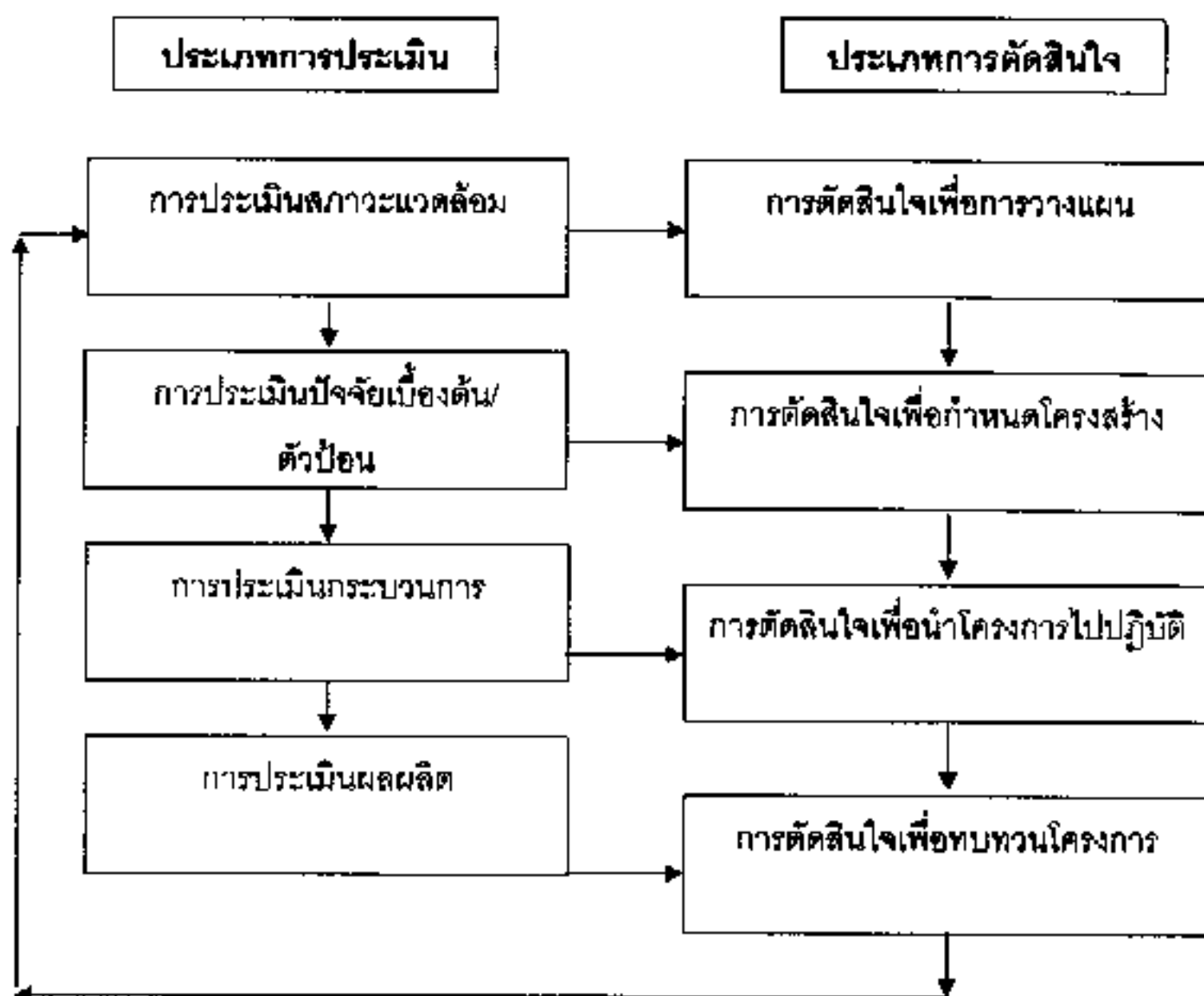
1. กำหนด หรือระบุและบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ
2. จัดเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิเคราะห์และจัดสารสนเทศ เพื่อนำเสนอฝ่ายบริหาร

ประเภทของการประเมิน

1. การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation) เป็นการประเมินก่อนที่จะลงมือดำเนินการโครงการใดๆมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดหลักการและเหตุผล รวมทั้งเพื่อพิจารณาความจำเป็นที่จะต้องจัดทำโครงการดังกล่าว การชี้ประเด็นปัญหาตลอดจน การพิจารณาความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ

2. การประเมินตัวป้อนเข้า (Input Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสม ความเพียงพอของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ ตลอดจน เทคโนโลยีและแผนของการดำเนินงาน

3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) ส่วนนี้เป็นการประเมินเพื่อ
 - 3.1 หาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ เพื่อทำการแก้ไขให้สอดคล้องกับข้อบกพร่องนั้น ๆ
 - 3.2 หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่จะสั่งการเพื่อการพัฒนางานต่าง ๆ
 - 3.3 บันทึกภาวะของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นไว้เป็นหลักฐาน
 4. การประเมินผลผลิตที่เกิดขึ้น (Product Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจากการทำโครงการ กับ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้แต่ต้น รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ
- การจัดประเภทของการประเมินดังกล่าว แสดงถึงการประเมินที่พยายามให้ครอบคลุมกระบวนการทำงานในทุกๆ ขั้นตอน ตามแนวคิดที่รู้จักกันดีในนามว่า "CIPP" และสิ่งที่ควบคู่กับการประเมินทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ การตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ ซึ่งสามารถจะแบ่งออกได้อีก 4 ประเภทเช่นกัน คือ
1. การตัดสินใจเพื่อการวางแผน เป็นการตัดสินใจที่อาศัยการประเมินสถานะแวดล้อม มีบทบาทสำคัญคือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการให้สอดคล้องกับแผนในการดำเนินงาน
 2. การตัดสินใจเพื่อกำหนดโครงสร้างของโครงการ เป็นการตัดสินใจที่อาศัยการประเมินตัวป้อน มีบทบาทสำคัญ คือ การกำหนดโครงสร้างของแผนงาน และขั้นตอนการทำงานต่างๆ ของโครงการ
 3. การตัดสินใจเพื่อนำโครงการไปปฏิบัติ เป็นการตัดสินใจที่อาศัยการประเมินกระบวนการมีบทบาทสำคัญ คือ ควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และเพื่อปรับปรุงแก้ไขแนวทางการทำงานให้ได้ผลดีที่สุด
 4. การตัดสินใจเพื่อทบทวนโครงการ เป็นการตัดสินใจที่อาศัยผลจากการประเมินที่เกิดขึ้น มีบทบาทหลัก คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับการยุติ สัมเลิก หรือขยายโครงการในช่วงเวลาต่อไป
- แนวคิดและเป้าหมายของการประเมินตามทีสตัฟเฟิลบีมได้เสนอมานั้นก็น่าเพื่อประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการดำเนินโครงการแต่ละประเภท จะเห็นได้ชัดว่าการประเมินแต่ละประเภทดังกล่าวจะต้องเชื่อมโยงต่อกันนำไปตัดสินใจ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 ความสัมพันธ์ของการตัดสินใจและประเภทของการประเมินโมเดลของสตีเฟิลบีม

3) ตัวแบบ CPO'S Evaluation Model (เขาวดี วิบูลย์ศิริ: 2543: 126)

กิจกรรมการประเมินโครงการเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศที่จำเป็น เกี่ยวกับปัจจัยขั้นพื้นฐานของโครงการ ตลอดจนกระบวนการปฏิบัติระหว่างดำเนินโครงการ และผลผลิตของโครงการ ภายใต้กิจกรรมและช่วงเวลาที่ได้กำหนดหรือวางแผนไว้

ส่วนประกอบของการประเมินโครงการมี 3 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานด้านสภาวะแวดล้อมของโครงการ (Context) หมายถึง "บริบท" ต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวกับโครงการทั้งหมด การประเมินในส่วนนี้ เป็นการประเมินสภาวะแวดล้อมหรือ "บริบท" ต่าง ๆ ของโครงการนั้น ๆ ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร โดยพิจารณาถึง

1.1 ความต้องการของโครงการ (Need Assessment) เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็น หรือ ความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ

1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility) เพื่อให้ทราบถึงโอกาสในการจัดทำโครงการ

1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อระบุถึงสิ่งที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นจากโครงการ

1.4 ความพร้อมและทรัพยากรในด้านต่างๆ เช่น เงินทุน หรือ งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ บุคลากร เป็นต้น

2. กระบวนการปฏิบัติระหว่างดำเนินโครงการ (Process) คำว่า "กระบวนการ" หมายถึง ขั้นตอนหรือกรรมวิธีที่จะต้องปฏิบัติตามลำดับก่อนหลังอย่างเป็นระบบและครบวงจร ในระหว่างดำเนินโครงการ กระบวนการดังกล่าวอาจจะแตกต่างกันไปตามเป้าหมายในเชิงปรัชญาของแต่ละโครงการ (เทียนฉาย กิระนันท์, 2537 อ้างถึงใน เขาวดี จิบุญย์ศรี, 2543: 127) การประเมินโครงการโดยทั่วไปมีองค์ประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ก็คือ ความสอดคล้องของกิจกรรมและช่วงเวลา โดยพิจารณาถึง

2.1 กิจกรรม (Activity) เพื่อให้ทราบว่า กิจกรรมนั้น ๆ มีความสอดคล้องหรือตรงกับวัตถุประสงค์ของ โครงการหรือไม่ และมีการจัดลำดับที่เหมาะสมต่อเนื่องกันมากน้อยเพียงใด

2.2 ช่วงเวลา (Timing) เพื่อให้ทราบ ช่วงเวลาที่จะดำเนินโครงการทางด้านกิจกรรมนั้น ๆ มีความเหมาะสมเพียงไร มีข้อจำกัดประการใด และช่วงเวลาที่กำหนดไว้ นั้นสามารถจะปรับเปลี่ยนไปจากเดิมได้ตามความจำเป็นหรือไม่ และเพราะเหตุใด

3. ผลผลิตของโครงการ (Outcome) คำว่า "ผลผลิตของโครงการ" จึงหมายถึง ผลงานหรือผลที่ได้รับจากการกระทำกิจกรรมใด ของแต่ละโครงการ โดยสามารถแบ่งผลงานดังกล่าวเป็น 3 ประเภท คือ ผลรวม (overall) ผลกระทบ (Impact) และคุณค่าหรือประโยชน์ (Utility) ตามลำดับ

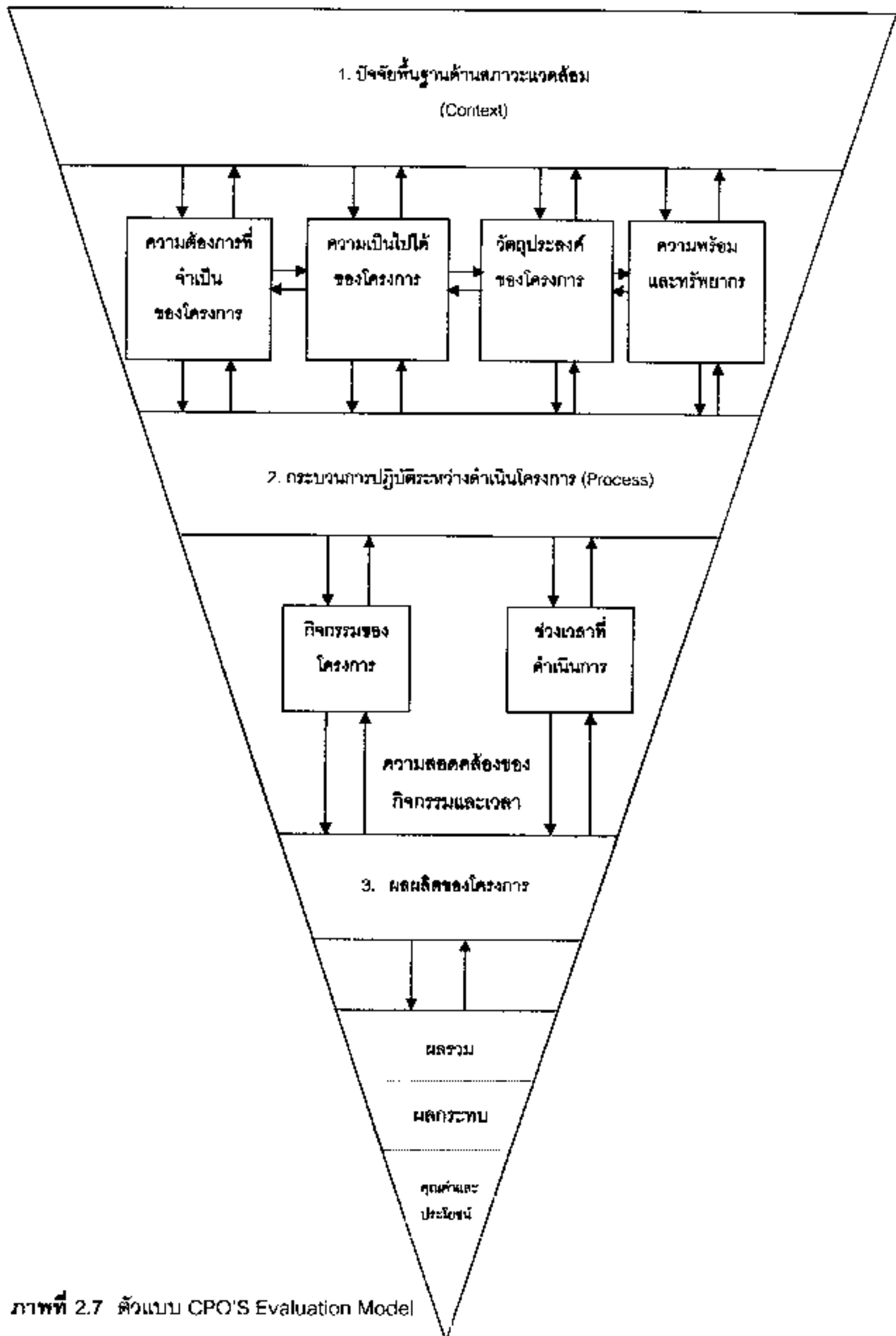
ในการประเมินผลผลิตของโครงการใด ๆ ก็ตาม จึงเป็นการประเมินเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากโครงการนั้น ๆ โดยพิจารณาถึง

3.1 ผลรวม (Overall) เพื่อให้ทราบถึงผลที่เกิดขึ้นทั้งหมดจากกิจกรรมของโครงการ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.2 ผลกระทบ (Impact) เพื่อให้ทราบถึงผลที่ตามมาจากการดำเนินโครงการนั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งจากที่คาดหวังไว้และมีได้คาดหวังไว้ด้วย

3.3 คุณค่าหรือประโยชน์ (Utility) เพื่อให้ทราบถึงคุณค่าหรือความสำคัญของผลที่ได้จากการประเมิน ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ หรือเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมต่อไป

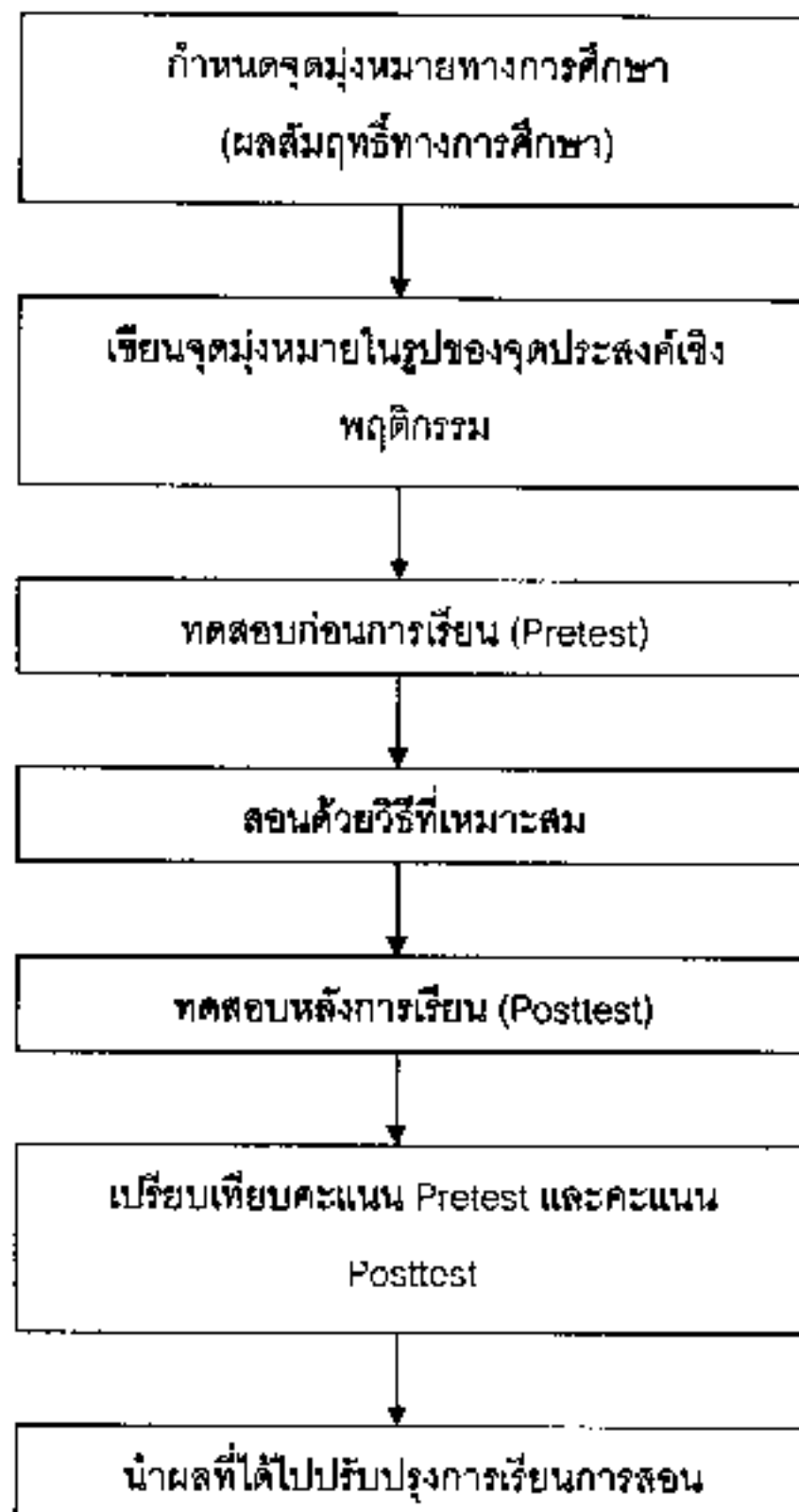
การประเมินผลผลิตของโครงการ ตามขั้นตอนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นการประเมินผลรวมในลักษณะสรุป ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริงและที่จำเป็นได้อย่างครบถ้วน รายละเอียดดังแบบจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 2.7 ตัวอย่าง CPO'S Evaluation Model

4) Goal Attainment ของ Tyler

Tyler (1942 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรพานันท์, 2545: 67) ได้พัฒนาแบบจำลองนี้ขึ้นใน ค.ศ. 1942 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการประเมินผลทางการศึกษา ประเด็นที่ใช้ในการประเมิน คือ วัตถุประสงค์ เป็นการตรวจสอบว่าผลการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ มุ่งเน้นที่การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่เป็นผลมาจากการเรียนการสอนในโรงเรียน มีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 2.8 แบบจำลองการประเมินของ Tyler

จุดอ่อนในแบบจำลองของ Tyler นี้คือ การมุ่งเน้นที่วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้การประเมินขาดสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในด้านอื่น ๆ

5) Goal and side Effect Attainment Model ของ Cronbach

Cronbach (1963 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรภานันท์, 2545: 68) พัฒนาแบบจำลองขึ้น ในปี ค.ศ. 1963 เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องในแบบจำลองของ Tyler จุดเน้นของแบบจำลองนี้เป็นการประเมินเพื่อสร้างสารสนเทศในการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับปรุงรายวิชา การปรับปรุงตัวนักเรียน และการจัดการบริหาร

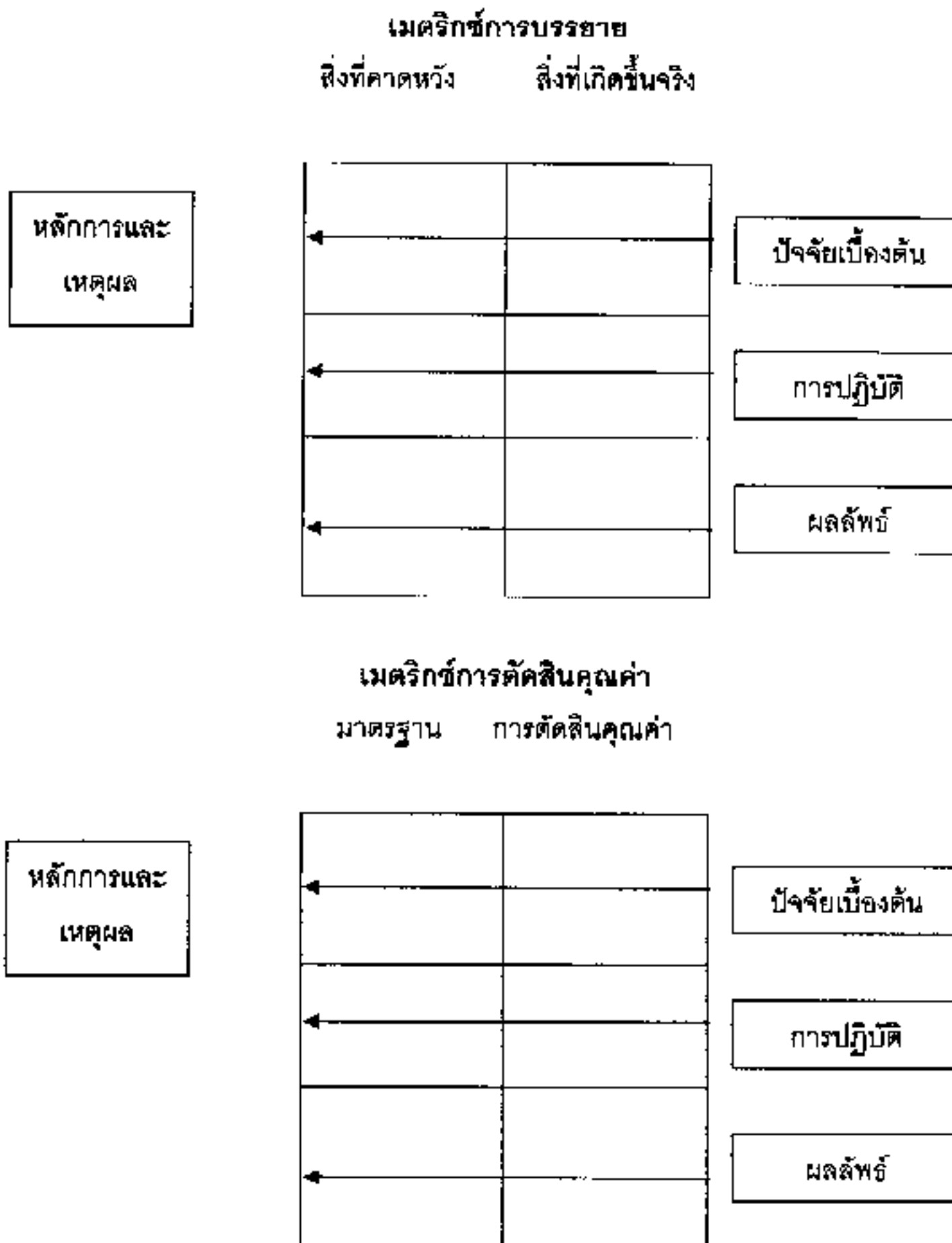
วิธีการประเมิน ประกอบด้วย

- (1) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาเหมือน Tyler
- (2) ประเมินกระบวนการเรียนการสอน
- (3) ประเมินประสิทธิภาพ
- (4) ประเมินทัศนคติ
- (5) การติดตามผลหลังการเรียนรู้

Cronbach พยายามแก้ไขข้อบกพร่องของ Tyler โดยให้มีการประเมินในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

6) Countenance Model ของ Stake

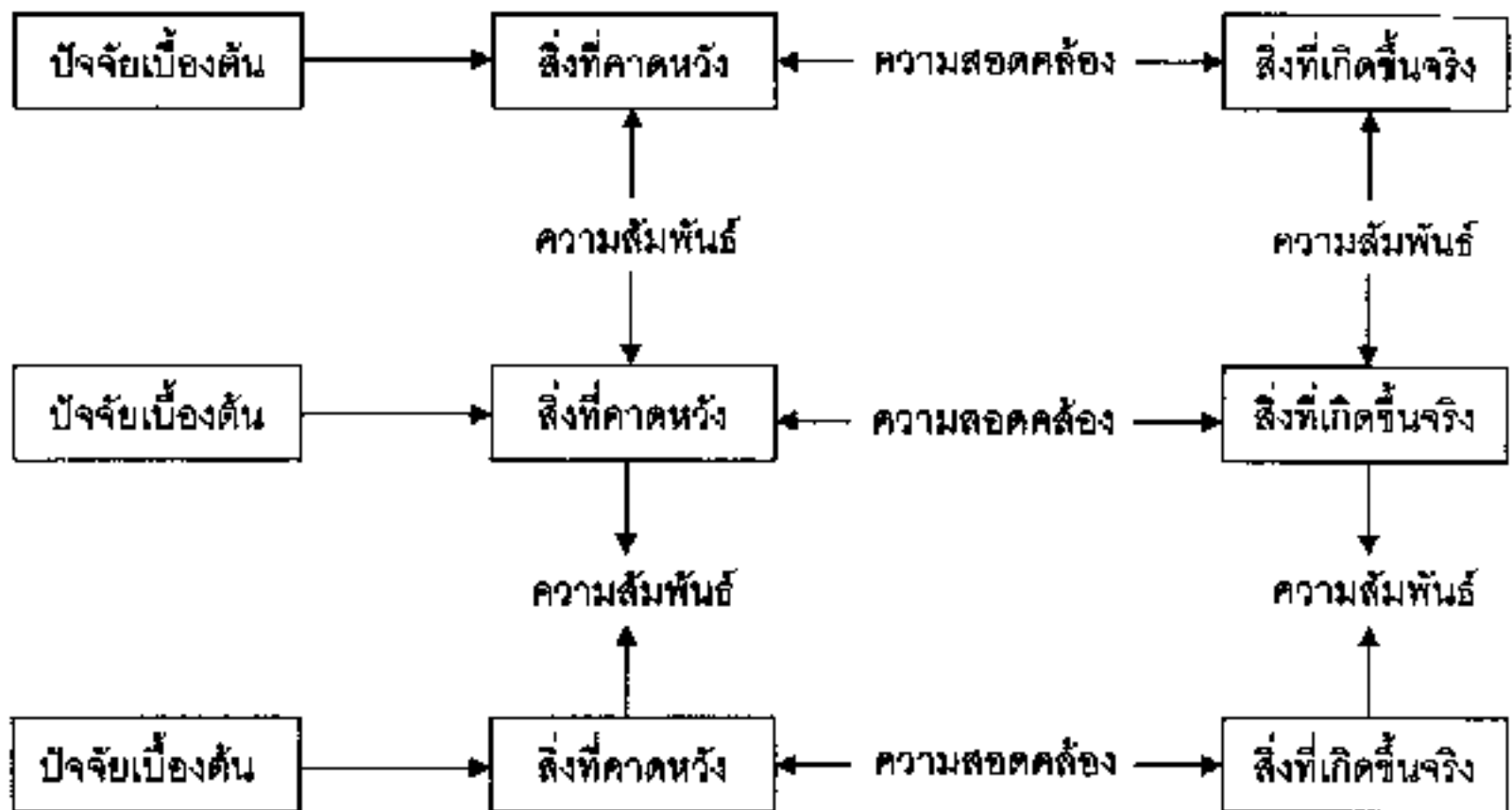
Stake (1967 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรภานันท์, 2545: 68-70) พัฒนาแบบจำลองนี้ขึ้น ในปี ค.ศ. 1967 เป็นการประเมินใน 3 ประเด็นหลัก คือ ปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์ โดยแบ่งวิธีการเป็น 2 เมตริกซ์ ประกอบด้วยเมตริกซ์การบรรยายและเมตริกซ์การตัดสินคุณค่า



ภาพที่ 2.9 เมตริกซ์การบรรยายและการตัดสินคุณค่า

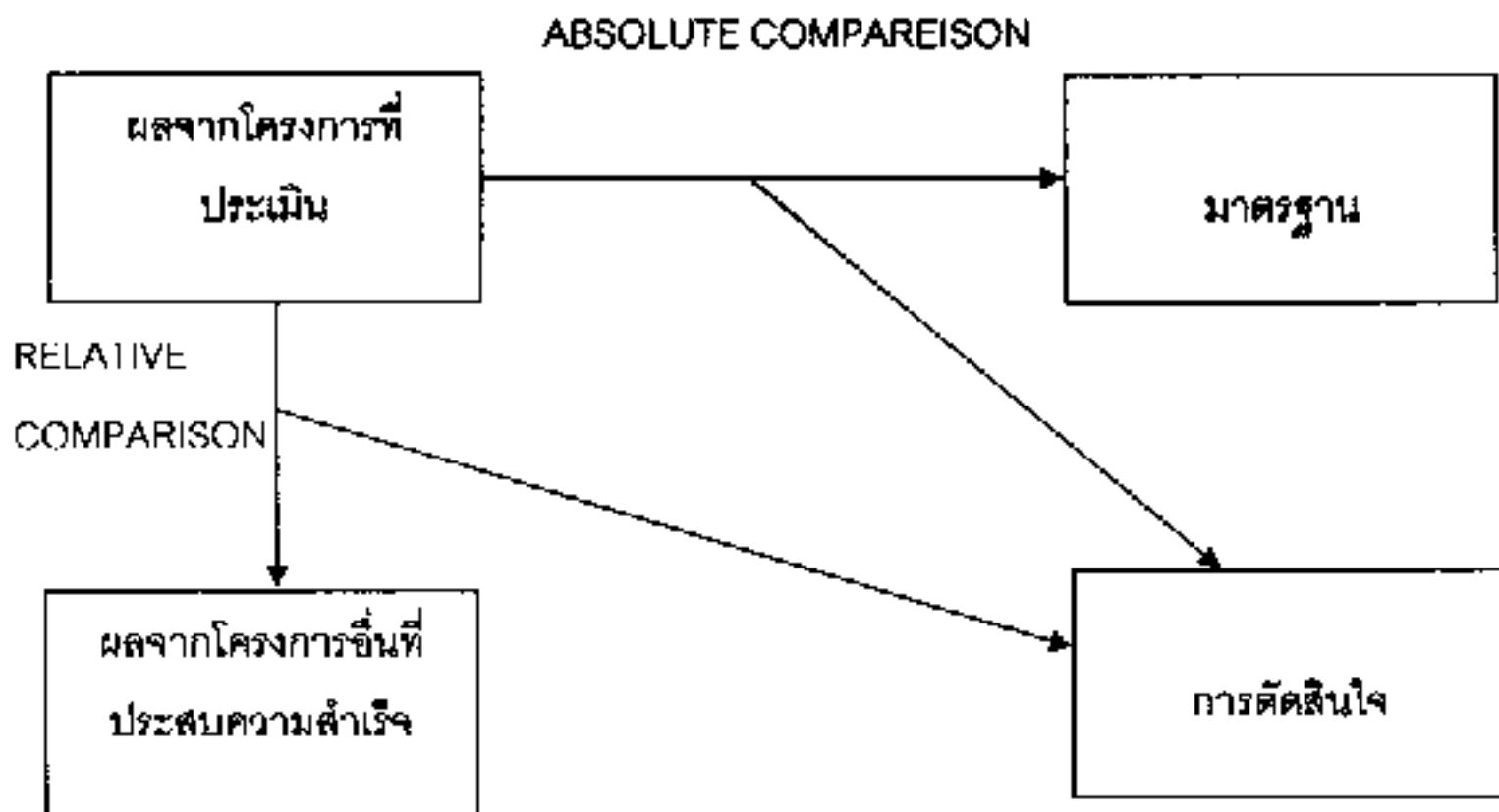
การใช้เมตริกซ์ทั้งสองจะเป็นการพิจารณาใน 2 ประเด็น คือ

1. การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ ผลลัพธ์
2. การพิจารณาความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและส่วนของสิ่งที่เกิดขึ้นจริง



ภาพที่ 2.10 ประเด็นที่ประเมินและการพิจารณาความสัมพันธ์และความสอดคล้อง

จากแผนภูมিরะหว่างปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์ จะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ส่วน แต่ในระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่เกิดขึ้นจริงจะต้องพิจารณาความสอดคล้องที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 2.11 การเปรียบเทียบสัมบูรณ์และการเปรียบเทียบสัมพัทธ์

การเปรียบเทียบผลที่ได้จากโครงการแบ่งการเปรียบเทียบเป็น 2 แบบ คือ

1. การเปรียบเทียบสัมบูรณ์ (Absolute Comparison) เป็นการนำผลที่ได้จากโครงการไปเปรียบเทียบกับมาตรฐาน ซึ่งหมายถึงสิ่งที่ควรจะมี หรือควรจะเป็น หรือควรจะได้จากโครงการ โดยมีกำหนดไว้ล่วงหน้า
2. การเปรียบเทียบสัมพัทธ์ (Relative comparison) เป็นการนำผลที่ได้จากโครงการไปเปรียบเทียบกับโครงการในลักษณะเดียวกันที่ประสบความสำเร็จ

7) Formative & summative Evaluation ของ Scriven

Scriven (1967 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรภานันท์, 2545: 71) เสนอแบบจำลองนี้ขึ้นในปี ค.ศ. 1967 โดยแบ่งการประเมินเป็น 2 ส่วน คือ Formative Evaluation หมายถึง การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ และ Summative Evaluation หมายถึง การประเมินผลสรุปของโครงการ โดยการประเมินทั้ง 2 แบบ มีรายละเอียดที่แตกต่างกันดังนี้

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบรายละเอียดของ Formative & summative Evaluation

| รายละเอียด | Formative Evaluation | Summative Evaluation |
|------------------------|---|---|
| 1. วัตถุประสงค์ | - ปรับปรุงโครงการ | - ยุติ หรือ ขยายโครงการ |
| 2. ผู้ใช้ผลประเมิน | - ผู้บริหารและคณะผู้ดำเนินงาน | - ผู้บริหารระดับนโยบาย หรือเจ้าของทุน |
| 3. ผู้ประเมิน | - บุคคลภายในโครงการ | - บุคคลภายในและภายนอกโครงการ |
| 4. ลักษณะการเก็บข้อมูล | - เป็นทางการและไม่เป็นทางการ - เก็บข้อมูลเป็นระยะ ๆ | - เป็นทางการ - เก็บเพียงครั้งเดียวตอนสิ้นสุดโครงการ |
| 5. กลุ่มตัวอย่าง | - ขนาดเล็ก | - ขนาดใหญ่และครอบคลุมเป้าหมาย |
| 6. ประเด็นคำถาม | - ทำอะไร - ทำได้เท่าไร - มีอะไรต้องปรับปรุง - ต้องการทรัพยากรอะไรเพิ่มขึ้นอีก - มีปัญหา/อุปสรรคอะไร | - มีผลอะไรเกิดขึ้น - ค่าใช้จ่ายเป็นอย่างไร - ควรยุติหรือขยายโครงการ |

8) Evaluation Ongoing Programs in the Public School System

ของ Provus

Provus (1969 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรพานันท์, 2545: 72) พัฒนารูปแบบการประเมินขึ้นในปี ค.ศ. 1969 ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนต่าง ๆ ของโครงการประกอบด้วย

- (1) การออกแบบ หรือการวางแผนโครงการ
- (2) การเตรียมปัจจัยนำเข้า
- (3) กระบวนการดำเนินงาน
- (4) ผลผลิตที่ได้จากโครงการ
- (5) การวิเคราะห์การลงทุน

9) แนวคิดของ Alkin

Alkin (1969 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรพานันท์, 2545: 72) ได้พัฒนาวิธีการประเมินที่เรียกว่า "Center for the Study of Evaluation Approach" ในปี ค.ศ. 1969 โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- (1) การประเมินสภาพของระบบที่เป็นอยู่ (System assessment) เป็นการประเมินสภาพทั้งหมดของพื้นที่เป้าหมายโดยนำข้อมูลที่ได้มากำหนดขอบเขตของงานและวัตถุประสงค์ของโครงการ
- (2) การประเมินเพื่อการวางแผนโครงการ (Program Planning) เป็นการประเมินก่อนเริ่มโครงการเป็นการพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมในการดำเนินการ
- (3) การประเมินเพื่อการดำเนินโครงการ (Program Implementation) เป็นการประเมินในระหว่างดำเนินโครงการเพื่อติดตามกำกับงานให้เป็นไปตามแผน
- (4) การประเมินเพื่อปรับปรุงโครงการ (Program Improvement) เป็นการประเมินในระหว่างดำเนินโครงการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแก้ไข ปรับปรุงโครงการ
- (5) การประเมินเพื่อการยอมรับผลของโครงการ (Program Certification) เป็นการประเมินเพื่อศึกษาผลที่ได้จากโครงการ และรวบรวมข้อมูลไว้เพื่อการปรับปรุง ยกเลิกหรือขยายโครงการ

10) แบบจำลองในการประเมินการฝึกอบรมของ Kirkpatrick

Kirkpatrick (1978 อ้างถึงใน สุวิมล ตีรกานันท์, 2545: 73) ได้นำเสนอ

แบบจำลองนี้ในปี ค.ศ.1978 กำหนดให้มีการประเมินใน 4 ด้านด้วยกันคือ

(1) การประเมินปฏิกิริยา (Reaction) เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม เนื้อหาวิชาการ วิธีการฝึกอบรม และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม

(2) การประเมินการเรียนรู้ (Learning) เป็นการประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งด้านความรู้ (cognitive) ความรู้สึกนึกคิด (affective) และความสามารถในการปฏิบัติ (psychomotor)

(3) การประเมินพฤติกรรม (Behavior) เป็นการประเมินพฤติกรรมในการนำความที่ได้จากการอบรมไปใช้ปฏิบัติงานในหน่วยงานว่ามีผลเป็นอย่างไร

(4) การประเมินผลต่อองค์กร (Result) เป็นการประเมินผลกระทบต่อองค์กรที่ได้จากการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการอบรม

2.3.3 แนวคิดเรื่องประสิทธิผล

2.3.3.1 ความหมายของประสิทธิผล

อุบล ทองสุขมาก (2539 : 5) กล่าวว่า คำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) กับคำว่า ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นคำที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง ซึ่งในบางครั้งทำให้เกิดความสับสนและใช้ผิดความหมายได้ ในที่นี้จึงขอเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความหมายของทั้งสองคำ เพื่อที่จะทำให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ดังนี้ "ประสิทธิผล" หมายถึง การปฏิบัติการ (Performance) ที่ทำให้เกิดปริมาณและคุณภาพสูงสุด ทั้งนี้เพราะกิจกรรมหรือกิจการจะมี วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ซึ่งการปฏิบัติการที่บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายซึ่งการปฏิบัติที่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพก็คือการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพนั่นเอง ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาทั้งหลายจึงมีความปรารถนาที่จะได้รับหรือได้เห็นประสิทธิผลของกิจการก่อนสิ่งอื่นใด ส่วนคำว่า "ประสิทธิภาพ" นั้นจะต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่สำหรับการปฏิบัติการณ์ด้วย และเนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้ปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จได้จะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งผู้บังคับบัญชานอกจากต้องการที่จะเห็นความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติการแล้ว ยังต้องการเห็นความมีประสิทธิภาพควบคู่ไปด้วย ประสิทธิผลและประสิทธิภาพนี้ ถ้าอยู่ในลักษณะสมดุลก็จะเกิดประสิทธิผลสูงพอดีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แต่ข้ามมุ่งเน้น

ด้านประสิทธิผลมากขึ้นไปอาจต้องมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่มากเกินไปด้วยและทำให้ขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในทางตรงกันข้ามถ้ามุ่งเน้นประสิทธิภาพมากขึ้นไปอาจทำให้ประสิทธิผลลดลงได้

ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์ (2519: 314) กล่าวว่าประสิทธิผลขององค์การจะมีขึ้นได้ย่อมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่าองค์การสามารถทำประโยชน์จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ การมีสมรรถนะสูงสามารถมีระบบการทำงานที่ก่อให้เกิดผลสูงสุดได้โดยผลผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป

ภรณ์ กิริติบุตร (2529: 42) กล่าวว่า ความมีประสิทธิภาพโดยทั่วไป (Overall Effectiveness) หมายถึง ความมากน้อย (Degree) ของการที่องค์การสามารถบรรลุถึงเป้าหมายทั้งหมดหรือบรรลุถึงความสำเร็จในงานหลัก วิธีการโดยทั่วไปคือ การพิจารณาถึงเกณฑ์เดี่ยว ๆ (Single Criteria) ให้มีจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อตัดสินประสิทธิภาพขององค์การ

2.3.3.2 แนวทางการศึกษาการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์การ

ภรณ์ กิริติบุตร (2529: 44) กล่าวว่า แนวทาง (Approach) ในการวัดประสิทธิผลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะกว้าง ๆ ได้ 3 แนวทางด้วยกัน คือ

1) การประเมินประสิทธิผลในแง่ของเป้าหมาย (The Goal Approach) การใช้แบบจำลองของเป้าหมาย (Goal Model) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิผลขององค์การมีหลายรูปแบบ เช่น Georgopoulos and Tannenbaum อ้างว่า มาตรการที่ใช้ในการวัดประสิทธิผลจะต้องตั้งอยู่บนวิธีการและเป้าหมาย (Means and Ends) ขององค์การมากกว่าที่จะใช้เกณฑ์การวัดที่อยู่ภายนอกองค์การ โดยพบว่า ความสามารถในการผลิต (Productivity) ความยืดหยุ่นคล่องตัว (Flexibility) และการปราศจากซึ่งความกดดัน (Strain) และข้อขัดแย้ง (Conflict) มีความสัมพันธ์ต่อกันและเกี่ยวข้องกับการประเมินประสิทธิผลขององค์การ เกณฑ์ที่บ่งชี้ (Indicators) มีความสัมพันธ์ต่อกันและเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับเป้าหมายขององค์การ

2) การประเมินประสิทธิผลในแง่ของระบบทรัพยากร (The System-Resource Approach) เป็นการพยายามหลีกเลี่ยงจุดอ่อนและข้อบกพร่องบางประการของการประเมินผลในแง่ของเป้าหมายโดยไม่พิจารณาถึงเป้าหมายขององค์การเสียเลย เพราะเห็นว่าเป็นไปได้ยากที่จะใช้ในการบรรลุเป้าหมายเป็นเครื่องวัดประสิทธิผลขององค์การ จึงมีการใช้แบบจำลองของระบบทรัพยากร แบบจำลองนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดที่ว่าองค์การเป็นระบบเปิดซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในการแลกเปลี่ยน (Exchange) การแข่งขัน (Competition) ดังนั้น ประสิทธิภาพหมายถึงความหมายขององค์การจะมีประสิทธิผลสูงสุดก็เมื่อองค์การสามารถแสวงหาประโยชน์สูงสุดได้

จากตำแหน่งที่ทำการต่อรองและใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด (Optimum) ในการได้มาซึ่งทรัพยากร (Resource Procurement)

3) การประเมินประสิทธิผลโดยใช้หลายเกณฑ์ (The Multiple Criteria Effectiveness) วิธีนี้มีความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ทั้งในแง่ของนักวิชาการ และเมื่อนำมาใช้ในการวัดประสิทธิผลขององค์การในทางปฏิบัติก็ใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดี กล่าวคือ

(1) ความสามารถในการผลิตและประสิทธิภาพโดยการวัดจากผลผลิต

(2) ลักษณะขององค์การ เช่น บรรยากาศขององค์การ สไตล์การ

อำนาจการ และสมรรถนะขององค์การในการปฏิบัติงาน

(3) พฤติกรรมในการผลิต เช่น การร่วมมือร่วมใจ การพัฒนา การปฏิบัติงานที่เชื่อถือได้ แนวความคิดทำนองเดียวกันนี้ก็ได้ถูกเสนอในลักษณะของการสร้างแบบจำลองโดย Gibson ซึ่งสรุปรวบรวมผลการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาว่า เครื่องบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพขององค์การควรประกอบด้วยตัวแปรต่อไปนี้

1. ความสามารถในการผลิต (Productivity)
2. ประสิทธิภาพ (Efficiency)
3. ความพึงพอใจ (Satisfaction)
4. การปรับตัว (Adaptativeness)
5. การพัฒนา (Development)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

2.4.1 ความหมายของการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ

การนำนโยบายสู่การปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะนโยบายและแผนหรือโครงการต่าง ๆ ถ้าไม่นำไปปฏิบัติอย่างจริงจังถูกต้อง และภายใต้ปัจจัยแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยแล้ว นโยบาย แผน หรือโครงการ ก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายได้ นักวิชาการต่าง ๆ ได้ให้ความหมายของการนำนโยบายสู่การปฏิบัติไว้ดังนี้

ประชุม รอดประเสริฐ (2529 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 75) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดแนวคิดที่ได้รวบรวมไว้แล้วอย่างมีระบบไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพโดยต้องคำนึงถึง

1. กำลังคน (Manpower) ที่จะใช้ถือปฏิบัติในแต่ละโครงการ
2. แหล่งสนับสนุนทางด้านทุนทรัพย์
3. ความสัมพันธ์กับสถาบัน หน่วยงาน และกลุ่มผู้สนใจจากภายนอก
4. ประโยชน์ของกลุ่มบุคคลเป้าหมายว่า ได้รับประโยชน์จากโครงการหรือนโยบาย

วเรศ จันทรร (2528: 535) กล่าวถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า หมายถึง องค์การที่รับผิดชอบสามารถและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกสำคัญทั้งมวลปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่วางไว้หรือไม่ แค่นั้น เพียงใด

สมบัติ อารมย์วงศ์ (2540 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์ 2546: 75) ได้ให้ความหมายของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติว่า หมายถึง การนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยการนำไปปฏิบัติต้องมีองค์การหรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง หากยังไม่มีองค์การรองรับเพื่อนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผล หากมีองค์การอยู่แล้วก็ต้องมอบหมายให้หน่วยงานต่าง ๆ ขององค์การรับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน การนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องคำนึงถึงการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ใช้สอยและปัจจัยอื่น ๆ ที่จำเป็นให้ครบถ้วนเหมาะสม เพื่อเป็นหลักประกันเบื้องต้นว่าการปฏิบัติตามนโยบายจะบรรลุผลสำเร็จที่ต้องการ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การจัดตั้งองค์การรับผิดชอบเพื่อนำแผนไปปฏิบัติ หรือมอบหมายองค์การที่มีอยู่แล้วรับผิดชอบการนำแผนไปปฏิบัติ การวางแผนเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุด แต่การมีแผนที่ดีเพียงอย่างเดียวยังไม่พอ การวางแผนจะมีคุณค่าที่แท้จริงต่อเมื่อแผนนั้นได้รับการนำไปปฏิบัติ

ให้บรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น หน่วยงานปฏิบัติที่รับผิดชอบจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ และความสำคัญของแผนเป็นอย่างดี เพื่อนำแผนไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2. การอบรมให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการนำแผนไปปฏิบัติ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของแผน ขั้นตอนการปฏิบัติตามแผน ตลอดจนรายละเอียดต่างๆ ทั้งหมดอย่างชัดเจน จะทำให้ผู้ปฏิบัติ นำแผนไปปฏิบัติด้วยความเข้าใจอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ปฏิบัติมีความมั่นใจที่จะนำแผนไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ การมอบหมายให้ผู้ปฏิบัติโดยขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจนอาจส่งผลให้เกิดความล้มเหลวได้โดยง่าย จึงเป็นเรื่องที่ผู้บริหารต้องตระหนักตลอดเวลา

3. การจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นต่อการนำแผนไปปฏิบัติให้เหมาะสม ทั้งเรื่อง งบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ใช้สอยและอื่น ๆ มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำแผนไปปฏิบัติอย่างยิ่ง การนำแผนไปปฏิบัติต้องมีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอ ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้การนำแผนไปปฏิบัติบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความมุ่งมั่นของบุคลากรที่นำแผนไปปฏิบัติ หากบุคลากรมีความรับผิดชอบได้รับการปลูกฝังให้มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ จะเป็นพลังสำคัญต่อการนำแผนไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจึงต้องให้ความสนใจในการเสริมขวัญ กำลังใจและความมุ่งมั่นต่อผู้ปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติเห็นว่าผลสำเร็จของการปฏิบัติตามแผน นอกจากจะทำให้องค์กรมีความก้าวหน้ามั่นคงแล้ว ผู้ปฏิบัติทุกคนจะได้รับผลตอบแทนความก้าวหน้าร่วมกัน เพราะถือว่าเป็นผลงานร่วมกัน

นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สมรรถนะขององค์กรในการนำแผนไปปฏิบัติ โดยเฉพาะคุณภาพบุคลากร เทคโนโลยี งบประมาณการดำเนินการ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของการนำแผนไปปฏิบัติ หากมีความบกพร่องของสมรรถนะขององค์กร นักวางแผนจะต้องพิจารณาปรับปรุงเพื่อให้การนำแผนไปปฏิบัติบรรลุผลสำเร็จตามต้องการ

นอกจากนี้นักวิชาการชาวต่างประเทศได้ให้ความหมายของการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ดังนี้

Jones (1970 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 76) ได้ให้ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า เป็นกิจกรรมที่มุ่งให้แผนงาน (Program) บรรลุผล ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีอยู่สามประการด้วยกัน คือ การตีความ (Interpretation) ซึ่งหมายถึง การแปลงความหมายของแผนงานให้เป็นคำสั่งที่ปฏิบัติได้ ประการที่สองก็คือ องค์กร (Organization) ซึ่งหมายถึง การจัดตั้งองค์กรและระเบียบวิธีการปฏิบัติเพื่อให้แผนงานบรรลุผลและประการสุดท้ายก็คือ เรื่องของการปฏิบัติ (Application) ซึ่งได้แก่การให้บริการต่างๆ

Edwards and Sharkansky (1978 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 25) กล่าวว่าการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติครอบคลุมถึงกิจกรรมดังต่อไปนี้ คือ การทำสัญญา การหาข้อมูลข่าวสาร การกระจายข่าวสาร การมอบหมายบุคลากร การปฏิบัติหน้าที่ การจ้างบุคลากร การจัดตั้งองค์การ

Meter and Horn (1975 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 25) ให้คำจำกัดความของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า ครอบคลุมถึงการกระทำของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม ทั้งที่เป็นราชการหรือเอกชน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในนโยบาย

Mazmanain and Sabatier (1981 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 76) ได้ให้ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า เป็นกระบวนการในการนำเอานโยบายพื้นฐานทั่วไปมาดำเนินการให้ลุล่วงไป นโยบายพื้นฐานอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย คำพิพากษา คำสั่งของรัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรีก็ได้

McLaughlin (1975 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 76) ให้ความเห็นว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการขององค์การที่ต่อเนื่อง เป็นพลวัตร ซึ่งได้รับการปรุงแต่งและหล่อหลอมโดยปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายและกลยุทธ์ของนโยบายกับสภาพขององค์การที่รับผิดชอบ ในการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและกลยุทธ์ที่กำหนดไว้กับข้อจำกัดเงื่อนไขและสภาพแท้จริงของหน่วยปฏิบัติ

จากการสำรวจการนิยาม “การนำนโยบายไปปฏิบัติ” ของนักวิชา การต่างๆ ที่กล่าวมา อาจกำหนดคำนิยามในการศึกษาคั้งนี้ได้ว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินการของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งที่จะให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายตามอาณัติของนโยบายบรรลุสำเร็จโดยตรง ทั้งนี้ลักษณะการดำเนินการดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงการจัดหาทรัพยากรต่างๆ ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ใช้สอยและปัจจัยอื่นที่จำเป็นให้ครบถ้วน เหมาะสมและจะต้องสังเกตและตรวจสอบได้จากปรากฏการณ์ที่เป็นจริง

2.4.2 แนวทางในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ยังไม่มีทฤษฎีตัวแบบใดเป็นที่ยอมรับร่วมกันในหมู่นักวิชาการด้านนี้ กระนั้นก็ตาม Majone และ Wildavsky (1975 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 77) ก็ได้สรุปแนวทางการศึกษานำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งมี 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งแยกออกจากการกำหนดนโยบาย กล่าวคือ เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากการกำหนดนโยบาย ซึ่งอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย คำสั่ง หรือโครงการที่ได้กำหนดเป้าหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ไว้แล้ว ไปดำเนินการให้บรรลุผล Majone และ Wildavsky เรียกการศึกษาในแนวทางนี้ว่า "Implementation as Control or Rational Model or Classical Model" แนวทางการศึกษานี้ประกอบด้วย

1. การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนการระบุถึงรายละเอียดของแผนต่างๆ และเน้นการควบคุมอย่างมาก
2. การกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีการกำหนดขอบเขตของแต่ละฝ่ายและแยกจากกัน
3. การกำหนดนโยบายเป็นเรื่องของการเมืองส่วนการนำนโยบายไปปฏิบัติจะไม่ใช่เรื่องของการเมือง และจะเป็นเรื่องทางเทคนิค
4. เน้นในเรื่องการให้คำแนะนำ การออกคำสั่ง หรือการให้ความยินยอม
5. การดำเนินการตามนโยบายจะเป็นไปในแนวทางเดียว คือ จากข้างบนลงมาสู่ข้างล่าง (Top-Down) ตามลำดับขั้นตอนของการจัดโครงสร้างขององค์การ

การศึกษาแนวนี้ในแง่ของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มักเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายว่า ในการนำนโยบายไปปฏิบัติปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว นักวิชาการที่ศึกษาตามแนวทางนี้ได้แก่ Mazmanian, Sabatier, Rein, Robinovitz, Van Meter และ Van Horn

แนวทางที่ 2 เห็นว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติกับการกำหนดนโยบายไม่สามารถแยกออกจากกันอย่างชัดเจน เนื่องจากนโยบายมักได้รับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ในระหว่างการนำไปปฏิบัติ ซึ่งในแนวทางที่ 2 นี้ เรียกว่า แบบปฏิสัมพันธ์ หรือ The Interaction Model เป็นแบบที่เน้นกระบวนการโดยพิจารณาว่า ในระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติผู้แสดง (Actor) ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามเข้าแทรกแซงนโยบาย มีการเจรจาต่อรองเพื่อปรับเป้าหมายและวิธีการให้เป็นที่ยอมรับร่วมกันในระหว่าง Actor เหล่านั้น ซึ่งการศึกษาในแนวทางนี้จะมีลักษณะดังนี้ คือ

1. เน้นในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การเจรจาต่อรอง (Bargaining) ความเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) ระหว่างกลุ่มต่างๆ
2. การปรับเปลี่ยนของแต่ละพรรคแต่ละกลุ่มเป็นไปภายใต้กระบวนการทางการเมือง ซึ่งรูปแบบนี้เห็นว่า กระบวนการ (Process) เป็นจุดมุ่งหมายสำคัญ
3. การตัดสินใจตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางเลือกซึ่งเป็นส่วนต่างมากกว่าจะ

พิจารณาทั้งหมด

4. วิธีการ-เป้าหมาย (Means-Ends) และเป้าหมาย-วิธีการ (Ends-Means) มีการปรับเปลี่ยนไปมาคงอยู่อย่างต่อเนื่อง มิได้แยกจากกัน

5. พิจารณาเฉพาะส่วนที่เพิ่มขึ้น (Incrementalism) เป็นการสร้างความพึงพอใจ (Satisfy) ให้แต่ละฝ่าย

6. ตัวแบบนี้มีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและความสามารถของมนุษย์ (เมื่อเปรียบเทียบกับความตลัษฐบซ้บซ้บของปัญหาต่าง ๆ)

นักวิชาการที่เน้นการศึกษาในแนวนี้ ได้แก่ Bardach Berman และ McLaughlin

แนวทางที่ 3 แบบวิวัฒนาการ หรือ Implementation as Evaluation เป็นการมองการนำนโยบายไปปฏิบัติในลักษณะของกระบวนการวิวัฒนาการที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ไม่มีการกำหนดเป้าหมายของนโยบาย แต่เป้าหมายและวิธีการต่างๆ จะปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์และสถานการณ์ในการปฏิบัติ ตัวแบบนี้มีลักษณะดังนี้คือ

1. นโยบายเป็นสมมติฐานที่ได้มาจากการทดสอบ
2. การกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการต่อเนื่องอันหนึ่งอันเดียวกันไม่สามารถแยกกันได้
3. รูปแบบนี้ให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงที่ได้มาจากการเรียนรู้และการค้นพบสิ่งใหม่
4. เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะปัญหาที่สลับซับซ้อนแล้ว ความรู้ของมนุษย์ก็ยังคงเป็นสิ่งที่มีย่อยอย่างจำกัด
5. ผู้นำเอานโยบายไปปฏิบัติจะเป็นตัวแสดงที่มีบทบาทสำคัญที่สุดมากกว่าตัวแสดง (Actors) อื่นๆ

นักวิชาการที่เน้นอธิบายตามแนวทางนี้ ได้แก่ Majone ,Wildavsky, Palumbo และ Harder

2.4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

2.4.3.1 ปัจจัยทางด้านเนื้อหาของนโยบาย (Policy Content) ได้แก่

- 1) ลักษณะของนโยบาย
- 2) วัตถุประสงค์ของนโยบาย

1) ลักษณะของนโยบาย

Meter และ Horn (1975: 445-448) เสนอว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายนั้น บางส่วนขึ้นอยู่กับประเภทของนโยบาย นโยบายที่จะประสบความสำเร็จมากที่สุดก็คือ นโยบายที่เรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ น้อยที่สุด และมีความพร้อมต้องกันในระดับสูง ในทางตรงกันข้าม ถ้านโยบายเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงมาก และมีความเห็นพร้อมต้องกันในระดับสูง โอกาสที่นโยบายนั้นจะประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติจะมีน้อย

Mazmanian and Sabatier (1983 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 89) ให้ข้อสรุปว่า นโยบายที่มุ่งหวังจะให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยจะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จมากกว่านโยบายที่มุ่งหวังการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวง นอกจากนี้ เขายังชี้ให้เห็นว่าความยากง่ายของปัญหาที่นโยบายมุ่งจะแก้ไอนั้นจะมีส่วนกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายด้วย ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับนโยบายที่ร่างขึ้นในการกำหนดโครงสร้างการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งลักษณะนโยบายจะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีลักษณะดังนี้ คือ

1. วัตถุประสงค์ชัดเจนและแน่นอนและจัดลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ของนโยบายไว้อย่างดี ซึ่งจะช่วยให้เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการได้ยึดถือปฏิบัติตรงกัน
2. ความถูกต้องเหมาะสมของทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของนโยบาย
3. การจัดสรรเงินอย่างเพียงพอสำหรับหน่วยงานที่จะรับไปปฏิบัติ
4. การจัดสายงานการบังคับบัญชาและประสานงานภายในและระหว่างหน่วยงานปฏิบัติที่กำหนดระเบียบปฏิบัติของหน่วยงาน เป็นต้น

Grindle (1980 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 29) มีความเห็นว่า เนื้อหาสาระของนโยบายจะมีผลกระทบต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติที่แตกต่างกัน คือ

1. นโยบายหรือโครงการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ต้องได้รับการต่อต้านจากกลุ่มที่เสียประโยชน์
2. นโยบายหรือโครงการที่จะนำผลประโยชน์อย่างกว้างๆ ไปสู่ชุมชนจะได้ผลในทางปฏิบัติมากกว่านโยบายหรือโครงการที่แคบ
3. นโยบายหรือโครงการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนอาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในทางปฏิบัติ
4. ลักษณะของนโยบายหรือโครงการจะมีส่วนกำหนดความยากง่ายในการนำไปปฏิบัติ

5. เนื้อหาสาระของนโยบายที่กำหนดว่าใครหรือหน่วยงานได้รับผิดชอบ
ดำเนินการจะมีส่วนทำให้การปฏิบัติมีผลสำเร็จหรือล้มเหลวต่างกัน

Pressman and Wildavsky (1979 : 147) ซึ่งศึกษาผลของการนำนโยบาย
สร้างงานให้ชนกลุ่มน้อยไปปฏิบัติที่นครโอคแลนด์มลรัฐแคลิฟอร์เนียประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี
ค.ศ.1973 นักวิชาการทั้งสองได้ศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุหรือปัญหาในกระบวนการนำนโยบาย
ไปปฏิบัติที่ทำให้นโยบายดังกล่าวล้มเหลว และได้ข้อสรุปข้อหนึ่งว่า นโยบายที่กำหนดขึ้น ควรจะ
ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีที่เหมาะสม (Sound Theory) เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง ปฏิบัติได้
หากทฤษฎีผิดก็จะทำให้ข้อกำหนดของนโยบายผิดพลาดไปด้วย เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
ผิดพลาด ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรุนแรงในปัญหาการดำเนินงานได้

2) วัตถุประสงค์ของนโยบาย

Meter and Horn (1975 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 29)

ชี้ให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของนโยบายเป็นสิ่งสำคัญประการแรกที่ต้องทำ คือ การแยกแยะให้
ชัดเจนว่า วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในนโยบายมีอะไรบ้าง เนื่องจากวัตถุประสงค์เป็น
เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงทำ
หน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นกรอบกำหนดแนวปฏิบัติต่าง ๆ ไว้ นอกจากนี้วัตถุประสงค์ยังเป็นส่วนขยาย
เป้าหมายของนโยบายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

Grindle (1980 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 29) เห็นว่าวัตถุประสงค์ของ
นโยบายที่ชัดเจนหรือคลุมเครือย่อมมีผลต่อการปฏิบัติที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ Mazmanian
and Sabatier (อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 90) ซึ่งเห็นว่า การที่นโยบายจะได้รับการปฏิบัติ
ให้บรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้น
และนอกจากวัตถุประสงค์ของนโยบายจะต้องกระจ่างแล้ว ยังจะต้องสอดคล้องเป็นอันหนึ่ง
อันเดียวกันด้วย

Vepa (1980 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 90) ได้ทำการศึกษา
โครงการจัดโครงสร้างพื้นฐานทางอุตสาหกรรมของประเทศอินเดียในช่วงทศวรรษ 1960 พบว่า
โครงการดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จก็เพราะว่า โครงการกำหนดวัตถุประสงค์ไว้หลายด้าน
แต่ไม่ได้จัดลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุไว้ ทำให้เกิดความสับสนในการมอบหมาย
ความรับผิดชอบเกิดความขัดแย้ง ความล่าช้าในการปฏิบัติงาน ขาดการควบคุมและการประเมินผล
ความก้าวหน้าของโครงการ

Wang (1973 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์ , 2546: 90) ได้ ทำการศึกษาความสำเร็จของโครงการวางแผนครอบครัวในประเทศเกาหลีใต้ในช่วงปี ค.ศ.1962-1971 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการประการหนึ่งเหมือนกับที่ Vepa ก็คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการไว้แน่ชัด ในกรณีของโครงการวางแผนครอบครัวในประเทศ เกาหลีใต้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนในแง่ของการมุ่งลดอัตราการเกิดของประชาชน ทำให้สามารถแปลงวัตถุประสงค์หลักของโครงการเป็นเป้าหมายย่อย ง่ายต่อการติดตามประเมินผล หน่วยงานและบุคลากรที่รับผิดชอบในแต่ละพื้นที่ ทราบแน่ชัดว่าควรมีขอบเขตความรับผิดชอบต่อนโยบายมากน้อยแค่ไหน เพียงใด

2.4.3.2 ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมของนโยบาย (Policy Content) ได้แก่

- 1) การติดต่อสื่อสาร
- 2) การสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง
- 4) ความสามารถของหน่วยปฏิบัติ

1) การติดต่อสื่อสาร

Edwards and Sharkansky (1978 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 92)

ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จปัจจัยหนึ่งก็คือการติดต่อสื่อสาร (Communication) การนำนโยบายไปปฏิบัติที่จะก่อให้เกิดผลดีนั้น ผู้กำหนดนโยบายจะต้องเรียนรู้ ว่าควรทำอย่างไร จะสั่งการไปยังผู้ใดจึงจะได้ผลและคำสั่งจะต้องมีความชัดเจนแน่นอนเพราะถ้า คำสั่งไม่ชัดเจนจะทำให้ผู้ปฏิบัติไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบาย การสื่อสารระหว่างองค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ด้วยกันเองจะต้องมีการสื่อสารที่ ถูกต้อง รวดเร็ว ต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ การเปิดโอกาสให้มีการสร้างความสัมพันธ์ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง และอื่นๆ จะมีส่วนสำคัญ ในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย

2) นโยบายสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

นโยบายที่ขาดการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากกลุ่มผลประโยชน์และบุคคล ที่สำคัญ ๆ ในวงการบริหารและรัฐสภา จะมีโอกาสอย่างมากที่จะถูกโจมตีจากหลาย ๆ ฝ่าย เมื่อเสนอ เข้ามาในกระบวนการทางนิติบัญญัติ และนโยบายนั้นมักจะถูกเปลี่ยนแปลงมักจะถูกแก้ไขให้ผิด ไปจากจุดมุ่งหมายเดิมจนบางครั้งไม่สามารถปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้เมื่อร่างนโยบายได้ ซึ่ง แนวความคิดนี้มาจากการรวบรวมผลงานการวิจัยของ Mazmanian and Sabatier (1983 อ้างถึงใน

เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 31) นอกจากนี้ Vepa (1976 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 31) ได้ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากชนชั้นนำในประเทศที่มีต่อนโยบาย เขากล่าวว่าในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย นโยบายที่ไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากชนชั้นนำแล้ว โอกาสที่การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะมีน้อย Meter and Horn (1975 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 31) ก็ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของนโยบายใด ๆ จะดูได้จากทัศนคติของชนชั้นนำว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับนโยบายนั้น และกล่าวด้วยว่า การสนับสนุนจากสื่อมวลชนตลอดจนประชาชนทั่วไปจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้นโยบายนั้นประสบความสำเร็จ นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจากสื่อมวลชนหรือประชาชนทั่วไปมักประสบปัญหาในทางปฏิบัติอย่างมาก

3) สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

Grindle (1980 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 31) ผู้ซึ่งศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยเฉพาะในประเทศโลกที่สาม ได้ชี้ให้เห็นในประเด็นหนึ่งว่า ในประเทศโลกที่สามการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความลำบากมาก เนื่องจากมีเรื่องการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นเรื่องของการตัดสินใจว่า ควรหรือไม่ควรทำอะไร ซึ่งจะมีผลประโยชน์เข้ามาทำให้มีการแย่งชิงกัน เพื่อให้ฝ่ายตนได้ผลประโยชน์จากการนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่นเดียวกัน ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองก็อยู่ในความสนใจของ Meter and Horn (1975 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 32) ซึ่งได้ตั้งคำถามดังต่อไปนี้ เพื่อชี้ให้เห็นถึงการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการนำนโยบายไปปฏิบัติดังนี้ คือ

(1) ทรัพยากรทางเศรษฐศาสตร์ในหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ มีจำนวนเพียงพอสำหรับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติหรือไม่

(2) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลกระทบต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติหรือไม่

(3) มติมหาชนมีลักษณะเป็นอย่างไร

(4) ชนชั้นนำเห็นด้วยหรือต่อต้านการนำนโยบายไปปฏิบัติ

(5) ลักษณะของการแบ่งเป็นพรรคเป็นพวกของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติมีกลุ่มต่อต้านหรือสนับสนุนนโยบายสาธารณะอย่างไร

(6) กลุ่มผลประโยชน์ให้ความสนับสนุนหรือต่อต้านนโยบาย

สาธารณะ

4) ความสามารถของหน่วยปฏิบัติ

(1) ประเภทของหน่วยงาน

นโยบายที่ประสบความสำเร็จนั้นมักจะเป็นนโยบายที่มอบหมายให้แก่หน่วยงานที่มีอยู่แล้วสนับสนุนนโยบายนั้น และก็เป็นหน่วยงานที่มีกำลังคนและทรัพยากรอื่น ๆ หรือมีอยู่แล้ว หรือไม่ก็ต้องเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นใหม่ โดยแรงผลักดันของกลุ่มการเมืองที่มีอำนาจขณะนั้น (Mazmanian and Sabatier, 1983 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 32)

(2) ความเพียงพอของทรัพยากร

การนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดผลดีนั้น จะต้องมีทรัพยากรสนับสนุนอันได้แก่ จำนวนและคุณภาพของบุคลากร ข้อมูลที่ทันสมัย การมอบอำนาจหน้าที่ในการดำเนินงาน การจัดสรรงบประมาณ การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือแก่ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่าง (Edwards and Sharkansky (1987 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 10)

(3) ทักษะของผู้ชำนาญนโยบายไปปฏิบัติ

Edwards and Sharkansky (1978 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 10) กล่าวว่า ผู้ชำนาญนโยบายไปปฏิบัติไม่เพียงแต่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายที่จะต้องปฏิบัติเท่านั้น แต่จะต้องเป็นผู้มีทัศนคติที่จะนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติให้บรรลุผลด้วย โดยปกติผู้ชำนาญนโยบายไปปฏิบัติไม่เพียงแต่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายที่จะต้องปฏิบัติเท่านั้น แต่จะต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่จะนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติให้บรรลุผลด้วย โดยปกติผู้ชำนาญนโยบายไปปฏิบัติมักจะถูกครอบงำด้วยความคิดที่ว่า ตัวนโยบายจะมีผลกับหน่วยงานและจะให้ผลประโยชน์ส่วนตัวมากน้อยเพียงใด ดังนั้น ผู้ปฏิบัติจะไม่ต่อต้านหากเขามีส่วนร่วมหรือรับรู้นโยบายตั้งแต่แรก ในประเด็นนี้ Meter and Horn (1975 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 32) ได้ย้ำว่า ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติที่มีต่อวัตถุประสงค์ของนโยบาย ทิศทางของทัศนคติที่มีต่อนโยบาย รวมถึงตลอดถึงความผูกพันที่มีต่อนโยบายที่ผู้ปฏิบัติเข้าใจ เห็นด้วย และมีความรู้สึกผูกพัน ซึ่ง Mazmanian and Sabatier (1983 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 33) มองว่า ความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติที่สำคัญก็คือ การขาดความเชื่อมโยงกันระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ ดังนั้นความรับผิดชอบ ความผูกพัน และความกระตือรือร้น ที่จะทำให้นโยบายบรรลุก็ย่อมจะต่างกัน ดังนั้น จึงควรมอบการนำนโยบายไปปฏิบัติให้อยู่ในมือของกลุ่มบุคคล ซึ่งมีเจตนาแน่วแน่ เช่นเดียวกับกลุ่มที่กำหนดนโยบาย

(4) การกำหนดกลยุทธ์และการประสานงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การกำหนดกลยุทธ์ของการนำนโยบายไปปฏิบัติควรจะต้องอยู่บนรากฐานของการปฏิบัติที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งหากใช้กลยุทธ์ที่ยุ่งยากซับซ้อนมากเกินไป โอกาสที่จะประสบความสำเร็จจะยิ่งมีมาก (Pressman and Wildavsky, 1979:142)

Vepa (1976 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 33) กล่าวว่า เทคโนโลยีที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติตามนโยบายที่วางไว้นั้นต้องเป็นเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับสถานการณ์หรือภาวะแวดล้อมที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเฉพาะข้อเสนอดังกล่าวอาจไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในประเทศกำลังพัฒนา

Mazmanian and Sabatier (1983 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 33) มีความเห็นพ้องกันว่า การมีผู้เกี่ยวข้องและหน่วยงานต่างๆ เข้ามาอยู่ในกระบวนการปฏิบัติต่างๆ ให้ไปในทิศทางเดียวกัน แม้ว่าหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นจะเห็นพ้องกันในเป้าหมายของนโยบาย แต่ก็มีความขัดแย้งกันในด้านวิธีการ (Means) ที่จะบรรลุเป้าหมายมีระดับความเร่งด่วนที่จะบรรลุเป้าหมาย ตลอดจนมีทัศนภาพและวัตถุประสงค์หลักของตนแตกต่างกันไป เมื่อโครงการต้องอาศัยผู้ปฏิบัติจำนวนมาก ความเป็นไปได้ที่จะเกิดความขัดแย้งและสร้างความล่าช้า ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ให้กับโครงการก็มีเป็นจำนวนมาก ยิ่งกว่านั้น โอกาสที่การนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ยิ่งมีมากเท่าใดปัญหาเกี่ยวกับความเห็นไม่ตรงกัน และก่อความล่าช้าก็มีมากขึ้นเท่านั้น

ในส่วนของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของนโยบาย Grindle (1986 อ้างถึงใน เจตน์ ธนวัฒน์, 2539: 34) ได้สรุปไว้ว่า นอกเหนือจากสถานที่ที่นโยบายหรือโครงการเข้าไปดำเนินการซึ่งมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวตัวผู้ปฏิบัติ (Implementers) เอง จะสามารถหาฐานสนับสนุนให้การนำนโยบายหรือโครงการไปสู่ความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด ที่จะทำให้ทำงานให้สำเร็จและที่สำคัญสภาพสังคมและการเมืองก็มีส่วนทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติมีความแตกต่างเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ Grindle ยังชี้ให้เห็นอีกว่า ในประเทศโลกที่สามนั้น การนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความยากลำบากมาก เนื่องจากมีเรื่องการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นเรื่องการตัดสินใจว่าควรหรือไม่ควรทำอะไร ซึ่งจะมีผลประโยชน์เข้ามาทำให้มีการแย่งกันเพื่อให้ฝ่ายตนได้รับประโยชน์จากการนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงขึ้นอยู่กับสาระของนโยบาย (Policy Content) และบริบทของนโยบาย (Policy Context)

2.4.4 ตัวแบบที่นิยมใช้ศึกษากระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ มี 6 ตัวแบบ (วรเดช จันทรศร, 2528 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 20) ดังนี้

2.4.4.1 ตัวแบบด้านหลักเหตุผล (Rational Model)

ตัวแบบนี้กำหนดขึ้นภายใต้แนวคิดที่ว่า ในการนำนโยบายหรือแผนไปปฏิบัตินั้น หน่วยงานหรือองค์กรที่รับนโยบายไปปฏิบัติเป็นกลไกสำคัญ ซึ่งการที่องค์กรใดจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ จำเป็นจะต้องมีองค์ประกอบ 2 ส่วนใหญ่ๆ ประกอบกัน คือ ส่วนแรกนโยบายจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ซึ่งหน่วยงานสามารถแปลงวัตถุประสงค์ของนโยบายถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติได้ถูกต้องเหมาะสม เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานให้ได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ของหน่วยงาน นั่นคือ การมีการวางแผนและการควบคุมที่ดี

2.4.4.2 ตัวแบบด้านการจัดการ (Management Model)

ตัวแบบนี้ให้ความสำคัญกับสมรรถนะขององค์กรเพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะขึ้นอยู่กับขีดความสามารถของหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยดูที่โครงสร้างขององค์กร บุคลากร งบประมาณ สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้

2.4.4.3 ตัวแบบด้านการพัฒนาองค์กร (Organization development Model)

แนวความคิดของตัวแบบนี้ให้ความสนใจเฉพาะด้านบุคคลในหน่วยงานเป็นสำคัญ เพราะถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญเหนือสิ่งใดในองค์กร ตัวแบบนี้จึงเน้นการมีส่วนร่วม (Participation) ของคนในองค์กรเป็นสำคัญ ภายใต้ฐานคติที่ว่า การมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการทำงานเป็นทีม ที่มีประสิทธิภาพ มีการจูงใจ การใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสม การสร้างความผูกพัน โดยวิธีการให้สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการยอมรับ

2.4.4.4 ตัวแบบด้านการเมือง (Politic Model)

ตัวแบบนี้ให้ความสำคัญกับลักษณะเชิงการเมืองของนโยบาย และไม่เชื่อว่าการแก้ปัญหาโดยเน้นที่องค์กรที่ดี บุคลากรในองค์กรที่ดี จะเป็นปัจจัยสำคัญ ตัวแบบนี้จึงมีสมมติฐานว่า ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะอยู่ที่ความสามารถของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร กลุ่ม หรือสถาบัน ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้เล่น (Player) ในบทบาทการต่อรองชักจูงให้ฝ่ายต่าง ๆ มีความเห็นร่วมกัน (Consensus) และสามารถใช่วิธีการมีส่วนร่วม (Participate) ได้ในที่สุด

2.4.4.5 ตัวแบบด้านกระบวนการของระบบราชการ (Bureaucratic Processes Model)

ตัวแบบนี้สมมติฐานว่า อำนาจขององค์กรไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งรูปนัย คือ ตำแหน่งที่เป็นทางการเท่านั้น แต่ความเป็นจริง อำนาจขององค์กรอยู่กระจัดกระจายทั่วไปในองค์กร กล่าวคือเพียงหัวหน้าหรือผู้บริหารเท่านั้นที่ใช้อำนาจ ทุกคนในองค์กรย่อมมีส่วนร่วมในการใช้อำนาจ

ใช้วิจารณ์ญาณของตน อันมีผลต่อการบริหารทั้งสิ้น ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ที่รับนโยบายไปปฏิบัติ ความพร้อมจึงเป็นผลมาจากปัจจัยย่อย 2 ประการ คือ ระดับความเข้าใจของผู้กำหนดนโยบายต่อสภาพความเป็นจริงในการให้บริการขององค์กร กับระดับการยอมรับและปรับนโยบายให้เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่ประจำวันของผู้ปฏิบัติ

2.4.4.6 ตัวแบบทั่วไป (General Model)

ตัวแบบนี้พัฒนามาจากตัวแบบด้านการเมือง ผสมกับตัวแบบด้านองค์กรเป็น ความพยายามที่จะให้ความสำคัญแก่ตัวแปรอย่างกว้างขวางครอบคลุมหลาย ๆ ด้านด้วยกัน เพราะเห็นว่าตัวแปรจากตัวแบบแต่ละตัวแบบต่างก็มีความสำคัญด้วยกันทั้งนั้น ตัวแบบนี้มี สมมติฐานอยู่บนการให้ความสำคัญแก่ตัวแปรอิสระ 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กระบวนการในการ ตัดต่อสื่อสาร และประสานงาน สมรรถนะขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ความร่วมมือ สนับสนุนของผู้ปฏิบัติ

2.4.5 เครื่องชี้วัดประสิทธิผลในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบาย ไปปฏิบัตินั้นมีความแตกต่างอย่างน้อย 3 แนวทาง คือ (วรงค์ จันทรวงศ์, 2528 อ้างถึงใน อัจฉรา เบญจพงษ์, 2546: 21)

แนวทางแรก ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ สามารถวัดได้จากระดับของ ความร่วมมือที่ผู้รับนโยบายมีต่อผู้ออกคำสั่ง หรือผู้กำหนดนโยบาย ถ้าระดับของความร่วมมือมีสูง ระดับของความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็จะมีสูงตามไปด้วย และในทางกลับกัน ถ้าระดับของความร่วมมือมีต่ำก็ย่อมหมายความว่า ระดับของความล้มเหลวในการนำนโยบายไป ปฏิบัติจะมีสูง

แนวทางที่สอง ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไขที่ว่า ได้มีการบรรลุผลการปฏิบัติตามนโยบายนั้น ตามภาระหน้าที่ขององค์กรที่รับผิดชอบด้วยความราบรื่น และปราศจากปัญหา ถ้าการปฏิบัติตามนโยบายใดเต็มไปด้วยความขัดแย้ง หรือมีอุปสรรคขัดข้อง ขึ้นมากเท่าใด ระดับของความล้มเหลวก็น่าจะมีสูงขึ้นไปเท่านั้น

แนวทางที่สาม ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากการ ที่นโยบายนั้นได้ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติในระยะสั้น (Short-run Performance) และ หรือ ก่อให้เกิด ผลกระทบ (Impact) ตามที่พึงปรารถนาหรือไม่

หากวิเคราะห์เปรียบเทียบการวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจาก 3 แนวทางข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า ในแนวทางแรกนั้น เกี่ยวกับปัญหาพฤติกรรมของระบบราชการ ซึ่งอยู่ในความสนใจของนักทฤษฎีองค์การเป็นส่วนใหญ่ แต่นักรัฐศาสตร์ นักเศรษฐศาสตร์ นักรัฐประศาสนศาสตร์ อาจจะให้ความสนใจน้อย เพราะหากผู้ปฏิบัติให้ความร่วมมือแค่นั้นก็ตาม ย่อมจะไม่มี ความหมายเลย หากนโยบาย แผนงาน หรือโครงการนั้นๆ ไม่มีผลปฏิบัติที่แน่ชัด สำหรับแนวทางที่สองในสภาพความเป็นจริง นโยบายที่ถูกนำไปปฏิบัติส่วนใหญ่ย่อมเผชิญปัญหาและความขัดแย้งแทบทั้งสิ้น ดังนั้น การบอกว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จมากหรือน้อยต่างกันเพราะการมี ปัญหาหรือขัดแย้งนั้น อาจจะไม่ตรงกับข้อเท็จจริงนักสำหรับแนวทางที่สามนั้นมิชอบ ขยายที่กว้าง โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติระยะสั้นว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายเพียงใด และก็ต้องดูถึงผลกระทบของนโยบายในระยะยาวว่า สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้เพียงใด ส่วนความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติก็คือการไม่ปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของนโยบายตามที่ต้องการนั่นเอง

2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.5.1 ขอบข่ายความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Vroom (1964 อ้างถึงใน ฮารี เพชรมุด, 2529: 99) กล่าวว่า ทักษะคิดและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคิดด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคิดด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

McCormic (1965 อ้างถึงใน ฮารี เพชรมุด, 2529: 99) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Wolman (1973: 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

ดิเรก ฤกษ์หว่าย (2527: 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

วิมลสิทธิ นรยางกูร (2526: 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

หลุยส์ จัป้าเทศ (2533: 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากลายตา คำพูด และการแสดงออก

ชริณี เดชจินดา (2530: 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

Shelly (1975 อ้างถึงใน อารี เพชรบุตร, 2529: 99) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่ลบลบซ้ำซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างลบลบซ้ำซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือ สิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

จากที่กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า "ความพึงพอใจ" ต่าง ๆ กันไป แต่พอสรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคตินั้นค่อนข้างจะมีผู้ศึกษากันอย่างกว้างขวางในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้มี 2 ลักษณะคือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ ก้าว รั้งเกลียด

2. องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) คือการที่สมองของบุคคลรับรู้ และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆที่ได้รับ เกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคล หรือสภาพการณ์ขึ้น องค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำ หรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติ

ดังนั้นความพึงพอใจ จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดง หรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปได้ กล่าวโดยสรุปแล้ว ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulant) ที่แสดงผลออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluation Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน (Direction of Evaluation Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ (Nonreaction) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

2.5.2 ความหมายของความพึงพอใจ

มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจ และสรุปไว้หลายคน เช่น อัจฉรา โทบุญ (2534 :11-12) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ ซึ่งจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล พิน คงทูล (2529: 21) กู๊ด (1973: 27) และโวลแมน (1973: 384) ได้ให้ความหมายคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ความพึง-พอใจ หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมนั้น และรู้สึกเป็นสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย มีเพียง มอร์ส (1955: 27) ที่ให้ความหมายแตกต่างไปคือ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลง หากบุคคลมีความเครียดน้อยก็จะรู้สึกพึงพอใจต่อกิจกรรมนั้นๆ หากความเครียดของบุคคลมีมาก ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อสิ่งนั้นหรือกิจกรรมนั้น ๆ ได้

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นไปในด้านบวก ซึ่งบุคคลจะมีความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี และมีความสุขเมื่อได้รับผลจากกิจกรรมนั้น หรือเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของตนเอง

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรมการพัฒนาชุมชน (2529: 89) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์กรในการพัฒนาชนบท พบว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์กรในการพัฒนามีปัจจัยมาจากการได้รับความรู้ ความเข้าใจ การได้รับผลประโยชน์ ที่แจ้งจากเจ้าหน้าที่และการมองเห็นผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ

ธารี นิรัญรัมย์ (2537: บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียนของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดสุโขทัยและพิษณุโลก พบว่าปัญหาในการจัดการเงินทุนหมุนเวียนของสหกรณ์การเกษตร 8 แห่ง ในจังหวัดสุโขทัยและพิษณุโลกเกิดจากการขาดแคลนเงินทุนดำเนินงานขาดประสิทธิภาพในการจัดเก็บหนี้ การขาดประสิทธิภาพในการจัดทรัพย์สินรวม การขาดประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลัง การขาดการวางแผนและควบคุมทางการเงิน

สุพัฒน์ ชัยไพบุลย์สวัสดิ์ (2529 อ้างถึงใน เยาวเรศ ประเสริฐสุด, 2534: 10) ศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตรพรานกระต่าย จำกัด จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เงินทุนที่ให้สมาชิกกู้ยืมส่วนใหญ่มาจาก ธกส. และเป็นเงินฝากของสมาชิก รองลงมาการให้สินเชื่อแก่สมาชิกกู้ยืมส่วนใหญ่มาจาก ธกส. เป็นระยะปานกลางมากกว่าระยะสั้น โดยมีสินเชื่อเฉลี่ยต่อสัญญาในปี 2528-2529 ระยะสั้นเท่ากับ 6,224 บาท ประเภทระยะฝากปานกลางเท่ากับ 16,190 บาท การชำระหนี้เงินต้นปี 2528-2529 ชำระเงินต้นได้เพียงร้อยละ 20.57 การชำระดอกเบี้ยมีแนวโน้มต่ำลงด้วย กสิณ แก้วมัน (ม.ป.ป อ้างถึงใน เยาวเรศ ประเสริฐสุด, 2534: 11) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีการวางแผนธุรกิจสินเชื่อ โดยการกำหนดตัวเลขเป้าหมายต่าง ๆ มีการตรวจสอบการใช้สินเชื่อและติดตามการชำระเงินกู้ของสมาชิกเป็นเครื่องมือในการควบคุมธุรกิจการดำเนินธุรกิจสินเชื่อตั้งแต่ปี 2526-2531 พบว่า เงินทุนส่วนใหญ่เป็นเงินกู้จาก ธกส. การให้สินเชื่อแก่สมาชิกเป็นสินเชื่อระยะสั้นทั้งหมดโดยเฉลี่ยหนึ่งสัญญาในปี 2530-2531 เท่ากับ 7, 728.33 บาท การชำระหนี้เงินต้นชำระได้ในปี 2530-2531 คิดเป็นร้อยละ 49.93 การชำระดอกเบี้ยในปี 2529-2530 ชำระได้ร้อยละ 48.83

Pressman and Wildavsky (1979 :147) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การนำนโยบายการสร้างงานให้แก่ชนกลุ่มน้อยไปปฏิบัติที่ นครโอคแลนด์ แม้จะประสบประสิทธิผลในขั้นต้นในแง่ของการได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐสภาโดยเร็ว ในแง่ที่สามารถชักจูงให้หน่วยราชการเข้ามาร่วมในโครงการ มีความรวดเร็วในการอนุมัติโครงการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยอมรับแนวคิดหรือหลักของแผนการสร้างงานในทันที แต่รายละเอียดปลีกย่อยในวิธีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ชักนำให้มีผู้เกี่ยวข้องและหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความยากลำบากในการที่จะประสานกิจกรรมการปฏิบัติต่าง ๆ เข้าไปในทิศทางเดียวกันได้ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการประสานงานว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมาก

เรื่องยศ นันทเสน (2537 อ้างถึงใน สานนท์ ฉายเรื่องโชติ, 2537: 14) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสหกรณ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะสภาพปัญหาของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่า การจัดสหกรณ์ออมทรัพย์ มักมีปัญหาด้านการเงิน ฝ่ายจัดการมักจัดทำบัญชีไม่เรียบร้อย ขาดการตรวจสอบ มีข้อบกพร่องทางการเงิน ส่วนการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อการขายทรัพย์สินของสหกรณ์ คณะกรรมการมักจะเรียกร้องเอาค่านายหน้าหรือส่วนลดจากการซื้อทรัพย์สินต่างๆ ในสหกรณ์ก็มักจะซื้อสูงกว่าราคาในท้องตลาดหรือค่าขายทรัพย์สินก็มักจะขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าปกติ และมักเข้าไปมีผลประโยชน์โดยไม่สุจริต ส่วนพนักงานสหกรณ์ก็มักมีผลประโยชน์ในการให้เงินกู้แก่สมาชิกโดยอ้างเหตุผลต่างๆ เพื่อเรียกร้องค่าน้ำร้อน น้ำชาจากผู้กู้เงินเหล่านั้น

กิ่งแก้ว อินสว่าง และวีรศักดิ์ อนันตมงคล (2532 อ้างถึงใน สราวุธ เจริญม, 2537: 10) ได้ทำการวิจัยเรื่องการค้าเงินกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตกับการพัฒนาชนบท: ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ตำบลศรีพราน อำเภอแสวงหา จังหวัดอ่างทอง พบว่า "การบริหารงานเป็นไปตามหลักการบริหารหรือการจัดการที่ค่อนข้างสมบูรณ์ทั้งด้านการวางแผน การจัดองค์กร การอำนวยความสะดวก และการควบคุม ราษฎรได้เห็นความสำคัญและสมัครเป็นสมาชิกมีจำนวนสูงและเพิ่มมากขึ้นทุกปี การที่กลุ่มให้การสนับสนุนทุนประกอบอาชีพแก่สมาชิกในรูปการกู้ยืมเงินทุนและการกู้ยืมวัสดุบริการด้านการตลาดแก่สมาชิกกลุ่มด้วยการหาตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด เพื่อจำหน่ายสิ่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาท้องตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก และขายตรงราคาสินค้าในตำบลได้ช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจของสมาชิกดีขึ้นอย่างเป็นที่น่าสังเกต และดีกว่าผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก อย่างไรก็ตาม กลุ่มฯ ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญบางประการ คือ

จำนวนเงินกู้ไม่เพียงพอ การขาดความเข้าใจในการติดต่อกับสถาบันการเงิน การขาดความรู้ความเข้าใจในด้านภาษีและการเงิน

อาตุล พันธเสน (2539: 27) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่สมาชิกเคยเข้าร่วมอบรมร้อยละ 79.2 และเคยติดต่อกับเจ้าพนักงานเกษตรร้อยละ 71.5 สมาชิกที่มีเวลาว่างต่างกันมากส่วนมากจะเป็นช่วงปลายฤดูฝน กลุ่มแม่บ้านที่ได้รับรู้ในวัตถุประสงค์และการดำเนินงาน ความรับรู้และเห็นด้วยเป็นส่วนมาก แสดงว่าสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานของกลุ่มเป็นอย่างดี

สำหรับความพึงพอใจในผลตอบแทนที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากร้อยละ 60.8 ความพึงพอใจน้อยร้อยละ 37.7 และไม่พึงพอใจเลยร้อยละ 1.5 แสดงว่าสมาชิกกลุ่มแม่บ้านมีความพึงพอใจในผลตอบแทนที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกกลุ่ม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม พบว่า สมาชิกไม่เข้าร่วมกิจกรรมสูงถึงร้อยละ 35.4 เข้าร่วมบางครั้งร้อยละ 32.3 และเข้าร่วมทุกครั้งร้อยละ 32.2 แสดงให้เห็นว่า สมาชิกยังไม่เห็นความสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยผลสะท้อนที่เห็นชัดคือ การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงในกิจกรรมที่จัดขึ้น ความไม่ต่อเนื่องของกิจกรรม กิจกรรมที่จัดไม่เป็นที่สนใจของสมาชิกกลุ่ม อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม คือการเข้ารับบริการฝึกอบรม

เสกสิทธิ์ แดงเรือง (2531 ช้างถึงใน ไพรัตน์ ฤทธิ์ประเสริฐ, 2540:39) ศึกษากระบวนการและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานสหกรณ์ร้านค้า: ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ร้านค้าชุมชนมัลลิตบุรุษยาถิ่น เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของสหกรณ์มีดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับฝ่ายบริหาร ได้แก่ สมาชิกมีความรู้เรื่องหลักการสหกรณ์และแสดงบทบาทหน้าที่น้อย คณะกรรมการฝ่ายบริหาร มีความรู้เรื่องประโยชน์ หลักการให้การศึกษาแก่สมาชิก และการจ่ายเงินเฉลี่ยคืนน้อย แสดงบทบาทหน้าที่ในการบริหารงานสหกรณ์ค่อนข้างน้อย
2. ปัญหาเกี่ยวกับฝ่ายจัดการ ได้แก่ ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายขายสินค้า มีคุณสมบัติในบทบาทหน้าที่เหมาะสมปานกลาง (3) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ ได้แก่ โครงสร้างบริหารขององค์กรและระบบการคัดเลือกกรรมการไม่เหมาะสมขาดส่วนของสมาชิกหรือที่ประชุมใหญ่ การจัดการการซื้อ คือ การจัดซื้อสินค้า การบัญชีและการเงิน การขายสินค้าไม่เหมาะสมและไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการควบคุมทางบัญชี ขาดการรายงานผลการปฏิบัติงาน การจัดการเงินทุน ขาดการวางแผนและการจัดการเงินที่ดี ขาดการรักษาและ

ควบคุมการใช้จ่ายเงินที่รัดกุม (4) ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกสหกรณ์ ได้แก่ นักพัฒนาแสดงบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสหกรณ์เหมาะสมปานกลาง

ไพรัตน์ ฤทธิ์ประเสริฐ (2540: 139-141) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลขององค์การประชาชนในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมนอกภาคเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด อ. ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี พบว่าปัจจัยด้านธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย โดยสรุปได้ดังนี้ (1) ปัจจัยด้านเงินทุน สหกรณ์มีการวางแผนในการใช้เงินที่ดี คือ แยกออกเป็นเงินทุนในการเริ่มต้น เงินทุนในการดำเนินงาน ที่สำคัญสหกรณ์มีเงินทุนอย่างเพียงพอโดยไม่จำเป็นต้องระดมทุนจากหน่วยงานภายนอก (2) ปัจจัยด้านบุคคล ทั้งกรรมการทั้งผู้จัดการมีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจของสหกรณ์สูง (3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสหกรณ์ มีการศึกษาความเป็นไปได้ก่อนที่จะมีการดำเนินการจัดตั้งสถานีสวนน้ำมัน โดยได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่บริษัทบางจาก การเลือกสรรบุคคลเข้าทำงาน ผู้จัดการได้คัดเลือกพนักงานตลาดที่มีความรู้และความรับผิดชอบสูงเข้าสู่แลการดำเนินธุรกิจสถานีสวนน้ำมัน มีการให้ผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์ต่างๆ แก่พนักงาน มีการส่งเสริมการตลาด โดยใช้กิจกรรมและบุคคลของสหกรณ์เป็นสื่อในการจูงใจและกระตุ้นผู้บริโภค มีรูปแบบการเก็บเงินที่การเงินการบัญชีที่ง่ายและสะดวกต่อการตรวจสอบ มีการควบคุมและตรวจสอบการซื้อขายโดยผู้จัดการสหกรณ์ และมีการติดต่อสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพราะส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น

วีระชัย คำล้าน (2542: 118) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิก องค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณี อําเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมได้แก่ รายได้ ตำแหน่งงานในองค์การบริหารส่วนตำบล การเป็นสมาชิกกลุ่มการเมือง / สังคม และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานในองค์การบริหารส่วนตำบล ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ ประเภทการเป็นสมาชิก ประสบการณ์การฝึกอบรมและระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง

Pressman and Wildavsky (1979: 7- 1) ศึกษาโครงการสร้างงานให้ชาวผิวดำและกลุ่มน้อยในเมืองโฮคแลนด์ แคลิฟอร์เนีย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการสร้างงานแก่ชนกลุ่มน้อย คือ

1. จำนวนหน่วยงานที่เข้าร่วม การมีหน่วยงานเข้ามาร่วมในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติจำนวนมากทำได้ยากลำบากในการประสานกิจกรรมให้ไปในทิศทางเดียวกัน แม้หน่วยงานต่าง ๆ จะเห็นพ้องต้องกันในด้านเป้าหมายนโยบายแต่ก็จะมี ความขัดแย้งกันในด้านวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย

เพราะแต่ละหน่วยงานต่างมีทัศนียภาพ วัตถุประสงค์หลัก และมีความรู้สึกถึงความเร่งด่วนของโครงการต่างกัน

2. ความชัดเจนของโครงการซึ่งได้แก่ ความชัดเจนของเป้าหมาย (Clarity Goals) กลยุทธ์ (Strategy) และแนวปฏิบัติ (Guidelines) ต่างๆ หากปัจจัยด้านนี้มีความคลุมเครือจะกลายเป็นเงื่อนไขให้กลุ่มผลประโยชน์มีโอกาสกระทำการ ให้การดำเนินการตอบสนองของวัตถุประสงค์ของทุกคน

3. ผู้ปฏิบัติงานคนสำคัญ (Key Actors) ผู้ปฏิบัติงานคนสำคัญมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของโครงการ เพราะบุคคลสำคัญเป็นผู้ที่เข้าใจภาพรวมและกิจกรรมของกระบวนการ นำนโยบายไปปฏิบัติชัดเจน และพยายามผลักดันและสนับสนุนโครงการทุกวิถีทาง จำนวนผู้ปฏิบัติงานคนสำคัญคือ ปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ นอกจากปัจจัยหลักเหล่านี้แล้ว การศึกษาของเพรตแมน และวิลด์ฟัสต์ ยังพบปัจจัยย่อยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ เช่น ความชัดเจนของหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยงานอื่น จำนวนประเด็นและจุดที่ต้องตัดสินใจ เป็นต้น

บทที่ 3

กรอบแนวคิดและวิธีการประเมิน

การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวทางศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์การธุรกิจชุมชน แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินผล แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินนโยบายและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้สรุปเป็นหัวข้อที่จะศึกษา ดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการประเมิน
- 3.2 นิยามปฏิบัติการ
- 3.3 วิธีการประเมิน

3.1 กรอบแนวคิดในการประเมิน

ตัวแบบ (Model) ของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ เป็นการประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการประเมินโครงการต่าง ๆ ได้แก่ รูปแบบของแบบจำลองการประเมิน CPO Model ของ เยาวดี วิบูลย์ศรี (2543 : 127) รูปแบบ CIPP Model ของแดเนียล แอล สตัฟเฟิลบีม ตัวแบบปัจจัยนำเข้า – ปัจจัยนำออก ของ Katz & Kahn (1978: 133) โดยจะทำการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

3.1.1 การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ในประเด็นดังต่อไปนี้

3.1.1.1 ด้านการผลิต

- 1) บุคลากร แบ่งเป็น
 - (1) จำนวนบุคลากร
 - (2) คุณภาพบุคลากร
- 2) งบประมาณ
- 3) วัสดุอุปกรณ์
- 4) เทคโนโลยี
- 5) ภูมิปัญญาชาวบ้าน

3.1.1.2 ด้านการส่งเสริมการขาย

- 1) รูปแบบบรรจุภัณฑ์
- 2) ตราสินค้า
- 3) การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 3.1 กรอบแนวคิดการประเมินปัจจัยนำเข้า

| ประเด็น/รายการที่มุ่งประเมิน | แหล่งข้อมูล | วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|--|--|---|--|
| การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ในประเด็นดังต่อไปนี้ | คณะกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจชุมชน, สมาชิกกลุ่มทัศนกรรม | การสัมภาษณ์, แบบสอบถาม และ เอกสารรายงาน | วิเคราะห์สรุป เนื้อหาและสถิติเชิง พรรณนา |
| 1 บุคลากร แบ่งเป็น | เครื่องปั้นดินเผา, เอกสารข้อมูล | | |
| 1.1 จำนวนบุคลากร | | | |
| 1.2 คุณภาพของบุคลากร | | | |
| 2 งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ | | | |
| 3 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต | | | |
| 4 เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต | | | |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

| ประเด็น/รายการที่มุ่งประเมิน | แหล่งข้อมูล | วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|------------------------------|------------------------------------|----------------------|---------------------|
| 5 ภูมิปัญญาชาวบ้าน | คณะกรรมการบริหาร | การสัมภาษณ์, | วิเคราะห์สรุป |
| 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ | กลุ่มธุรกิจชุมชน, | แบบสอบถาม และ | เนื้อหาและสถิติเชิง |
| 7 ตราสินค้า | สมาชิกกลุ่มหัตถกรรม | เอกสารรายงาน | พรรณนา |
| 8 การประชาสัมพันธ์ | เครื่องปั้นดินเผา, เอกสารข้อมูล | | |

3.1.2 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) ในประเด็นต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการ
2. บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
4. การจัดสรรผลประโยชน์

ตารางที่ 3.2 กรอบแนวคิดการประเมินกระบวนการ

| ประเด็น/รายการที่มุ่งประเมิน | แหล่งข้อมูล | วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|--|---|--|--|
| การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) ประเมินความเหมาะสมของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเด็นต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1 การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน <ol style="list-style-type: none"> 1.1 การวางแผนในการดำเนินงาน 1.2 การจัดหาเงินทุน 1.3 ความสามารถในการตลาด 1.4 การจัดทำระบบบัญชีตรวจสอบได้ 1.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก 2 บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ความซื่อสัตย์สุจริต 2.2 ความรู้และทักษะในการทำงาน 2.3 ความเสียสละในการทำงาน 2.4 ความขยันขันแข็ง 2.5 การยอมรับในตัวผู้นำ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม <ol style="list-style-type: none"> 3.1 จำนวนผลิตภัณฑ์ 3.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 4 การจัดสรรผลประโยชน์ | คณะกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจชุมชน, สมาชิกกลุ่มกิจกรรม เครื่องปั้นดินเผา, เอกสารข้อมูล | การสัมภาษณ์, แบบสอบถาม และ เอกสารรายงาน | วิเคราะห์สรุป เนื้อหาและสถิติ เชิงพรรณนา |

3.1.3 การประเมินผล (Outcome Evaluation) ในประเด็นต่อไปนี้

1. ขนาดของตลาด
2. ยอดขายของแต่ละครัวเรือน
3. รายได้ของแต่ละครัวเรือน
4. ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 3.3 กรอบแนวคิดการประเมินผล

| ประเด็น/รายการที่มุ่งประเมิน | แหล่งข้อมูล | วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|--|--|-----------------------------|--|
| การประเมินผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) | | | |
| 1 ขนาดของตลาด | - คณะกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจชุมชน, สมาชิก กลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา | - การสัมภาษณ์, แบบสอบถาม | - สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์สรุป เนื้อหา |
| 2 ยอดขายของแต่ละครัวเรือน | - คณะกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจชุมชน, สมาชิก กลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา | - การสัมภาษณ์, แบบสอบถาม | - สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์สรุป เนื้อหา |
| 3 รายได้ของแต่ละครัวเรือน | คณะกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจชุมชน, สมาชิก กลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผา | - การสัมภาษณ์, แบบสอบถาม | - สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์สรุป เนื้อหา |
| 4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ | - นักท่องเที่ยวที่ซื้อ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม | - แบบสอบถาม | - สถิติเชิงพรรณนา |

3.2 นิยามปฏิบัติการ

การประเมินปัจจัยนำเข้า หมายถึง การประเมินความพร้อมของสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเข้าร่วมในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะประกอบด้วย บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี ภูมิปัญญาชาวบ้าน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตลาดสินค้า และการประชาสัมพันธ์

บุคลากร หมายถึง คนที่ทำการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของตำบลเกาะเกร็ด โดยศึกษาใน 2 มิติ ได้แก่ เชิงปริมาณ คือ จำนวนคนที่ทำการผลิต และเชิงคุณภาพ คือ ความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้า และกระบวนการเรียนรู้ของบุคลากร

งบประมาณ หมายถึง ความพอเพียงของงบประมาณที่ใช้ดำเนินการใด ๆ ก็ตามที่เป็นการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

วัสดุอุปกรณ์ หมายถึง วัสดุดิบและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต โดยศึกษาว่ามีอยู่เองหรือต้องซื้อหามา

เทคโนโลยี หมายถึง การพัฒนาวิธีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง แบบแผน เนื้อหาสาระของชุมชนที่คอยชี้นำหรือเป็นแนวทางให้ชาวบ้านดำเนินตาม ในแง่ของพลังชุมชนแต่ละชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้านจึงสนับสนุนการดำรงอยู่ของชุมชน

รูปแบบหีบห่อของผลิตภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบของการบรรจุสินค้าของโครงการก่อนที่จะจำหน่าย

ตลาดสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ หรือสัญลักษณ์ เพื่อระบุถึงสินค้าของกลุ่มเพื่อแสดงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางและรูปแบบในการนำเสนอสินค้าทั้งรูปแบบสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การประเมินกระบวนการ หมายถึง การประเมินการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงใด ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์

การบริหารจัดการองค์การธุรกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชนที่แบ่งการจัดการออกเป็นการบริหารการผลิต การบริหารการตลาด การบริหารเงินทุน การบริหารกำลังคน และการบริหารทั่วไป โดยมีกระบวนการในการจัดการที่สำคัญ คือ

1. การวางแผนในการทำงาน หมายถึง การมีกลไกการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง ครบคลุมทุกด้านของการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจ ทั้งในด้านการเงิน การผลิต การตลาด การจัดองค์การ การกำกับติดตาม และการควบคุม

2. การจัดการเงินทุน หมายถึง การจัดหาแหล่งเงินสด เครดิต สินเชื่อ เพื่อให้เพียงพอกับการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อวัตถุดิบ การจ้างแรงงาน การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การส่งเสริมการขาย

3. ความสามารถในการหาตลาด หมายถึง การจัดหาแหล่งจำหน่าย หรือ สถานที่จำหน่ายผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าของกลุ่มได้อย่างพอเพียงกับจำนวนที่ผลิตเพื่อจำหน่าย

4. การจัดทำระบบบัญชีตรวจสอบได้ หมายถึง การจัดทำบัญชี การสร้างระบบการตรวจสอบบัญชี หรือการเข้าถึงบัญชี เพื่อให้เกิดความถูกต้องและโปร่งใส

5. การมีส่วนร่วมของสมาชิก หมายถึง ความร่วมมือของสมาชิกในกิจการทุกระดับ นับตั้งแต่เริ่มคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งสมาชิกทั้งหมด อาจจะไม่มีส่วนร่วมทุกอย่าง แต่ต้องมีการแบ่งงานกัน และรับรู้ร่วมกันในบทบาทต่าง ๆ

บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม หมายถึง ความเข้มแข็งของสมาชิก และผู้นำซึ่งแยกเป็น ความขยันหมั่นเพียร เขาการเอางาน ความสามัคคีในการทำงานร่วมกัน ความเชื่อถือศรัทธาในตัวผู้นำ การมีทักษะ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความชัดเจนในหน้าที่ของแต่ละคน นอกจากนี้ยังหมายถึงการมีคุณธรรมของสมาชิกและผู้นำ แยกเป็น ความซื่อสัตย์สุจริต และความเสียสละเพื่อส่วนรวม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม หมายถึง การพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อให้เกิดการยอมรับมาตรฐานสินค้า และเน้นความหลากหลายของการผลิต แยกเป็น

1. จำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความหลากหลายของการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมทั้งสินค้าในรูปของการบริการ

2. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้รับการรับรองคุณภาพ มาตรฐานจากหน่วยงานภายนอก หรือหน่วยงานภาครัฐ เช่น อย. มอก. เป็นต้น

การจัดสรรผลประโยชน์ หมายถึง ความสามารถแบ่งปัน ผลกำไรจากการประกอบการ ให้กับสมาชิกกลุ่มได้อย่างทั่วถึง เป็นธรรมและรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรมของสมาชิก รวมทั้งการจัดสวัสดิการที่สมาชิกพึงได้รับจากผลประโยชน์

การประเมินผล หมายถึง การประเมินผลที่ได้จากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ เพียงใด โดยประเมินถึงประสิทธิผลของโครงการ ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ขนาดของตลาด ยอดขายของแต่ละครัวเรือน รายได้ของแต่ละครัวเรือน

ทำเล หมายถึง แหล่งที่ตั้งของชุมชนเกาะเกร็ด มีคุณสมบัติที่สนับสนุนให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือไม่

ตลาด หมายถึง แหล่งที่ผู้ขายและผู้ซื้อตกลงซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากัน

ตลาดในท้องถิ่น หมายถึง แหล่งซื้อขายเครื่องปั้นดินเผา ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายในตำบลเกาะเกร็ด

ตลาดต่างท้องถิ่น หมายถึง แหล่งซื้อขายเครื่องปั้นดินเผา ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายนอกตำบลเกาะเกร็ด

ตลาดต่างประเทศ หมายถึง แหล่งซื้อขายเครื่องปั้นดินเผา ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ต่างประเทศ

ประสิทธิผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลการดำเนินงานตามโครงการ “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ” ของสมาชิกของชุมชนเกาะเกร็ด โดยพิจารณาจาก การขยายตลาด ยอดขายของแต่ละครัวเรือน รายได้ต่อหัวของแต่ละครัวเรือน

ยอดขายของแต่ละครัวเรือน หมายถึง รายรับที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าในโครงการ

รายได้ของครัวเรือน หมายถึง รายรับต่อเดือนที่สมาชิกทั้งครอบครัวได้รับ

การขยายตลาด หมายถึง การขยายแหล่งซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าของโครงการ

3.3 วิธีการประเมิน

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1.1 ประชากรในการประเมินครั้งนี้ ประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1) สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 หมู่บ้าน ในพื้นที่ หมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด หมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทองและหมู่ที่ 7 บ้านโองอ่าง ที่เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 90 คน
- 2) คณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน ของทั้ง 3 หมู่บ้าน จำนวน 40 คน
- 3) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด

3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

- 1) สำหรับสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ของทั้ง 3 หมู่บ้าน จะทำการเก็บข้อมูล โดยการเก็บแบบสอบถามจากประชากรทั้งหมด 90 คน
- 2) คณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลจำนวน 3 คน โดยพิจารณาจากผู้ที่เป็นประธานกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของแต่ละหมู่บ้าน
- 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลจำนวน 60 คน โดยจะพิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาหมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด จำนวน 20 คน นักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาหมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทอง จำนวน 20 คนและนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาหมู่ที่ 7 บ้านโองอ่าง จำนวน 20 คน

3.3.2 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

3.3.2.1 การจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จะใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ของทั้ง 3 หมู่บ้านและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.3.2.2 การจัดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้แนวการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เก็บข้อมูลจากกลุ่มคณะกรรมการบริหารกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา เฉพาะคนที่เป็นประธานกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของแต่ละหมู่บ้าน

3.3.2.3 การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร รายงานการวิจัยต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ ภาค
นิพนธ์ รายงานสรุปการสัมมนาที่เกี่ยวข้อง จากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เกาะเกร็ด ที่ว่า
การอำเภอปากเกร็ด สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอปากเกร็ด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง
อุตสาหกรรม เป็นต้น

3.3.3 การทดสอบเครื่องมือ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.3.3.1 ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงทฤษฎี (Face validity) ของแบบ
สัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้พิจารณาเนื้อหาในข้อ
คำถามของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไข

3.3.3.2 ทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทำ
การ Pretest กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกกลุ่มนวัตกรรมเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งจะทำกลุ่ม
ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกตัวอย่างจากสมาชิกกลุ่มนวัตกรรมเครื่องปั้นดินเผาจากทั้ง 3
หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน แล้วนำมาทดสอบค่าทางสถิติหาค่าสัมประสิทธิ์
อัลฟา (alpha) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

| ความเชื่อมั่น | ค่าความเชื่อมั่นอัลฟาเท่ากับ |
|---|------------------------------|
| ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม | .9146 |
| การประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่ม | .7833 |
| การประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ | .6773 |

3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการดังนี้

3.3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร จะทำการรวบรวมเอกสาร รายงานการ
วิจัยต่าง ๆ รายงานสรุปการสัมมนาที่เกี่ยวข้อง จากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เกาะเกร็ด
ที่ว่าการอำเภอปากเกร็ด สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอปากเกร็ด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งภาคนิพนธ์และวิทยานิพนธ์ที่ทำการศึกษาประเมินในลักษณะเดียวกัน

3.3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามนั้น เมื่อได้
แบบประเมินที่สมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะได้ประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนัดหมายเก็บข้อมูล
ตามที่ได้กำหนดไว้ และเข้าทำการทดสอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ
ทั้ง 3 กลุ่ม

3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ที่เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3.5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) จะวิเคราะห์รูปเนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ทั้งด้านปัจจัยนำเข้าและกระบวนการดำเนินการ เพื่อให้สามารถตอบคำถามในวัตถุประสงค์ของการประเมินผลทั้ง 4 ข้อได้อย่างชัดเจนและรอบด้าน

3.3.6 ลักษณะของแบบสอบถามและเกณฑ์การวัด แบ่งเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามสมาชิกผู้เข้าร่วมกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายละเอียดเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

แบบสอบถามส่วนที่ 2 มีลักษณะคำถามที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่ม ได้แก่ การวางแผน แหล่งเงินทุน การจัดหาตลาด การจัดทำบัญชี เป็นต้น

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นลักษณะคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มว่ามีความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เช่น ความรู้และทักษะในการทำงานของสมาชิกกลุ่ม ความซื่อสัตย์สุจริตของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม ความขยันขันแข็งของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

| | | |
|--------------------|---|---------|
| เห็นด้วยมากที่สุด | = | 4 คะแนน |
| เห็นด้วยมาก | = | 3 คะแนน |
| เห็นด้วยน้อย | = | 2 คะแนน |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | = | 1 คะแนน |

แบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นแบบการประเมินความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม
หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่ม ว่ามีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับใด

| | | |
|------------------|---|---------|
| เกณฑ์การให้คะแนน | | |
| พอใจมากที่สุด | = | 4 คะแนน |
| พอใจมาก | = | 3 คะแนน |
| พอใจน้อย | = | 2 คะแนน |
| พอใจน้อยที่สุด | = | 1 คะแนน |
| ไม่พอใจ | = | 0 คะแนน |

ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวเครื่องปั้นดินเผา ประกอบด้วยคำถาม 2
ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ
สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ รายละเอียดเกี่ยวกับการมา
เที่ยวเกาะเกร็ด เป็นต้น

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบการประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
เกี่ยวกับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ว่ามีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับใด

| | | |
|------------------|---|---------|
| เกณฑ์การให้คะแนน | | |
| พอใจมากที่สุด | = | 4 คะแนน |
| พอใจ | = | 3 คะแนน |
| ไม่พอใจ | = | 2 คะแนน |
| ไม่พอใจมากที่สุด | = | 1 คะแนน |

เกณฑ์การประเมินบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มในภาพรวม

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| มีบทบาทในระดับต่ำ | ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.99 คะแนน |
| มีบทบาทในระดับปานกลาง | ค่าเฉลี่ย 2.00 - 2.99 คะแนน |
| มีบทบาทในระดับสูง | ค่าเฉลี่ย 3.00 - 4.00 คะแนน |

(ช่วงคะแนน คือ 1 - 4 คะแนน)

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่ม ในภาพรวม

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| พึงพอใจระดับต่ำ | ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.99 คะแนน |
| พึงพอใจระดับปานกลาง | ค่าเฉลี่ย 2.00 - 2.99 คะแนน |
| พึงพอใจระดับสูง | ค่าเฉลี่ย 3.00 - 4.00 คะแนน |

(ช่วงคะแนน คือ 1 - 4 คะแนน)

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ในภาพรวม

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| พึงพอใจระดับต่ำ | ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.99 คะแนน |
| พึงพอใจระดับปานกลาง | ค่าเฉลี่ย 2.00 - 2.99 คะแนน |
| พึงพอใจระดับสูง | ค่าเฉลี่ย 3.00 - 4.00 คะแนน |

(ช่วงคะแนน คือ 1 - 4 คะแนน)

บทที่ 4

ผลการประเมิน

การประเมินเรื่อง “ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผู้ประเมินได้กำหนดการนำเสนอผลการประเมินตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation)
- 4.3 ผลการประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)
- 4.4 ผลการประเมินผล (Outcome Evaluation)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 หมู่บ้าน ในพื้นที่หมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด หมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทอง และหมู่ที่ 7 บ้านโอง่าง ที่เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 90 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด และจำนวนสมาชิกครอบครัว ปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.1) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 38.9)

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี (ร้อยละ 31.1) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี (ร้อยละ 27.8) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 1.1)

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมต้น (ร้อยละ 43.3) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 22.2) กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 4.4)

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดมาเป็นเวลา 45 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยมาเป็นเวลา 36-45 ปี และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากัน 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่อาศัยอยู่มาเป็นเวลา 5- 15 ปี, 16-25 ปี และ 26-358 ปี (ร้อยละ 15.6)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน (ร้อยละ 35.6) รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน (ร้อยละ 34.4) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน (ร้อยละ 2.2)

สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ได้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเป็นเวลาไม่ถึง 5 ปี (ร้อยละ 96.7) นอกจากนั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกเครื่องปั้นดินเผาเป็นเวลา 5-15 ปี, 16.25 ปี และ 26-35 ปี มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.1)

ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มดำเนินการเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่รุ่นพ่อ-แม่ (ร้อยละ 47.2) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่รุ่นปู่-ย่า-ตา-ยาย (ร้อยละ 36.0)

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา) (N=90)

| ประเภทและคุณลักษณะ | จำนวน | (ร้อยละ) |
|-----------------------|-------|----------|
| 1. เพศ | | |
| - ชาย | 55 | (61.1) |
| - หญิง | 35 | (38.9) |
| 2. อายุ | | |
| - ต่ำกว่า 20 ปี | 1 | (1.1) |
| - 20-30 ปี | 7 | (7.8) |
| - 31-40 ปี | 28 | (31.1) |
| - 41-50 ปี | 25 | (27.8) |
| - 51-60 ปี | 18 | (20.0) |
| - มากกว่า 60 ปีขึ้นไป | 11 | (12.2) |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ประเภทและคุณลักษณะ | จำนวน | (ร้อยละ) |
|--|-------|----------|
| 3. ระดับการศึกษา | | |
| - ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น | 39 | (43.3) |
| - มัธยมศึกษาตอนต้น | 20 | (22.2) |
| - มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า | 18 | (20.0) |
| - อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า | 9 | (10.0) |
| - บริญญาตรี | 4 | (4.4) |
| 4. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด | | |
| - 5 -15 ปี | 14 | (15.6) |
| - 16 – 25 ปี | 14 | (15.6) |
| - 26 – 35 ปี | 14 | (15.6) |
| - 36 – 45 ปี | 18 | (20.0) |
| - 45 ปีขึ้นไป | 30 | (33.3) |
| 5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว | | |
| - 1-2 คน | 2 | (2.2) |
| - 3-4 คน | 31 | (34.4) |
| - 5-6 คน | 32 | (35.6) |
| - 7-8 คน | 20 | (22.2) |
| - 9 คนขึ้นไป | 5 | (5.6) |
| 6. ระยะเวลาที่ได้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มนักท่องเที่ยวเครื่องบินดินเผา | | |
| - ต่ำกว่า 5 ปี | 87 | (96.7) |
| - 5 – 15 ปี | 1 | (1.1) |
| - 16 – 25 ปี | 1 | (1.1) |
| - 26 – 35 ปี | 1 | (1.1) |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ประเภทและคุณลักษณะ | จำนวน | (ร้อยละ) |
|---|-------|----------|
| 7. ครอบครัวเริ่มดำเนินการเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่รุ่น | | |
| - รุ่นของตัวเอง | 32 | (7.9) |
| - รุ่นพ่อ-แม่ | 42 | (47.2) |
| - รุ่นปู่ – ย่า – ตา – ยาย | 7 | (36.0) |
| - ก่อนรุ่นปู่ – ย่า – ตา – ยาย | 8 | (9.0) |

4.1.2 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเกาะเกร็ด ปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78.3) มีจำนวนมากกว่ามากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 21.7)

อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี (ร้อยละ 35.0) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี (ร้อยละ 33.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีอายุ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 1.7)

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพทำงานในบริษัทเอกชน (ร้อยละ 48.3) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 15.0) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมี 2 กลุ่มได้แก่กลุ่มที่มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการและกลุ่มที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่นแม่บ้าน (ร้อยละ 6.7)

รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 25.4) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 22.0) กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 25,000 - 30,000 บาท (ร้อยละ 8.3)

จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเกาะเกร็ดเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 55.0) รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวแล้ว 2-5 ครั้ง (ร้อยละ 38.3) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดมากกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 6.7)

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด) (N=60)

| ประเภทและคุณลักษณะ | จำนวน | (ร้อยละ) |
|---------------------------|-------|----------|
| 1. เพศ | | |
| - ชาย | 13 | (21.7) |
| - หญิง | 47 | (78.3) |
| 2. อายุ | | |
| - 17-20 ปี | 6 | (10.0) |
| - 21-30 ปี | 21 | (35.0) |
| - 31-40 ปี | 20 | (33.3) |
| - 41-50 ปี | 10 | (16.7) |
| - 51-60 ปี | 2 | (3.3) |
| - 60 ปีขึ้นไป | 1 | (1.7) |
| 3. อาชีพ | | |
| - นักเรียน/นักศึกษา | 7 | (11.7) |
| - นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ | 4 | (6.7) |
| - ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 9 | (15.0) |
| - บริษัทเอกชน | 29 | (48.3) |
| - ลูกจ้าง | 7 | (11.7) |
| - อื่นๆ เช่น แม่บ้าน | 4 | (6.7) |
| 4. รายได้ | | |
| - ต่ำกว่า 5,000 บาท | 7 | (11.9) |
| - 5,001 – 10,000 บาท | 6 | (10.2) |
| - 10,001 – 15,000 บาท | 15 | (25.4) |
| - 15,001 – 20,000 บาท | 13 | (22.0) |
| - 20,001 – 25,000 บาท | 7 | (11.9) |
| - 25,001 – 30,000 บาท | 5 | (8.3) |
| - 30,001 บาทขึ้นไป | 6 | (10.2) |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| ประเภทและคุณลักษณะ | จำนวน | (ร้อยละ) |
|-----------------------------------|-------|----------|
| 5. จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด | | |
| - ครั้งแรก | 33 | (55.0) |
| - 2 – 5 ครั้ง | 23 | (38.3) |
| - มากกว่า 5 ครั้ง | 4 | (6.7) |

4.2 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation)

4.2.1 ด้านการผลิต

4.2.1.1 บุคลากร แบ่งเป็น

1) จำนวนบุคลากร

(1) จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ มีรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

จำนวนสมาชิกเมื่อแรกเริ่มก่อตั้งกลุ่ม หมู่ที่ 1 มีจำนวนสมาชิก 26 คน, หมู่ที่ 6 มีจำนวนสมาชิก 32 คน และหมู่ที่ 7 มีจำนวนสมาชิก 18 คน

จำนวนสมาชิกในปัจจุบัน หมู่ที่ 1 มีจำนวนสมาชิก 32 คน, หมู่ที่ 6 มีจำนวนสมาชิก 41 คนและหมู่ที่ 7 มีจำนวนสมาชิก 18 คน

(2) ผลการประเมินในเรื่องของจำนวนบุคลากรพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่าจำนวนบุคลากรในการผลิตในกลุ่มมีเพียงพอแล้ว (ร้อยละ 80.0) และสำหรับกลุ่มที่เห็นว่าจำนวนบุคลากรยังไม่เพียงพอนั้นมีน้อยกว่า (ร้อยละ 20.0) ดังตารางที่ 4.3 และจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะมีความคิดเห็นว่าจำนวนบุคลากรที่มีอยู่นั้นเพียงพอแล้ว

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมินความพอเพียงของจำนวนบุคลากร

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| เพียงพอ | 72 | 80.0 |
| ไม่เพียงพอ | 18 | 20.0 |
| รวม | 90 | 100.0 |

(3) ผลการประเมินพบว่า ในทุกกระบวนการผลิตสินค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติม (ร้อยละ 68.5) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มมีจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 29.2) ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการประเมินความพอเพียงของจำนวนบุคลากรในด้านการจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติมในทุกกระบวนการผลิตสินค้า

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| ต้องจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติม | 26 | 29.2 |
| ไม่ต้องจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติม | 63 | 70.8 |
| รวม | 89 | 99.0 |

2) คุณภาพบุคลากร

(1) จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ มีรายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพของบุคลากร ดังนี้

ในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญในการเตรียมดินจำนวนต่างกัน ดังนี้ หมู่ที่ 1 มีอยู่จำนวน 4 คน, หมู่ที่ 6 มีอยู่จำนวน 7 คน และหมู่ที่ 7 มีอยู่จำนวน 4-6 คน

ในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญการปั้นจำนวนต่างกัน ดังนี้ หมู่ที่ 1 มีอยู่จำนวน 5 คน, หมู่ที่ 6 มีอยู่จำนวน 10 คน และหมู่ที่ 7 มีอยู่จำนวน 7 คน

ในแต่ละกลุ่มมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญการแกะลายจำนวนต่างกัน ดังนี้ หมู่ที่ 1 มีอยู่จำนวน 7 คน, หมู่ที่ 6 มีอยู่จำนวน 9 คน และหมู่ที่ 7 มีอยู่จำนวน 3 คน

ในแต่ละกลุ่มมีผู้เชี่ยวชาญการเผา จำนวนต่างกัน ดังนี้ หมู่ที่ 1 มีอยู่จำนวน 3 คน, หมู่ที่ 6 มีอยู่จำนวน 5 คน และหมู่ที่ 7 มีอยู่จำนวน 2 คน

(2) ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในด้านทักษะในการผลิตนั้นพบว่าสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะทำได้เป็นอยู่แล้วและมีการเรียนรู้เพิ่มเติมด้วย (ร้อยละ 53.3) รองลงมาเป็นกลุ่มสมาชิกที่ทำเป็นทุกอย่างตั้งแต่นานมาแล้ว (ร้อยละ 42.2) และมีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเรียนรู้ใหม่ทั้งหมดจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.4) ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในด้านทักษะในการผลิต

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-----------|--------------|
| ทำเป็นทุกอย่างตั้งแต่นานมาแล้ว | 38 | 42.2 |
| ต้องเรียนรู้ใหม่ทั้งหมด | 4 | 4.4 |
| ทำเป็นอยู่แล้วและเรียนรู้เพิ่มเติม | 48 | 53.3 |
| รวม | 90 | 100.0 |

ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของปริมาณของเสียในกระบวนการผลิตช่วงแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีของเสียในกระบวนการผลิตช่วงแรก ประมาณ 20% (ร้อยละ 50.0) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีของเสียในกระบวนการผลิตช่วงแรก ประมาณ 10% (ร้อยละ 33.3) และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับ 2 กลุ่มได้แก่กลุ่มที่ไม่มีของเสียเลยและกลุ่มที่มีของเสียมากกว่า 30% (ร้อยละ 2.2) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของปริมาณของของเสียจากกระบวนการผลิตในช่วงแรก

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-----------|--------------|
| ไม่มีของเสียเลย | 2 | 2.2 |
| มีของเสียประมาณ 10% | 30 | 33.3 |
| มีของเสียประมาณ 20% | 45 | 50.0 |
| มีของเสียประมาณ 30% | 11 | 12.2 |
| มีของเสียมากกว่า 30% | 2 | 2.2 |
| รวม | 90 | 100.0 |

ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของการปรับปรุงเพื่อให้ของเสียในกระบวนการผลิตลดลงนั้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับปรุงและทำให้มีของเสียลดลง (ร้อยละ 75.6) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีการปรับปรุงแต่ของเสียไม่ลดลง (ร้อยละ 23.3) และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการปรับปรุงเลยจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.1) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการประเมินคุณภาพของบุคลากรในเรื่องของการปรับปรุงเพื่อให้ខေးใน
กระบวนการผลิตลดลง

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| มีการปรับปรุง และของเสียลดลง | 68 | 75.6 |
| มีการปรับปรุงแต่ของเสียไม่ลดลง | 21 | 23.3 |
| ไม่มีการปรับปรุง | 1 | 1.1 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.2.1.2 งบประมาณ

ผลการประเมินพบว่าแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ในการดำเนินกิจการเครื่องปั้นดินเผาของกุ่มตัวอย่างมาจากเงินออมของครอบครัว (ร้อยละ 47.8) รองลงมาได้แก่กุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งเงินทุนมาจากเงินกองทุนหมู่บ้าน (ร้อยละ 26.7) และกุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดจะมีแหล่งเงินทุนมาจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ร้อยละ 1.1) ดังตารางที่ 4.8 ซึ่งตรงกับผลการสัมภาษณ์ว่ากุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้ทุนส่วนตัวมากกว่าการกู้ยืมจากกองทุนหมู่บ้าน

ตารางที่ 4.8 ผลการประเมินงบประมาณในด้านที่มาของเงินทุนของกุ่มตัวอย่าง

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| เงินออมของครอบครัว | 43 | 47.8 |
| เงินกู้ยืมจากบุคคลที่คุ้นเคย | 19 | 21.1 |
| เงินกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำจากรัฐบาล | 3 | 3.3 |
| เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน | 1 | 1.1 |
| เงินจากกองทุนหมู่บ้าน | 24 | 26.7 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.2.1.3 วัตถุประสงค์

1) ผลการประเมินเกี่ยวกับความพร้อมด้านวัตถุประสงค์ โดยประเมินจากการมีเตาเผาเป็นของตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง (ร้อยละ 78.9) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีเตาเผาเป็นของตนเองจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 21.1) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมินวัตถุประสงค์ในด้านมีเตาเผาเป็นของตนเองหรือไม่

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-----------|--------------|
| มี | 19 | 21.1 |
| ไม่มี | 71 | 78.9 |
| รวม | 90 | 100.0 |

2) ผลจากการประเมินสาเหตุที่สมาชิกกลุ่มไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง พบว่า มาจากเมื่อมีเตาเผาแล้วทำให้ราคาต้นทุนในการเผาสูงเกินไป (ร้อยละ 46.4) กลุ่มรองลงมา มีสาเหตุจากไม่มีต้นทุนในการก่อสร้างเตาเผา (ร้อยละ 18.8) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด ครอบงำมีสาเหตุอื่น ๆ เช่น (ร้อยละ 7.2) ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| ต้นทุนในการเผาสูงเกินไป | 32 | 46.4 |
| ไม่มีสถานที่เพียงพอ | 10 | 14.5 |
| ความยุ่งยากของกระบวนการเผา | 9 | 13.0 |
| ไม่มีต้นทุนในการก่อสร้างเตาเผา | 13 | 18.8 |
| อื่น ๆ ได้แก่ | 5 | 7.2 |
| รวม | 69 | 100.0 |

3) สำหรับผลการประเมินวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดจากการไม่มีเตาเผาเป็นของตนเองของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีจ้างเผาเครื่องปั้น (ร้อยละ 68.1) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีอื่น ๆ เช่น ละสมอิฐก่อเตาใหม่ ใช้เตาเผาของรัฐ เป็นต้น (ร้อยละ 30.4) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ขายเครื่องปั้นที่ยังไม่เผาจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.4) ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 วิธีการแก้ปัญหาที่เกิดจากกลุ่มตัวอย่างไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ขายเครื่องปั้นที่ยังไม่เผา | 1 | 1.4 |
| จ้างเผาเครื่องปั้น | 47 | 68.1 |
| อื่นๆ ได้แก่ ละสมอิฐก่อเตาใหม่ ใช้เตาเผาของภาครัฐ เป็นต้น | 21 | 30.4 |
| รวม | 69 | 100.0 |

4.2.1.4 วัตถุดิบ และแหล่งที่มาของวัตถุดิบ มีดังนี้

1) ดิน ในการปั้นภาชนะดินเผาจะต้องจัดหาดินเหนียวสำหรับปั้นเข้าเก็บไว้ เพื่อเตรียมผสมและนวดไว้สำหรับใช้ในการปั้น ซึ่งอาจจะหาดินในเกาะเกร็ด หรือซื้อมาจากนอกเกาะเกร็ดมาเก็บไว้ในโรงปั้น ดินที่มีคุณภาพดีมีอยู่ตามที่นาหรือที่สวนแต่เจ้าของดินมักไม่ขายให้แก่ช่างปั้น ช่างปั้นต้องซื้อดินจากอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีดินที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน โดยมีผู้ค้าดินชุดลงเรือมาขายเป็นลำ ลำละประมาณ 2,000-3,000 บาท บางโรงงานจะใช้วิธีเหมาซื้อหน้าดินโดยตรงกับเจ้าของดินเป็นไร่ ๆ ไป แล้วแต่ราคาที่ตกลงกัน

2) ทราย เป็นทรายแม่น้ำดั้งเดิม มีแหล่งที่มาจากตำบลบางพูด โดยมีชาวมอญด้วยกันที่อาศัยอยู่แถบตำบลบางพูด เป็นผู้นำมาขายให้ ทรายนี้ถือเป็นส่วนผสมสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะเป็นส่วนที่ช่วยสร้างความแกร่งให้กับเครื่องปั้น ทรายที่จะนำมาใช้นั้นจะต้องผ่านการร่อนเสียก่อน ปัจจุบันมีแหล่งที่มาจากพวกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ซึ่งใช้เป็นคิว ๆ ไป

3) ฟิน ปัจจุบันใช้ทางมะพร้าวประกอบกับฟืนเศษไม้เบญจพรรณ ซึ่งมาจากเศษไม้ที่เหลือของจากก่อสร้าง หรือพวกโรงงานเครื่องเรือนแถบย่านบางโพ มาทางรถแล้วขนส่งลงเรือไปขายให้กับทางเกาะเกร็ด กล่าวกันว่าฟืนใหม่นี้เผาได้อุณหภูมิที่ไม่สูงเหมือนดั้งเดิม และให้สีที่ไม่สวย

4) ผลการประเมินความพร้อมของวัตถุดิบในการผลิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อวัตถุดิบมาจากนอกพื้นที่ (ร้อยละ 91.9) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นจำนวนน้อยกว่ามาก (ร้อยละ 8.1) ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ผลการประเมินความพร้อมของวัตถุดิบในการผลิต

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-----------|--------------|
| มีอยู่แล้วในท้องถิ่น | 7 | 8.1 |
| ต้องซื้อจากนอกพื้นที่ | 79 | 91.9 |
| รวม | 86 | 100.0 |

4.2.1.5 เทคโนโลยี

1) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีของกลุ่มนั้นพบว่า ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นมาก ดังนี้

(1) การพัฒนาเตาเผา จากเดิมที่ใช้เตาที่เรียกกันว่าเตาลั้งเต่า หรือเตาจีน ซึ่งเป็นเตาเผาแบบพื้นบ้านทำให้การควบคุมไฟและควบคุมอุณหภูมิในการเผา นั้นมีความยากลำบาก แต่ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นเตาไฟฟ้าหรือเตาแก๊ส ซึ่งข้อผิดพลาดในการเผาจะเกิดขึ้นน้อยกว่า

(2) ขั้นตอนการเตรียมดินในอดีต จะต้องมีการนวดด้วยมือและกรองดิน ซึ่งจะสามารถทำได้เต็มที่เพียงวันละ 50 กิโลกรัม และจะต้องใช้เวลาในการตากแดด 3 วัน จึงจะหมาดพอดี และหากฝนตกก็จะมีน้ำแฉะและไม่มีที่เก็บวางดิน ในปัจจุบันได้พัฒนาเป็นเครื่องรีดดินราคาแสนกว่าบาท ซึ่งสามารถผลิตดินได้วันละ 100 กิโลกรัม และไม่ต้องขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ

(3) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้มีการพัฒนาโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบซึ่งทำให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น

2) ผลการประเมินในด้านเทคโนโลยีในการผลิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต (ร้อยละ 64.0) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 36.0) ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ผลการประเมินว่ากลุ่มตัวอย่างมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการผลิตหรือไม่

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| มีการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการผลิต | 57 | 64.0 |
| ไม่มีการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการผลิต | 32 | 36.0 |
| รวม | 89 | 100.0 |

4.2.1.6 ภูมิปัญญาชาวบ้าน

1) ในอดีตเกาะเกร็ดเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาแหล่งใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ ผลิตเครื่องปั้นที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมของผู้ใช้ทำให้ชาวมอญผู้ผลิตของเกาะเกร็ดมีรายได้ดี โดยเฉพาะผู้ที่เป็ช่างปั้นจะได้รับเกียรติเรียกว่า "อาจารย์" ในแทบทุกครัวเรือนที่มีวิถีชีวิตคล้ายคลึงกัน ผูกพันและให้ความสำคัญกับการทำเครื่องปั้นดินเผา มีความสามัคคี ร่วมแรง ร่วมใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ต่อมาความนิยมในการใช้เครื่องปั้นดินเผาเพื่อใช้เป็นภาชนะต่าง ๆ ลดลงมากมีเพียงกระถางต้นไม้เท่านั้นที่ได้รับความนิยมมาก ชาวมอญเกาะเกร็ดจึงผลิตภาชนะดินเผาประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนน้อยลง คงผลิตแต่โถ่งน้ำขนาดเล็ก ครก และกระถางต้นไม้เป็นส่วนใหญ่

ปัจจุบันชาวมอญเกาะเกร็ดไม่ได้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาทุกครัวเรือน เนื่องจากความนิยมในการใช้เครื่องปั้นดินเผาลดลง อีกทั้งวัตถุดิบในการผลิตก็หายากและมีราคาแพง ชาวมอญจึงหนีไปทำอาชีพอื่น จนเมื่อรัฐบาลมีนโยบายให้ประชาชนอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น เกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ดจึงได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ชาวมอญหันมาผลิตเครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงามจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวแทน แต่ก็เทียบไม่ได้กับอดีต ตลาดส่วนใหญ่จึงเน้นหนักลงไปของชวีญ ของชำร่วย และเครื่องประดับตกแต่งบ้าน ลูกค้าส่วนมากจึงเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งสั่งตามแบบที่ต้องการ

ลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาปัจจุบันได้พัฒนารูปลักษณ์จากลวดลายมอญดั้งเดิม ความประณีต และชื่อเสียงยังคงอยู่ ทั้งนี้เพราะได้ใช้วิถียุญาณของความเป็นมอญด้วยลวดลายกลีบบัวหลายอย่างวิจิตรบรรจง ฝ่ายช่างปั้นดิน 4-5 คนที่ยังคงมีฝีมือคิดค้นประดิษฐ์ลายใหม่ ให้เกิดขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของจังหวัดที่มีดอกบัวเป็นเครื่องหมายประจำจังหวัด คงความเป็นเอกลักษณ์ที่สอดคล้องประสานกันอย่างลงตัว การคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น สามารถกล่าวได้ว่าเป็นของเกาะเกร็ดเฉพาะ ที่ไม่เหมือนกับแหล่งผลิตอื่น ๆ

2) ผลการประเมินเกี่ยวกับการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผามาจาก พ่อ-แม่, ปู่-ย่า, ตา-ยาย (ร้อยละ 85.2) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้มาจากการรวมกลุ่มอาชีพของคนในหมู่บ้าน และจากการฝึกอบรมวิชาชีพจากภาครัฐจำนวนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 8.0 และ ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาจาก

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-----------|--------------|
| พ่อ-แม่, ปู่-ย่า, ตา-ยาย | 75 | 85.2 |
| การรวมกลุ่มอาชีพของคนในหมู่บ้าน | 7 | 8.0 |
| การฝึกอบรมวิชาชีพจากภาครัฐ | 6 | 6.8 |
| รวม | 88 | 100.0 |

3) ผลการประเมินถึงโอกาสหรือแนวความคิดที่กลุ่มตัวอย่างจะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไปจำนวนมาก (ร้อยละ 91.1) ในขณะที่มีผู้ที่ไม่มีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไปจำนวนน้อยมาก (ร้อยละ 8.9) ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสนหรือมีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไปหรือไม่

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-----------|--------------|
| มีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไป | 82 | 91.1 |
| ไม่มีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไป | 8 | 8.9 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.2.2 ด้านการส่งเสริมการขาย

4.2.2.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์

1) ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ยอดขายสูงขึ้น (ร้อยละ 87.8) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้มีการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 12.2) ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 4.16 ผลการประเมินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ยอดขายสูงขึ้น

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-----------|--------------|
| ได้มีการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ | 79 | 87.8 |
| ไม่ได้มีการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ | 11 | 12.2 |
| รวม | 90 | 100.0 |

2) ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ปานกลาง (ร้อยละ 47.6) กลุ่มรองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้มาก (ร้อยละ 31.7) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ไม่ได้ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าเลยจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 8.5) ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-----------|--------------|
| ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้ามาก | 26 | 31.7 |
| ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าปานกลาง | 39 | 47.6 |
| ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าน้อย | 10 | 12.2 |
| ไม่ได้ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าเลย | 7 | 8.5 |
| รวม | 82 | 100.0 |

4.2.2.2 ตราสินค้า

1) ผลการประเมินเกี่ยวกับตราสินค้าของผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้าของกลุ่มเพื่อแสดงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง (ร้อยละ 72.2) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้กำหนดตราสินค้าจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 27.8) ดังตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 กลุ่มตัวอย่างได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้าเพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| มีการกำหนดตราสินค้า | 65 | 72.2 |
| ไม่มีการกำหนดตราสินค้า | 25 | 27.8 |
| รวม | 90 | 100.0 |

2) ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลจากการกำหนดตราสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าตราสินค้าที่กำหนดขึ้นมีผลทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น (ร้อยละ 52.9) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าตราสินค้าที่กำหนดขึ้นทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มเท่าเดิมจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 47.1) ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลจากการกำหนดตราสินค้า

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| ทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น | 36 | 52.9 |
| ทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มเท่าเดิม | 32 | 47.1 |
| รวม | 68 | 100.0 |

4.2.2.3 การประชาสัมพันธ์

1) ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม พบว่า ลักษณะการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

(1) สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุโดยกรมพัฒนาชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ
ในรายการโทรทัศน์รูปแบบต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน

(2) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ข่าวกองประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ
เอกสารแจกของทางเกาะเกร็ดและของทางกลุ่มแต่ละกลุ่มเอง โดยใช้ทุนของสมาชิกในกลุ่มผลิต
ขึ้น

(3) สื่ออินเทอร์เน็ต โดยผ่านเว็บไซต์ของไทยคำาบลดอทคอม และ
เว็บของทางกลุ่มที่ดำเนินการกันเอง โดยผู้ชมสามารถสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้

(4) การออกแสดงสินค้านอกสถานที่ โดยร่วมกับสินค้าอื่นในงาน
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่ว
ประเทศ รวมทั้งลักษณะของการรับเชิญให้ไปแสดงสินค้าและสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผาใน
งานต่าง ๆ โดยค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งจะไม่แน่นอน บางครั้งทางกลุ่มต้องเสียค่าใช้จ่ายบางครั้งไม่
ต้องเสีย และบางครั้งผู้จัดงานมีค่าตอบแทนให้ทางกลุ่มด้วย การติดต่อกันมักจะผ่านทาง
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปากเกร็ด และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนนทบุรี
กระทรวงมหาดไทย สำนักงานพาณิชย์จังหวัด อุบลราชธานีจังหวัด ฉะเชิงเทราจะมีงานแสดงสินค้า
ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง การคัดเลือกสมาชิกไปจัดแสดงจะมีการเวียนกันจนทั่วและดูความ
เหมาะสมของสมาชิกว่ามีความพร้อมในเรื่องต่าง ๆ หรือไม่ เช่น เวลาและเงินทุนในการตั้งร้าน
 เป็นต้น

2) ผลการประเมินด้านการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มพบว่า สมาชิกกลุ่ม
ส่วนใหญ่จะใช้วิธีประชาสัมพันธ์โดยการออกงานแสดงสินค้ามากที่สุด (ร้อยละ 98.9) รองลงมา
สมาชิกกลุ่มจะประชาสัมพันธ์สินค้าโดยออกอากาศทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 40.0) และวิธีการ
ประชาสัมพันธ์ที่มีสมาชิกกลุ่มใช้น้อยที่สุดได้แก่ การออกอากาศทางวิทยุ (ร้อยละ 17.8) ดังตาราง
ที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 วิธีการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

| วิธีการประชาสัมพันธ์ | ตอบ | | ไม่ตอบ | | รวม | |
|-----------------------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ออกงานแสดงสินค้า | 89 | 98.9 | 1 | 1.1 | 90 | 100.0 |
| ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ | 29 | 32.2 | 61 | 67.8 | 90 | 100.0 |
| ออกอากาศทางโทรทัศน์ | 36 | 40.0 | 54 | 60.0 | 90 | 100.0 |
| ออกอากาศทางวิทยุ | 16 | 17.8 | 74 | 82.2 | 90 | 100.0 |
| ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ | 23 | 25.6 | 67 | 74.4 | 90 | 100.0 |

4.3 ผลการประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

4.3.1 การบริหารจัดการองค์การธุรกิจชุมชน

4.3.1.1 การวางแผนในการดำเนินงาน

1) ผลการประเมินด้านการวางแผนในการดำเนินงานของกลุ่มในด้านต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า กลุ่มได้มีการวางแผนการดำเนินงานในทุกด้านได้แก่ การวางแผนการผลิต (ตอบร้อยละ 70.0 ไม่ตอบ ร้อยละ 30.0) การวางแผนการตลาด (ตอบร้อยละ 80.0 ไม่ตอบร้อยละ 20.0) และการวางแผนการเงิน (ตอบร้อยละ 58.9 ไม่ตอบร้อยละ 41.1) และมีผู้เห็นว่ากลุ่มไม่ได้มีการวางแผนดำเนินการแต่ประการใดจำนวนน้อยมาก (ร้อยละ 2.2) ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการประเมินการวางแผนดำเนินการของกลุ่ม

| การวางแผนในด้านต่างๆ | ตอบ | | ไม่ตอบ | | รวม | |
|----------------------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| วางแผนการผลิต | 63 | 70.0 | 27 | 30.0 | 90 | 100.0 |
| วางแผนการตลาด | 72 | 80.0 | 18 | 20.0 | 90 | 100.0 |
| วางแผนการเงิน | 53 | 58.9 | 37 | 41.1 | 90 | 100.0 |
| ไม่มีวางแผนประการใด | 2 | 2.2 | 88 | 97.8 | 90 | 100.0 |

2) ผลการประเมินลักษณะการกำหนดกฎเกณฑ์หรือกติกาในการทำงาน พบว่า มีสัดส่วนใกล้เคียงกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าการกำหนดกฎเกณฑ์ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (ร้อยละ 52.8) และกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าไม่มีการเขียนแต่บอกเล่าและเข้าใจ (ร้อยละ 47.2) ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการประเมินลักษณะการกำหนดกฎเกณฑ์หรือกติกาในการทำงาน

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-----------|--------------|
| มีการเขียนกำหนดกฎเกณฑ์ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร | 47 | 52.8 |
| ไม่มีการเขียนแต่บอกเล่าและเข้าใจ | 42 | 47.2 |
| รวม | 89 | 100.0 |

4.3.1.2 การจัดหาเงินทุน

ผลการประเมินการจัดการหาเงินทุนของกลุ่ม พบว่า แหล่งเงินทุนที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุดได้แก่ การระดมหุ้นจากสมาชิก (ตอบร้อยละ 45.6 ไม่ตอบร้อยละ 54.4) รองลงมา มีจำนวนเท่ากัน 2 ประเภท ได้แก่ การจัดหาเงินทุนโดยวิธีการรับจากหน่วยงานราชการ และการกู้เงินจากธนาคาร (ตอบร้อยละ 33.3 ไม่ตอบร้อยละ 66.7) สำหรับแหล่งเงินทุนที่มีผู้เลือกตอบน้อยที่สุดได้แก่ การได้รับจากองค์กรพัฒนาเอกชน (ตอบร้อยละ 3.3 ไม่ตอบร้อยละ 96.7) ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการประเมินการจัดการหาเงินทุนของกลุ่มว่าใช้แหล่งเงินทุนจากที่ใดเป็นหลัก

| แหล่งเงินทุน | ตอบ | | ไม่ตอบ | | รวม | |
|---------------------------------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ระดมหุ้นจากสมาชิก | 41 | 45.6 | 49 | 54.4 | 90 | 100.0 |
| ได้รับจากหน่วยงานราชการ | 30 | 33.3 | 60 | 66.7 | 90 | 100.0 |
| ได้รับจากองค์กรพัฒนาเอกชน | 3 | 3.3 | 87 | 96.7 | 90 | 100.0 |
| กู้เงินจากธนาคาร | 30 | 33.3 | 60 | 66.7 | 90 | 100.0 |
| กู้จากนายทุนในพื้นที่ | 20 | 22.2 | 70 | 77.8 | 90 | 100.0 |
| อื่นๆ เช่น กู้จากกองทุนหมู่บ้าน | 28 | 31.1 | 62 | 68.9 | 90 | 100.0 |

4.3.1.3 ความสามารถในการหาตลาด

1) ผลการประเมินความสามารถในการหาตลาดของกลุ่มนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ากลุ่มได้มีการหาตลาดด้วยตนเอง (ร้อยละ 75.6) ในขณะที่มีผู้เห็นว่ากลุ่มไม่มีการหาตลาดแล้วแต่จะมีการแนะนำหรือลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าเองจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 24.4) ดังตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ผลการประเมินความสามารถในการหาตลาด

| กลุ่มได้มีการหาตลาดด้วยตนเองหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| กลุ่มได้มีการหาตลาดด้วยตนเอง | 68 | 75.6 |
| ไม่มีการหาตลาดแล้วแต่จะมีใครแนะนำหรือลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าเอง | 22 | 24.4 |
| รวม | 90 | 100.0 |

2) สำหรับผลการประเมินด้านการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าของกลุ่มมีทั้งคนซื้อประจำและสถานที่ขายประจำ (ร้อยละ 81.1) ในขณะที่มีผู้ตอบว่าการตลาดของกลุ่มไม่แน่นอนแล้วแต่เหตุการณ์จำนวนน้อยมาก (ร้อยละ 10.0) ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ผลการประเมินด้านการตลาด

| การตลาดปัจจุบันมีที่ขายหรือมีผู้มาซื้อหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| มีคนมารับซื้อประจำ | 7 | 7.8 |
| มีสถานที่สำหรับวางขายประจำ | 1 | 1.1 |
| มีทั้งคนรับซื้อประจำและสถานที่ขายประจำ | 73 | 81.1 |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่เหตุการณ์ | 9 | 10.0 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.3.1.4 การจัดทำระบบบัญชีตรวจสอบได้

1) ผลการประเมินด้านระบบบัญชี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ากลุ่มได้มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายพร้อมทั้งมีการแจกแจงรายละเอียด (ร้อยละ 92.2) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ากลุ่มไม่มีการแจกแจงรายละเอียดโดยมีการแจ้งเฉพาะยอดรวมจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 7.8) ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการประเมินด้านระบบบัญชี

| กลุ่มมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายหรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-----------|--------------|
| มี (แจกแจงรายละเอียด) | 83 | 92.2 |
| ไม่มี (แจ้งเฉพาะยอดรวม) | 7 | 7.8 |
| รวม | 90 | 100.0 |

2) ผลการประเมินความโปร่งใสของการจัดทำบัญชีของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่ากลุ่มสามารถให้ตรวจสอบบัญชีได้อย่างโปร่งใส (ร้อยละ 100.0) ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ผลการประเมินด้านความโปร่งใสของระบบบัญชี

| ท่านมีสิทธิ์จะขอดูบัญชีได้หรือไม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-----------|--------------|
| ได้ (โปร่งใส) | 90 | 100.0 |
| ไม่ได้ (กลุ่มเก็บเป็นความลับ) | 0 | 0 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.3.1.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก

1) จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า สมาชิกกลุ่มจะมีส่วนร่วมในการประชุมที่ทางกลุ่มจัดขึ้น โดยจะมีการประชุมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ในแต่ละครั้งเนื้อหาในการประชุมจะเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม กำหนดการออกฐาน การขอสมัครพัยภายในกลุ่ม โดยสมาชิกกลุ่มทุกคนจะได้มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นและออกเสียงเมื่อต้องมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน

2) ผลการประเมินเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีการร่วมแรงร่วมใจกันเป็นอย่างดี (ร้อยละ 85.6) ในขณะที่มีผู้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีการร่วมกิจกรรมเป็นบางคนนอกนั้นเฉย ๆ จำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 14.4) ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการประเมินด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม

| สมาชิกกลุ่มมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มอย่างไร | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ส่วนใหญ่ร่วมแรงร่วมใจกันเป็นอย่างดี | 77 | 85.6 |
| ร่วมกิจกรรมเป็นบางคนนอกนั้นเฉยๆ | 13 | 14.4 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.3.2 บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า สมาชิกกลุ่มที่คัดสรรเครื่องปั้นดินเผาได้จัดแบ่งหน้าที่โดยมีประธานเป็นหัวหน้ากลุ่ม มีรองประธานเป็นผู้ช่วย มีเลขานุการเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับการประสานงานเรื่องต่าง ๆ กับสมาชิกกลุ่มและมีเหรัญญิกทำหน้าที่ดูแลการเงินภายในกลุ่ม

4.3.2.1 ผลการประเมินความรู้และทักษะในการทำงานของสมาชิกพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความรู้และทักษะในการทำงานในระดับมาก (ร้อยละ 67.8) และรองลงมาได้แก่กลุ่มที่เห็นว่าสมาชิกมีความรู้และทักษะในการทำงานในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 32.2) ในขณะที่ไม่มีผู้ที่เห็นว่าสมาชิกมีความรู้และทักษะในการทำงานในระดับน้อยและน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.2 ผลการประเมินความขยันขันแข็งเอาการเอางานของสมาชิกพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมาก (ร้อยละ 66.7) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 31.1) และมีผู้ที่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานน้อยจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.2) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.3 ผลการประเมินความซื่อสัตย์สุจริตของสมาชิกกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับมาก (ร้อยละ 66.7) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 36.7) ในขณะที่ไม่มีผู้ที่เห็นว่าสมาชิกมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับน้อยและน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.4 ผลการประเมินความเสียสละและการทำงานเพื่อกลุ่มของสมาชิกพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความเสียสละและมีการทำงานเพื่อกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 67.8) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความเสียสละและมีการทำงานเพื่อกลุ่มในระดับมากที่สุด (31.1) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.5 ผลการประเมินความขยันขันแข็งเอาการเอางานของผู้นำกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมาก (ร้อยละ 52.2) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 46.7) และมีผู้ที่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับน้อยที่สุดจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.1) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.6 ผลการประเมินความซื่อสัตย์สุจริตของผู้นำกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเท่ากับ 2 กลุ่มซึ่งมีความเห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับมากและมากที่สุด (ร้อยละ 50.0) ในขณะที่ไม่มีผู้เห็นว่าสมาชิกมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับน้อยและน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.7 ผลการประเมินความเป็นที่เคารพ ศรัทธาของผู้นำกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพและศรัทธาของสมาชิกกลุ่มในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 51.1) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความเห็นว่าผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพและศรัทธาของสมาชิกกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 48.9) ในขณะที่ไม่มีผู้เห็นว่าผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพและศรัทธาของสมาชิกกลุ่มในระดับน้อยและน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.29

4.3.2.8 ผลการประเมินความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานเพื่อกลุ่มของผู้นำกลุ่มพบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานในระดับมาก (52.2) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความเห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 47.8) ในขณะที่ไม่มีผู้เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานในระดับน้อยและน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการประเมินด้านบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม (N=90)

| ความคิดเห็นในด้าน | ระดับ | | | | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
|--|--------------------|--------------|---------------|---------------------|-----------|----------------------|
| | มากที่สุด (ร้อยละ) | มาก (ร้อยละ) | น้อย (ร้อยละ) | น้อยที่สุด (ร้อยละ) | | |
| 1. สมาชิกมีความรู้และทักษะในการทำงาน | 29 (32.2) | 61 (67.8) | 0 (0) | 0 (0) | 3.32 | .470 |
| 2. สมาชิกมีความขยันขันแข็งเอาใจใส่การทำงาน | 28 (31.1) | 60 (66.7) | 2 (2.2) | 0 (0) | 3.29 | .503 |
| 3. สมาชิกมีความซื่อสัตย์สุจริต | 33 (36.7) | 57 (63.3) | 0 (0) | 0 (0) | 3.37 | .485 |
| 4. สมาชิกมีความเสียสละและการทำงานเพื่อกลุ่ม | 28 (31.1) | 61 (67.8) | 0 (0) | 1 (1.1) | 3.29 | .525 |
| 5. ผู้นำมีความขยันขันแข็ง เอาใจใส่การทำงาน | 42 (46.7) | 47 (52.2) | 0 (0) | 1 (1.1) | 3.44 | .563 |
| 6. ผู้นำมีความซื่อสัตย์สุจริต | 45 (50.0) | 45 (50.0) | 0 (0) | 0 (0) | 3.50 | .503 |
| 7. ผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพ ศรัทธาของสมาชิก | 46 (51.1) | 44 (48.9) | 0 (0) | 0 (0) | 3.51 | .503 |
| 8. ผู้นำเสียสละ อดทน และเอาใจใส่การทำงานเพื่อกลุ่ม | 43 (47.8) | 47 (52.2) | 0 (0) | 0 (0) | 3.48 | .502 |

4.3.2.9 ผลการประเมินบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมาชิกและผู้นำกลุ่มมีบทบาทในระดับสูง (ร้อยละ 98.9) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 1.1) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าสมาชิกและผู้นำกลุ่มมีบทบาทในระดับต่ำเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ผลการประเมินบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มในภาพรวม (N=90)

| รายการที่ประเมิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ | คะแนน เฉลี่ย | ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน |
|-----------------------------|---------------|--------|-----------------|------------------------------|
| บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม | | | 27.20 | 3.442 |
| ระดับต่ำ | 0 | 0 | | |
| ระดับปานกลาง | 1 | 1.1 | | |
| ระดับสูง | 89 | 98.9 | | |

4.3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

4.3.3.1 จำนวนผลิตภัณฑ์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อปริมาณการผลิตของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก (ร้อยละ 84.4) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจน้อย (ร้อยละ 10.0) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อปริมาณการผลิตของกลุ่มในระดับน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อปริมาณการผลิตของกลุ่ม

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| พอใจมากที่สุด | 5 | 5.6 |
| พอใจมาก | 76 | 84.4 |
| พอใจน้อย | 9 | 10.0 |
| พอใจน้อยที่สุด | 0 | 0.0 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.3.3.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์

1) ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้เข้าประกวดและรับรางวัลในโอกาสต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

(1) ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี 2546 และได้รับรางวัลในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ กระปุกขมิ้น ประทวดได้ 3 ดาว, จานนาฬิกา ประทวดได้ 3 ดาว, ถ้วยกาแฟ ประทวดได้ 3 ดาว, โคมเทียน ประทวดได้ 3 ดาว, โคมไฟแกะสลัก ประทวดได้ 4 ดาว

(2) ปี 2547 กลุ่มยังได้รับรางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกระทรวงอุตสาหกรรม

(3) รางวัล "กลุ่มอาชีพดีเด่นระดับจังหวัด" จากกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

(4) รางวัล "ตำบลที่มีกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพชุมชนดีเด่น" จากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

(5) รางวัล "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่น ระดับจังหวัด ประเภทกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา"

2) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ร้อยละ 90.0) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 7.8) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในระดับน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

| | ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------------|-------|--------|
| พอใจมากที่สุด | | 7 | 7.8 |
| พอใจมาก | | 81 | 90.0 |
| พอใจน้อย | | 2 | 2.2 |
| พอใจน้อยที่สุด | | 0 | 0.0 |
| | รวม | 90 | 100.0 |

4.3.4 การจัดสรรผลประโยชน์

ผลการประเมินเกี่ยวกับการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม แบ่งเป็น

4.3.4.1 การแบ่งผลกำไรของกลุ่ม

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 81.1) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 13.3) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่มในระดับน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่ม

| | ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------------|-------|--------|
| พอใจมากที่สุด | | 12 | 13.3 |
| พอใจมาก | | 73 | 81.1 |
| พอใจน้อย | | 5 | 5.6 |
| พอใจน้อยที่สุด | | 0 | 0.0 |
| | รวม | 90 | 100.0 |

4.3.4.2 ความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 81.1) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 15.6) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่มในระดับน้อยที่สุดเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม

| | ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------------|-------|--------|
| พอใจมากที่สุด | | 14 | 15.6 |
| พอใจมาก | | 73 | 81.1 |
| พอใจน้อย | | 3 | 3.3 |
| พอใจน้อยที่สุด | | 0 | 0.0 |
| | รวม | 90 | 100.0 |

4.4 ผลการประเมินผล (Outcome Evaluation)

4.4.1 ขนาดของตลาด

4.4.1.1 ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดสินค้าของกลุ่ม พบว่า ตลาดสินค้าของกลุ่มมีหลายแหล่งด้วยกัน ดังนี้

- 1) ตลาดในชุมชน ได้แก่ กวรวางขายหน้าร้าน ซึ่งมีทำเลที่เหมาะสม เพราะเกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว สมาชิกส่วนใหญ่จึงมีรายได้จากการขายหน้าร้านเป็นหลัก
- 2) ตลาดภายนอกชุมชน ได้แก่ ศูนย์สาธิตการตลาด ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้างสรรพสินค้า ร้านค้าทั่วไป งานแสดงสินค้าต่าง ๆ และสถานที่ที่ทางราชการจัดขึ้น และลูกค้าที่สั่งจากต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาจากจังหวัดภาคใต้ เช่น ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ลูกค้าจะสั่งสินค้าไปวางขายตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 3) ตลาดในต่างประเทศ ซึ่งมักจะเป็นลักษณะของร้านค้าของที่ระลึก หรือร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่สั่งสินค้าของทางกลุ่มไปวางขาย หรือประดับร้าน ซึ่งจะมีลูกค้ามาสั่งสินค้าจากกลุ่มเอง แต่ไม่ประจำ ได้แก่ ประเทศ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และสวีเดน
- 4) การจัดทำโฮมเพจแสดงสินค้าของกลุ่ม และรับสั่งสินค้าทางอินเตอร์เน็ตทั้งในและต่างประเทศ

การสนับสนุนการตลาดของกลุ่มจากทางราชการ นอกจากจะมีการจัดงานแสดงสินค้าในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ แล้ว กระทรวงพาณิชย์โดยพาณิชย์จังหวัดยังได้จัดหารถขนส่ง

สินค้า จำนวน 19 คำน ขนส่งสินค้าของทางกลุ่มออกไปขายยังนอกพื้นที่ เพื่อกระจายสินค้าออกสู่นอกชุมชน

4.4.1.2 จากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดสินค้าของกลุ่มอยู่ในชุมชน (ตอบร้อยละ 93.3 ไม่ตอบร้อยละ 6.7) รองลงมา ได้แก่ตลาดนอกชุมชน (ตอบร้อยละ 83.3 ไม่ตอบร้อยละ 16.7) ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีผู้เลือกตอบจำนวนน้อยที่สุด (ตอบร้อยละ 18.9 ไม่ตอบร้อยละ 81.1) ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แหล่งตลาดสินค้าของกลุ่ม

| แหล่งตลาดสินค้า | ตอบ | | ไม่ตอบ | | รวม | |
|-----------------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ในชุมชน | 84 | 93.3 | 6 | 6.7 | 90 | 100.0 |
| นอกชุมชน | 75 | 83.3 | 15 | 16.7 | 90 | 100.0 |
| ต่างประเทศ | 17 | 18.9 | 73 | 81.1 | 90 | 100.0 |

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่มพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 64.4) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย (ร้อยละ 25.6) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.4) ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่ม

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-----------|--------------|
| พอใจมากที่สุด | 4 | 4.4 |
| พอใจมาก | 58 | 64.4 |
| พอใจน้อย | 23 | 25.6 |
| พอใจน้อยที่สุด | 5 | 5.6 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.4.2 ยอดขายของแต่ละครัวเรือน

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายของแต่ละครัวเรือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันในระดับมาก (ร้อยละ 62.2) รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันในระดับน้อย (ร้อยละ 25.6) ในขณะที่มีผู้ที่ไม่พึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันจำนวนน้อย (ร้อยละ 10.0) ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันของแต่ละครัวเรือน

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-----------|--------------|
| พอใจมากที่สุด | 1 | 1.1 |
| พอใจมาก | 56 | 62.2 |
| พอใจน้อย | 23 | 25.6 |
| พอใจน้อยที่สุด | 1 | 1.1 |
| ไม่พอใจ | 9 | 10.0 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.4.3 รายได้ของแต่ละครัวเรือน

รายได้ของแต่ละครัวเรือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบกิจการเครื่องปั้นดินเผา 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 29.5) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท (ร้อยละ 27.3) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.3) ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบกิจการเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มตัวอย่าง

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-----------|--------------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 10 | 11.4 |
| 5,000 – 10,000 บาท | 26 | 29.5 |
| 10,001 – 15,000 บาท | 19 | 21.6 |
| 15,001 – 20,000 บาท | 24 | 27.3 |
| 20,001 – 25,000 บาท | 7 | 8.0 |
| มากกว่า 30,000 บาท | 2 | 2.3 |
| รวม | 88 | 100.0 |

และจากการศึกษาในเรื่องของกำไรจากการประกอบการในแต่ละเดือนโดยเฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกำไรจากการประกอบกิจการ (ร้อยละ 93.2) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ในแต่ละเดือนมีผลจากการประกอบกิจการเท่าทุน (ร้อยละ 5.7) ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีผลจากการประกอบกิจการขาดทุนจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.1) ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ผลจากการประกอบกิจการโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

| ผลจากการประกอบกิจการ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| มีกำไร | 82 | 93.2 |
| เท่าทุน | 5 | 5.7 |
| ขาดทุน | 1 | 1.1 |
| รวม | 90 | 100.0 |

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายได้ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายได้ในระดับมาก (ร้อยละ 57.8) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย (ร้อยละ 32.2) และกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดนั้นมีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.1) ในขณะที่มีกลุ่มที่ไม่พึงพอใจจำนวนน้อยมาก (ร้อยละ 6.7) ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันของแต่ละครัวเรือน

| ความคิดเห็น | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| พอใจมากที่สุด | 1 | 1.1 |
| พอใจมาก | 52 | 57.8 |
| พอใจน้อย | 29 | 32.2 |
| พอใจน้อยที่สุด | 2 | 2.2 |
| ไม่พอใจ | 6 | 6.7 |
| รวม | 90 | 100.0 |

4.4.4 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 66.7) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.3) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในระดับต่ำเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม (N=90)

| รายการที่ประเมิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ | คะแนน เฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน |
|------------------------------|---------------|--------|-----------------|--------------------------|
| ความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่ม | | | 19.71 | 3.025 |
| ระดับต่ำ | 0 | 0 | | |
| ระดับปานกลาง | 30 | 33.3 | | |
| ระดับสูง | 60 | 66.7 | | |

4.4.5 ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

จากผลการประเมินว่าผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อเป็นสินค้าประเภทใดนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภท จาน, ชาม, ถ้วยกาแฟ (ร้อยละ 46.7) รองลงมาเป็นสินค้าประเภทโถ่ง, อ่าง (ร้อยละ 30.0) ส่วนสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อน้อยที่สุดได้แก่สินค้าประเภทครก (ร้อยละ 8.3) ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ผลการประเมินผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อ

| ประเภทสินค้า | ซื้อ | | ไม่ซื้อ | | รวม | |
|--------------------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ครก | 5 | 8.3 | 55 | 91.7 | 90 | 100.0 |
| กระถางต้นไม้ | 12 | 20.0 | 48 | 80.0 | 90 | 100.0 |
| โถ่ง, อ่าง | 18 | 30.0 | 42 | 70.0 | 90 | 100.0 |
| จาน, ชาม, ถ้วยกาแฟ | 28 | 46.7 | 32 | 53.3 | 90 | 100.0 |
| แจกัน, กระถางรูป | 11 | 18.3 | 49 | 81.7 | 90 | 100.0 |

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีผล ดังตารางที่ 4.43

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 90.0) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 10.0) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจหรือไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 76.7) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 23.3) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจหรือไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 61.7) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 30.0) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 8.3) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 70.0) รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 20.0) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พึงพอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 10.0) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผู้ขายสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 76.7) รองลงมาได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 20.0) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พึงพอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการสนองตอบวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 81.4) รองลงมาได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากที่สุด (ร้อยละ 11.9) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พึงพอใจน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.8) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกไม่พอใจมากที่สุดเลย (ร้อยละ 0)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 81.7) รองลงมาได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจ (ร้อยละ 11.7) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจมากที่สุดจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.7)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 75.0) รองลงมาได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกไม่พอใจ (ร้อยละ 16.7) และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สึกพอใจมากที่สุดจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3)

ตารางที่ 4.43 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

| รายการคำถาม | ระดับความพึงพอใจ | | | | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
|------------------------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|-----------|----------------------|
| | พอใจ | | ไม่พอใจ | | | |
| | มากที่สุด (ร้อยละ) | พอใจ (ร้อยละ) | ไม่พอใจ (ร้อยละ) | มากที่สุด (ร้อยละ) | | |
| ความพึงพอใจต่อ | | | | | | |
| 1. ราคาผลิตภัณฑ์ | 6 (10.0) | 54 (90.0) | 0 (0) | 0 (0) | 3.10 | .303 |
| 2. คุณภาพผลิตภัณฑ์ | 14 (23.3) | 46 (76.7) | 0 (0) | 0 (0) | 3.23 | .427 |
| 3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | 18 (30.0) | 37 (61.7) | 5 (8.3) | 0 (0) | 3.22 | .585 |
| 4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ | 12 (20.0) | 42 (70.0) | 6 (10.0) | 0 (0) | 3.10 | .543 |
| 5. ผู้ขายสินค้า | 12 (20.0) | 46 (76.7) | 2 (3.3) | 0 (0) | 3.17 | .457 |
| 6. การสนองตอบวัตถุประสงค์ในการซื้อ | 7 (11.9) | 48 (81.4) | 4 (6.8) | 0 (0) | 3.05 | .432 |
| 7. ความสะดวกสบายในการเดินทาง | 3 (5.0) | 49 (81.7) | 7 (11.7) | 1 (1.7) | 2.90 | .477 |
| 8. สภาพแวดล้อมของแหล่งขาย | 2 (3.3) | 45 (75.0) | 10 (16.7) | 3 (5.0) | 2.77 | .593 |

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 91.7) รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ร้อยละ 8.3) ในขณะที่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดที่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำเลย (ร้อยละ 0) ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม (N=86)

| รายการที่ประเมิน | จำนวน (คน) | ร้อยละ | คะแนน เฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน |
|--------------------------------|---------------|--------|-----------------|--------------------------|
| ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ | | | 24.48 | 2.167 |
| ระดับต่ำ | 0 | 0.0 | | |
| ระดับปานกลาง | 5 | 8.3 | | |
| ระดับสูง | 55 | 91.7 | | |

4.4.6 ปัญหาอุปสรรค

1. การถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำเครื่องปั้นดินเผาสู่คนรุ่นหลัง มีคนสนใจรับช่วงน้อย ในอนาคตอาจจะไม่มีผู้สืบทอด
2. ราคาของสินค้ายังถือว่าแพงในสายตาลูกค้าเพราะเป็นงานฝีมือ
3. ในช่วงแรกสมาชิกยังไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเพราะสมาชิกต้องการเห็นผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่า
4. อุปสรรคจากธรรมชาติ เช่น ฝนตก น้ำท่วม เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการประเมิน อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินปัจจัยนำเข้าขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดในรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ วัตถุประสงค์ เทคโนโลยี ภูมิปัญญาชาวบ้าน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตลาดสินค้า และการประชาสัมพันธ์ เพื่อประเมินกระบวนการขององค์กรธุรกิจชุมชนฯ ดังกล่าวว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงใดในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจชุมชน บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม เพื่อประเมินผลลัพธ์ คือผลที่ได้จากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนฯ ดังกล่าวว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่เพียงใด ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ขนาดของตลาด ยอดขายของแต่ละครัวเรือน รายได้ของแต่ละครัวเรือน และความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนฯ ดังกล่าว

วิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มแรก ได้แก่ สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 3 หมู่บ้าน มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและมีการสัมภาษณ์ในบางส่วน กลุ่มที่สองได้แก่ คณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชนของทั้ง 3 หมู่บ้าน ทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และกลุ่มสุดท้ายได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ด ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบกัน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่อแจกแจงความถี่ของข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางและกระจายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ในบทที่ 5 นี้ ได้ทำการเสนอสรุปผลการประเมิน อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เรียงตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการประเมิน

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการประเมิน

จากการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.1) มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี (ร้อยละ 31.1) มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา (ร้อยละ 43.3) อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดมาแล้วเป็นเวลา 45 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 33.3) ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน (ร้อยละ 35.6)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78.3) มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี (ร้อยละ 35.0) อาชีพส่วนใหญ่คือทำงานในบริษัทเอกชน (ร้อยละ 48.3) มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 25.4) และส่วนใหญ่จะมาเกาะเกร็ดเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 55.0)

5.1.2 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า

5.1.2.1 ด้านการผลิต

1) บุคลากร ในด้านจำนวนบุคลากร พบว่า จำนวนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดทั้ง 3 หมู่บ้านที่เก็บข้อมูลนั้นในปัจจุบันจะมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจากเมื่อแรกเริ่มก่อตั้งกลุ่ม ยกเว้นหมู่ที่ 7 ที่ยังคงมีจำนวนสมาชิกเท่าเดิมอยู่

ผลการประเมินในเรื่องจำนวนของบุคลากร พบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่าจำนวนบุคลากรในการผลิตของกลุ่มมีเพียงพอแล้ว (ร้อยละ 80.0) ทำให้ส่วนใหญ่ในทุกกระบวนการผลิตสินค้าไม่มีการจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติม (ร้อยละ 68.5)

ในด้านคุณภาพบุคลากรจากการเก็บข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาจากแต่ละหมู่บ้านมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญฝีมือในระดับตอนต่างๆ ได้แก่ การเตรียมดิน การปั้น การแกะลาย และการเผา เป็นของกลุ่มเอง และสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะทำเป็นอยู่แล้วและได้มีการเรียนรู้เพิ่มเติมด้วย (ร้อยละ 53.3) เมื่อพิจารณาถึงปริมาณของเสียในกระบวนการผลิตพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีของเสียในกระบวนการผลิตช่วงแรกประมาณ 20% (ร้อยละ 50.0) และทางกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ได้มีการปรับปรุงและทำให้มีของเสียลดลง (ร้อยละ 75.6)

2) งบประมาณ ผลการประเมินพบว่าแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ในการดำเนินกิจการเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากเงินออมของครอบครัว (ร้อยละ 47.8)

3) วัสดุอุปกรณ์ผลการประเมินที่เกี่ยวกับความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์โดยการประเมินจากการมีเตาเผาเป็นของตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง (ร้อยละ 78.9) โดยมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการที่มีเตาเผาแล้วจะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงเกินไป (ร้อยละ 46.4) และเมื่อไม่มีเตาเผาเป็นของตนเองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแก้ปัญหาโดยการใช้วิธีจ้างเผาเครื่องปั้น (ร้อยละ 68.1)

4) วัตถุดิบ และแหล่งที่มาของวัตถุดิบนั้น พบว่า วัตถุดิบในหลายๆประเภทจะต้องหามาจากนอกพื้นที่ ได้แก่ ดินต้องซื้อดินจากอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ทรายในปัจจุบันมีแหล่งที่มาจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ส่วนหินนั้นจะนำมาจากโรงงานเครื่องเรือนแถบย่านบางโพ มาทางรถแล้วขนส่งลงเรือมาขายให้กับเกาะเกร็ด

ผลการประเมินความพร้อมของวัตถุดิบในการผลิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อวัตถุดิบมาจากนอกพื้นที่ (ร้อยละ 91.9)

5) เทคโนโลยี ผลการประเมินในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีจะพบว่า ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นมาก เช่น ใช้เตาไฟฟ้าหรือเตาแก๊สแทนการเผาด้วยเตาหินซึ่งมีความยากลำบากในการควบคุมไฟและควบคุมอุณหภูมิและใช้เวลานาน การใช้เครื่องรีดดินแทนการเตรียมดินโดยการนวดด้วยมือซึ่งจะประหยัดเวลาได้มาก การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ทำให้มีความหลากหลายมากขึ้น เป็นต้น

ซึ่งผลจากการประเมินในด้านเทคโนโลยีการผลิตนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วมาใช้ในการผลิต (ร้อยละ 64.0)

6) ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดนั้นเกิดจากความชำนาญ การเรียนรู้และการถ่ายทอดนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังได้มีการประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบใหม่ทั้งลวดลายและวัตถุประสงค์การนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งมีเอกลักษณ์

เฉพาะตัวของชาวมอญดั้งเดิม โดยใส่วิญญาณของความเป็นมอญด้วยลวดลายกสิบบัวหลายอย่างวิจิตรบรรจง ที่ถ่ายทอดลงมาเป็นรุ่นๆ ซึ่งผลการประเมินภูมิปัญญาชาวบ้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผามาจากพ่อ-แม่, ปู่-ย่า, ตา-ยาย (ร้อยละ 58.2) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นต่อไปมีจำนวนสูงมาก (ร้อยละ 91.1)

5.1.2.2 ด้านการส่งเสริมการขาย

1) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ยอดขายสูงขึ้น (ร้อยละ 87.8) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ได้ปรับปรุงนั้นช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ปานกลาง (ร้อยละ 47.6)

2) ตราสินค้า ผลการประเมินเกี่ยวกับตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้าของกลุ่มเพื่อแสดงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง (ร้อยละ 72.2) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าตราสินค้าที่กำหนดขึ้นมีผลทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น (ร้อยละ 52.9)

3) การประชาสัมพันธ์ ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มจะมีหลายรูปแบบประกอบกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุโดยกรมพัฒนาชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ข่างประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เอกสารแจกของทางเกาะเกร็ดและของทางกลุ่มแต่ละกลุ่มเอง สื่ออินเทอร์เน็ต โดยผ่านเว็บไซต์ของไทยตำบลคอคอดคอง และเว็บของทางกลุ่มที่ดำเนินการกันเอง โดยผู้ชมสามารถสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ การออกแสดงสินค้านอกสถานที่ โดยร่วมกับสินค้าอื่นในงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งลักษณะของการรับเชิญให้ไปแสดงสินค้าและสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผาในงานต่าง ๆ เหล่านี้จะมีการแสดงสินค้าประมาณเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ นี้ไม่ได้ใช้เงินทุนของทางกลุ่มแต่สมาชิกจะใช้เงินส่วนตัวในการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการประเมินด้านการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะใช้วิธีประชาสัมพันธ์โดยการออกแสดงงานสินค้ามากที่สุด (ร้อยละ 98.9)

5.1.3 ผลการประเมินกระบวนการ

5.1.3.1 การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน

1) การวางแผนดำเนินการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด และการวางแผนการเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ากลุ่มมีการ

วางแผนในทุก ๆ ด้าน ได้แก่ การวางแผนการผลิต (ตอบร้อยละ 70.0) การวางแผนการตลาด (ตอบร้อยละ 80.0) และการวางแผนด้านการเงิน (ตอบร้อยละ 58.9)

สำหรับผลการประเมินลักษณะการกำหนดกฎเกณฑ์หรือกติกาในการทำงาน พบว่า กลุ่มที่เห็นว่ามีกำหนดกฎเกณฑ์ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (ร้อยละ 52.8) มีสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มที่เห็นว่าไม่มีการเขียนบอกเล่าและเข้าใจ (ร้อยละ 47.2)

2) การจัดหาเงินทุน ผลการประเมินการจัดหาเงินทุนของกลุ่ม พบว่า แหล่งเงินทุนที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด ได้แก่ การระดมทุนจากสมาชิก (ตอบร้อยละ 45.6)

3) ความสามารถในการหาตลาด มีผลการประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการหาตลาดด้วยตนเอง (ร้อยละ 75.6) สำหรับผลการประเมินในด้านการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าของกลุ่มมีทั้งคนซื้อและสถานที่ขายเป็นประจำ (ร้อยละ 81.1)

4) การจัดทำระบบบัญชีตรวจสอบได้ มีผลการประเมิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการทำบัญชีรายรับรายจ่ายพร้อมทั้งมีการแจกแจงรายละเอียด (ร้อยละ 92.2) และผลการประเมินความโปร่งใสของการจัดทำบัญชีของกลุ่ม พบว่า กลุ่มสามารถให้ตรวจสอบบัญชีได้อย่างโปร่งใส (ร้อยละ 100.0)

5) การมีส่วนร่วมของสมาชิก มีผลการประเมินพบว่า สมาชิกกลุ่มจะมีการประชุมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ในแต่ละครั้งเนื้อหาในการประชุมจะเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม กำหนดการออกร้าน การขอสมัครพิกัดภายในกลุ่ม โดยสมาชิกกลุ่มทุกคนจะได้มีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นและออกเสียงเมื่อต้องมีการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีการร่วมแรงร่วมใจกันเป็นอย่างดี (ร้อยละ 85.6)

5.1.3.2 บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาได้จัดแบ่งหน้าที่โดยมีประธานเป็นหัวหน้ากลุ่ม มีรองประธานเป็นผู้ช่วย มีเลขานุการเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับการประสานงานเรื่องต่างๆ กับสมาชิกกลุ่มและมีเหรัญญิกทำหน้าที่ดูแลการเงินภายในกลุ่ม

1) ผลการประเมินความรู้และทักษะในการทำงานของสมาชิก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความรู้และทักษะในการทำงานระดับมาก (ร้อยละ 67.8)

2) ผลการประเมินความขยันขันแข็งเอาการเอางานของสมาชิก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมาก (ร้อยละ 66.7)

3) ผลการประเมินความซื่อสัตย์สุจริตของสมาชิกกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับมาก (ร้อยละ 66.7)

4) ผลการประเมินความเสียสละและการทำงานเพื่อกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความเสียสละและมีการทำงานเพื่อกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 67.8)

5) ผลการประเมินความขยันขันแข็งเอาการเอางานของผู้นำกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความขยันขันแข็งเอาการเอางานในระดับมาก (ร้อยละ 52.2)

6) ผลการประเมินความซื่อสัตย์สุจริตของผู้นำกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวนเท่ากับ 2 กลุ่มมีความเห็นว่าผู้นำมีความซื่อสัตย์สุจริตในระดับมากและมากที่สุด (ร้อยละ 50.0)

7) ผลการประเมินความเป็นที่เคารพศรัทธาของผู้นำกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพและศรัทธาของสมาชิกกลุ่มในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 51.1)

8) ผลการประเมินความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานเพื่อกลุ่มของผู้นำกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำกลุ่มมีความเสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานในระดับมาก (ร้อยละ 52.2)

ผลการประเมินบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมาชิกและผู้นำกลุ่มมีบทบาทในระดับสูง (ร้อยละ 98.9)

5.1.3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

1) จำนวนผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อปริมาณการผลิตของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก (ร้อยละ 84.4)

2) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้เข้าประกวดในรายการต่างๆ และได้รับรางวัลในการประกวดอย่างต่อเนื่องแสดงถึงคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับของผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม และสำหรับผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 90.0)

5.1.3.4 การจัดสรรผลประโยชน์

1) การแบ่งผลกำไรของกลุ่ม ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 81.1)

2) ความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม พบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 81.1)

5.1.4 ผลการประเมินผล

5.1.4.1 ขนาดของตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า ตลาดสินค้าของกลุ่มมีหลายแหล่งด้วยกัน ได้แก่ ตลาดในชุมชน เช่น ร้านค้า, ตลาดภายนอกชุมชน เช่น ศูนย์สาธิตการตลาด ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ห้างสรรพสินค้า, ตลาดในต่างประเทศ เช่น ร้านค้าของที่ระลึกในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย รวมไปถึงการแสดงสินค้าและรับสั่งซื้อสินค้าทางโฮมเพจ เป็นต้น นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล ซึ่งจัดงานแสดงสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศและจัดหารถส่งสินค้า จำนวน 19 คัน ขนส่งสินค้าออกไปขายนอกพื้นที่อีกด้วย

และผลจากการเก็บข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเห็นว่าตลาดสินค้าของกลุ่มอยู่ในชุมชน (ตอบร้อยละ 93.3) และผลการประเมินความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่มในระดับมาก (ร้อยละ 64.4)

5.1.4.2 ยอดขายของแต่ละครัวเรือน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายของแต่ละครัวเรือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบันในระดับมาก (ร้อยละ 62.2)

5.1.4.3 รายได้ของแต่ละครัวเรือน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรายได้ของแต่ละครัวเรือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายได้ในระดับมาก (ร้อยละ 57.8)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในระดับสูง (ร้อยละ 66.7)

5.1.4.4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเลือกซื้อส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภท จาน, ชาม, ถ้วยกาแฟ (ร้อยละ 46.7) ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ มีผลดังนี้

1) ความพึงพอใจต่อราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 90.0)

2) ความพึงพอใจต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 76.7)

3) ความพึงพอใจต่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 61.7)

4) ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 70.0)

5) ความพึงพอใจต่อผู้ขายสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 76.7)

6) ความพึงพอใจต่อการสนองตอบวัตถุประสงค์ในการซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 81.4)

7) ความพึงพอใจต่อความสะดวกสบายในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 81.7)

8) ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจ (ร้อยละ 75.0)

ซึ่งผลการประเมินระดับความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 91.7)

5.2 อภิปรายผล

จากผลการประเมินการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ใน 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และปัจจัยนำออก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยนำเข้า

5.2.1.1 ด้านการผลิต ปรากฏผลว่า

1) บุคลากร แบ่งเป็น

(1) จำนวนบุคลากร เมื่อพิจารณาในเรื่องของความพอเพียงของจำนวนบุคลากร จะปรากฏผลว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเห็นว่าจำนวนบุคลากรพอเพียงต่อการผลิตของกลุ่มแล้ว (ร้อยละ 80.0) และกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีความเห็นว่าไม่ต้องจ้างแรงงานฝีมือเพิ่มเติม ซึ่งจำนวนบุคลากรในปัจจุบันสามารถสร้างผลผลิตให้ได้ผลกำไรพอเพียงต่อความต้องการแล้ว แต่เมื่อพิจารณาในระยะยาวจะเห็นได้จากจำนวนบุคลากรเมื่อแรกเริ่มก่อตั้งกลุ่มกับจำนวนสมาชิกในปัจจุบัน แต่ละหมู่บ้านมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ในปริมาณที่ไม่มากนัก แสดงว่าการ

เจริญเติบโตของธุรกิจยังไม่ได้เท่าที่ควร และจากการสัมภาษณ์จะพบว่า ประชากรรุ่นหลัง ๆ ของเกาะเกร็ดหันไปประกอบอาชีพอื่นเป็นจำนวนมาก เช่น รับราชการ ค้าขาย ลูกจ้างบริษัทเอกชน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้มีแนวโน้มว่าจำนวนบุคลากรการผลิตของแต่ละหมู่บ้านจะลดลงในอนาคต หากไม่มีการหาแนวทางป้องกันไว้ ซึ่งก็จะส่งผลถึงผลผลิตของกลุ่มด้วย

(2) คุณภาพของบุคลากร จากแบบสอบถามในเรื่องของทักษะในการผลิตจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดจะมีทักษะในกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแต่ละขั้นตอนอยู่แล้ว (ร้อยละ 95.5) และกลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่งมีการเรียนรู้ทักษะเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่แล้วขึ้นไปอีก (ร้อยละ 53.3) ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีของเสียที่เกิดจากการผลิตในช่วงแรกเพียง 20 % (ร้อยละ 50.0) อีกทั้งสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ก็ได้มีการปรับปรุงเพื่อให้ของเสียในกระบวนการผลิตมีจำนวนลดลง (ร้อยละ 75.6) ซึ่งกระบวนการผลิตนี้จะให้ปริมาณผลผลิตที่คงที่แล้ว เนื่องจากจำนวนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนต่าง ๆ ก็มีจำนวนคงที่เช่นกัน และจากการเก็บข้อมูลจะเห็นว่า จำนวนผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การปั้น การแกะลาย การเผา เป็นต้น มีจำนวนน้อยมาก และส่วนมากจะเป็นผู้อาวุโสของหมู่บ้าน มีเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่อยู่ไม่กี่คน เพราะสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะอยู่ในกระบวนการขาย ดังนั้น หากในอนาคตกลุ่มไม่ทำการผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในแต่ละขั้นตอนให้มีอย่างต่อเนื่องแล้ว อาจเกิดการขาดตอนและส่งผลกระทบต่อการผลิตได้

(3) งบประมาณ จากผลการเก็บข้อมูลจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งมีแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ในการดำเนินกิจการเครื่องปั้นดินเผามาจากเงินออมของครอบครัว และเมื่อมองในภาพรวมจะเห็นว่ากลุ่มสมาชิกมีแหล่งเงินทุนมาจากการระดมหุ้นของสมาชิก และเงินทุนที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ เช่น โครงการกองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเงินทุนหมุนเวียนในกระบวนการผลิตพอเพียงต่อการดำเนินธุรกิจ และแหล่งที่มาของเงินทุนค่อนข้างมั่นคง ไม่ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูง แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการมีความสามารถพึ่งตนเองได้ทางธุรกิจของชุมชน

2) วัสดุอุปกรณ์ สำหรับวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตของกลุ่มสมาชิกแต่ละหมู่บ้านนั้น จะอยู่ในรูปแบบการรวมตัวกันผลิตในแต่ละขั้นตอน ซึ่งอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นของส่วนกลาง เช่น แท่นหมุนสำหรับปั้น เครื่องมือแกะลาย หรือแม่พิมพ์เตาเผา สมาชิกที่มีความสามารถในการผลิตในขั้นตอนใดก็จะมีอุปกรณ์ของตนเอง ซึ่งโดยมากจะถือเป็นส่วนกลาง และรับจ้างสมาชิกคนอื่น ๆ ผลิตในขั้นตอนนั้น ๆ เช่น สมาชิกที่มีแท่นหมุนไฟฟ้าก็จะเป็นแหล่งรับปั้น และส่งไปให้สมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญการแกะลายอีกทีหนึ่ง เป็นต้น จากการเก็บข้อมูลโดยประเมินจาก

อุปกรณ์ที่ใช้ในระบบการเผา ได้แก่ เตาเผา ซึ่งในปัจจุบันมีหลายรูปแบบทั้งแบบใช้ฟืนแบบดั้งเดิม แบบใช้แก๊ส และเตาไฟฟ้า จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง (ร้อยละ 78.9) โดยเกือบครึ่งหนึ่งให้เหตุผลว่าการซื้อเตาเผาทำให้ต้นทุนในการเผาสูงเกินไป ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจำนวนเกินครึ่งจะแก้ปัญหาโดยใช้วิธีจ้างเผาเครื่องปั้นหรือเผาโดยใช้เตาของภาครัฐ ซึ่งจากการสัมภาษณ์จะเห็นว่าวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตของแต่ละกลุ่มนั้นไม่ขาดแคลน แต่ปัญหาจะเกิดจากไม่สามารถใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ได้เต็มที่ เช่น ในหน้าน้ำท่วม เตาเผาแบบดั้งเดิมจะถูกน้ำท่วมและใช้การไม่ได้ เนื่องจากเตาประเภทนี้ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนารูปแบบใหม่ซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายได้ ดังนั้น ในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตนั้นจะไม่ก่อให้เกิดปัญหา เนื่องจากกลุ่มได้มีการพัฒนารูปแบบเพื่อแก้ปัญหาได้

3) วัสดุดิบ และแหล่งที่มาของวัสดุดิบนั้น จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า วัสดุดิบที่สำคัญในระบบการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะประกอบไปด้วย ดิน ททรายและฟืน ซึ่งผลการประเมินความพร้อมของวัสดุดิบในการผลิต จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดจะซื้อวัสดุดิบมาจากนอกพื้นที่ (ร้อยละ 91.9) ดังนั้นต้นทุนในการผลิตที่สำคัญส่วนหนึ่งจะอยู่ที่ค่าวัสดุดิบ ตลอดจนค่าขนส่งวัสดุดิบ ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างสูง จึงเป็นข้อจำกัดสำคัญอย่างหนึ่งของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เนื่องจากสภาพพื้นที่ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขนส่งและวัสดุดิบในท้องถิ่นที่เหลืออยู่น้อย ดังนั้น การดำเนินกิจการของกลุ่มส่วนหนึ่งจึงต้องขึ้นอยู่กับราคาวัสดุดิบและค่าขนส่ง ซึ่งเป็นอุปกรณ์สำคัญในอนาคตหากจะมีการขยายการลงทุนในอนาคต

4) เทคโนโลยี ผลการประเมินการพัฒนาเทคโนโลยีของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผานั้นจะพบว่า มีการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัดในหลายขั้นตอนของกระบวนการผลิต ได้แก่ การเผา การเตรียมดิน การปั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการผลิตด้วย (ร้อยละ 64.0) ซึ่งการพัฒนาทางเทคโนโลยีนี้จะส่งผลดีต่อการขยายธุรกิจ เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้นอกจากจะช่วยเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังช่วยอำนวยความสะดวก เพิ่มปริมาณผลผลิต ตลอดจนแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตอีกด้วย

5) ภูมิปัญญาชาวบ้าน การผลิตเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดนั้น เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชนชาติมอญที่อาศัยอยู่บนเกาะเกร็ด และถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การถ่ายทอดจะอยู่ในลักษณะของการสืบสายจากรุ่นสู่รุ่น แต่ก็ได้มีการพัฒนารูปแบบประโยชน์ใช้สอยของเครื่องปั้นดินเผาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไปพัฒนาการในรูปแบบต่าง ๆ ของสังคมไทยทำให้ความต้องการใช้สอยเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดลดน้อยถอยลง ชาว

มอญเกาะเกร็ดหันไปทำอาชีพอื่นเป็นจำนวนมาก จนเมื่อรัฐบาลรณรงค์ในเรื่องของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย กระแสกลั่นผลิตเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดจึงกลับมาพัฒนาอีกครั้งหนึ่ง โดยมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด แต่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นมอญในลวดลายของผลิตภัณฑ์ จากผลการประเมินเกี่ยวกับการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผามาจาก พ่อ-แม่,ปู่-ย่า,ตา-ยาย (ร้อยละ 85.2) แสดงถึงความต่อเนื่องในการถ่ายทอดความรู้ดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งนับเป็นจุดแข็งในการทำธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนและกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาที่ตนมีอยู่ให้แก่ผู้อื่นต่อไป (ร้อยละ 91.1)

5.2.1.2 ด้านการส่งเสริมการขาย ปรากฏผลว่า

1) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากการเก็บข้อมูลในหลายๆด้านจะพบว่า กลุ่มสมาชิกแต่ละหมู่บ้านได้มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สนองต่อความสะดวกสบายของผู้ซื้อ ตลอดจนให้เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าด้วย จากผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ยอดขายสูงขึ้น (ร้อยละ 87.8) แต่กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีความคิดเห็นว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ได้มีการปรับปรุงนั้น ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ปานกลางเท่านั้น (ร้อยละ 47.6) แสดงถึงระดับปัจจัยที่ส่งผลยอดขายสินค้าว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งเท่านั้นไม่ใช่ส่วนสำคัญ เพราะลักษณะสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาจะดึงดูดใจผู้ซื้อได้จากฝีมือและลวดลายคุณภาพของตัวสินค้าและประโยชน์ใช้สอยมากกว่า ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องรองลงมา แต่ก็ยังเป็นจุดหนึ่งที่จะช่วยเรียกความสนใจจากลูกค้าได้เช่นกัน

2) ตราสินค้า จากการเก็บข้อมูลพบว่าทางกลุ่มได้มีการออกแบบตราสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มไว้ด้วยแต่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ตราสินค้าเป็นตัวดึงดูดความสนใจจากลูกค้าแต่อย่างใด แต่มีเพื่อให้สินค้าของกลุ่มแตกต่างจากคู่แข่งเท่านั้น ซึ่งผลการประเมินก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้าของกลุ่มเพื่อแสดงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง (ร้อยละ 72.2) และกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งที่มีความเห็นว่า ตราสินค้าที่กลุ่มของตนกำหนดขึ้นนั้นมีผลทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น (ร้อยละ 52.9) แต่ก็มีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า ตราสินค้าทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มเท่าเดิม (ร้อยละ 47.1) แสดงถึงแนวความคิดของกลุ่มตัวอย่างที่ยังเห็นความสำคัญของการกำหนดตราสินค้าในระดับที่น้อย

โดยสรุป ในด้านการส่งเสริมการขาย ในส่วนของรูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้านั้น กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดยังให้ความสำคัญในระดับน้อย ซึ่งหากมีการพัฒนาใน 2 ส่วนนี้ให้โดดเด่นและติดตามผู้ซื้อแล้ว น่าจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขายสินค้าของกลุ่มได้ในระดับหนึ่ง

5.2.1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ แต่จะมีลักษณะกระจายตัว กล่าวคือสมาชิกกลุ่มจะประชาสัมพันธ์แบบของใครของมัน และใช้ทุนของตัวเอง และปรากฏผลว่าส่วนใหญ่แล้วกลุ่มสมาชิกจะใช้รูปแบบการเดินทางและออกงานแสดงสินค้า (ร้อยละ 89) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโอกาสของสมาชิกกลุ่ม แต่แต่ละคนว่าจะมีเวลาและเงินทุนในการออกงานแต่ละครั้งหรือไม่ และผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป คนที่ไม่มีทุนก็จะตั้งหลักขายอยู่ในพื้นที่เกาะเกร็ดตลอดเวลา การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ มีอยู่จริงแต่ถ้าพิจารณาความถี่แล้วยังมีจำนวนน้อย จึงเหมือนเป็นการกระจายหายไป ไม่ติดตามและไม่ดึงดูดใจลูกค้าเท่าที่ควร ที่น่าสนใจคือการประชาสัมพันธ์และรับสั่งสินค้าทางเว็บไซต์ซึ่งจะสามารถแพร่หลายไปได้ไกลถึงต่างประเทศ หากกลุ่มสมาชิกมีการพัฒนาเว็บไซต์ที่น่าสนใจและอำนวยความสะดวกสะดวกให้ลูกค้าในกระบวนการสั่งซื้อสินค้าได้มากที่สุด

5.2.2 กระบวนการ

5.2.2.1 การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจชุมชน

1) การวางแผนในการดำเนินงาน จากการเก็บข้อมูลจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า กลุ่มได้มีการวางแผนการดำเนินการในทุกด้าน ทั้ง การวางแผนการผลิต (ร้อยละ 70) การวางแผนการตลาด (ร้อยละ 80) และการวางแผนการเงิน (ร้อยละ 58.9) และผลจากการประเมินความเป็นทางการในลักษณะการกำหนดเกณฑ์หรือกติกาในการทำงาน จะมีความกำกวมระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่ากลุ่มสมาชิกมีการกำหนดกฎเกณฑ์โดยเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (ร้อยละ 52.8) และกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า กลุ่มสมาชิกไม่ได้มีการเขียนกำหนดกฎเกณฑ์ใด ๆ ไว้ แต่มีการบอกเล่าและเข้าใจ (ร้อยละ 47.2) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มสมาชิกเห็นความสำคัญของการวางแผน แต่ยังไม่ให้ความสำคัญมากถึงขนาดต้องการกำหนดกฎเกณฑ์ให้เป็นทางการ เป็นลักษณะของกลุ่มธุรกิจแบบครอบครัว เพื่อนบ้าน ซึ่งใช้คำพูดบอกเล่ามากกว่าการใช้เอกสาร ซึ่งหากมองถึงแนวทางการพัฒนาแล้ว การพัฒนาธุรกิจขนาดเล็ก หากความไม่เป็นทางการมากเกินไปนัก ใช้ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันก็ถือเป็นทุนทางสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง

2) การจัดหาเงินทุน ผลการประเมินการจัดหาเงินทุนของกลุ่มจะสอดคล้องผลการประเมินด้านงบประมาณ กล่าวคือ แหล่งเงินทุนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ การระดมทุนจากสมาชิก (ร้อยละ 45.6) ซึ่งรองลงมาจะระดมเงินทุนจากการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการหรือผู้เงินธนาคาร (ร้อยละ 33.3) ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่มีความมั่นคง ดอกเบี้ยต่ำ แสดงให้เห็นถึงความมีเสถียรภาพด้านการเงินของสมาชิก และความสามารถในการพึ่งตนเองได้ ซึ่งจะดีต่อการดำเนินธุรกิจ

3) ความสามารถในการหาตลาด ผลการประเมินในด้านนี้แสดงถึงความมีคุณภาพของการจัดหาตลาดของกลุ่มสมาชิก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า กลุ่มได้มีการหาตลาดด้วยตนเอง (ร้อยละ 75.6) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดจะมีความเห็นว่า สินค้าของกลุ่มมีทั้งคนซื้อประจำและมีสถานที่ขายประจำ (ร้อยละ 81.1) ซึ่งส่วนใหญ่แล้วก็คือร้านค้าบริเวณเกาะเกร็ดนั่นเอง แต่หากมองถึงการกระจายตลาดแล้ว จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าประจำที่สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผามีอยู่ในขณะนี้นั้นยังมีจำนวนน้อยและอยู่ในกลุ่มเฉพาะแคบ ๆ ซึ่งจะอุปสรรคในการขยายตลาดต่อไป

4) การจัดทำระบบบัญชีตรวจสอบได้ ผลการประเมินเกี่ยวกับการจัดทำระบบบัญชีจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเห็นว่าการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายพร้อมทั้งมีการแจกแจงรายละเอียด (ร้อยละ 92.2) อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าสมาชิกกลุ่มสามารถให้ตรวจสอบบัญชีได้อย่างโปร่งใส (ร้อยละ 100) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มที่มีขนาดเล็ก มีระดับชั้นทางโครงสร้างกลุ่มไม่ลึกนัก มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันสูง ลักษณะการตรวจสอบจึงง่ายและทำได้อย่างทั่วถึงในกลุ่ม

5) การมีส่วนร่วมของสมาชิก จะอยู่ในลักษณะของการจัดประชุมสมาชิกกลุ่มเฉลี่ยเดือนละครั้ง เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกจะมีสิทธิเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ และผลการประเมินจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีการร่วมแรงร่วมใจกันเป็นอย่างดี (ร้อยละ 85.6) ซึ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา เพราะจะเป็นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันแบบช่วยกันคิดช่วยกันแก้ปัญหาของชุมชน ซึ่งปัญหาอุปสรรคหรือการกำหนดแนวทางการพัฒนาต่าง ๆ จะทำได้ง่ายขึ้นเมื่อคนในชุมชนมาร่วมกันคิดและทำ โดยสมาชิกกลุ่มทุกคนมีความเข้าใจและยอมรับบทบาทหน้าที่ของกันและกัน ซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วมนี้คือเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญอย่างหนึ่ง

5.2.2.2 บทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม จากการเก็บข้อมูลจะเห็นได้ว่า กลุ่มสมาชิกแต่ละกลุ่มจะมีการกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนทุกกลุ่มและสมาชิกกลุ่มทุกคนมีส่วนใน

การออกความคิดเห็นและออกเสียงมในเรื่องต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม เกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่าสมาชิกกลุ่มและผู้นำมีบทบาทในระดับสูง (ร้อยละ 98.9) โดยเมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกกลุ่ม จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซึ่งเกินกว่าครึ่ง เห็นว่า สมาชิกกลุ่มมีบทบาทอยู่ในระดับมาก ในทุกๆ เรื่อง ได้แก่ ความรู้และทักษะในการทำงาน (ร้อยละ 67.8) ความขยันขันแข็งเอาการเอางาน (ร้อยละ 66.7) ความซื่อสัตย์สุจริต (ร้อยละ 63.3) ตลอดจนความเสียสละและการทำงานเพื่อกลุ่ม (ร้อยละ 67.8) สำหรับผลการประเมินเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำกลุ่ม จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่าผู้นำกลุ่มมีบทบาทในเรื่องต่าง ๆ ในระดับมากถึงมากที่สุด ทั้งในด้านความขยันขันแข็งเอาการเอางาน (ร้อยละ 98.9) ความซื่อสัตย์สุจริต (ร้อยละ 100) การเป็นที่เคารพและศรัทธา (ร้อยละ 100) ความเป็นผู้เสียสละอุทิศเวลาและเอาการเอางานเพื่อกลุ่ม (ร้อยละ 100) ซึ่งผลการประเมินในเรื่องบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่มนี้จะสอดคล้องกับผลการประเมินในเรื่องของการมีส่วนร่วมของสมาชิก กล่าวคือ เมื่อสมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมการการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอย่างเต็มที่แล้ว ย่อมจะมองว่าบทบาทของแต่ละคนมีความสำคัญในระดับมากด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะผลักดันให้การพัฒนาธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

5.2.2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะประเมินจากความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปริมาณการผลิตและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งก็ปรากฏผลว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อจากทั้งปริมาณการผลิต (ร้อยละ 84.4) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (ร้อยละ 90.0) ในระดับมาก ซึ่งจากการเก็บข้อมูลจะเห็นได้ว่า ฝีมือการผลิตของกลุ่มเป็นผลงานที่มีรางวัลประกวดประเภทต่าง ๆ ประกันคุณภาพจึงจะเป็นจุดแข็งของกลุ่มในการที่จะพัฒนาธุรกิจต่อไป

5.2.2.4 การจัดสรรผลประโยชน์ ในเรื่องแรกจะเป็นการประเมินในประเด็นความพึงพอใจต่อการแบ่งผลกำไรของกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 81.1) และเมื่อประเมินในประเด็นของความพึงพอใจต่อความเป็นธรรมในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน (ร้อยละ 81.9) ผลการประเมินในลักษณะนี้แสดงถึงความสามารถในการบริหารจัดการของกลุ่ม ซึ่งมีจำนวนสมาชิกน้อย การตรวจสอบหรือการแสดงความคิดเห็นสามารถทำได้อย่างทั่วถึง ก็จะเกิดผลในเรื่องของความเป็นธรรมในการจัดสรรสูง เนื่องจากสมาชิกทุกคนมีสิทธิในการเรียกร้องอย่างเท่าเทียมกันจนเป็นการยอมรับของกลุ่มในภาพรวมในที่สุด

5.2.3 ปัจจัยนำออก ปรากฏผลว่า

5.2.3.1 ขนาดของตลาด จากการเก็บข้อมูลจะพบว่า กลุ่มสมาชิกมีลักษณะตลาดที่หลากหลาย ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ตลาดในชุมชน ตลาดนอกชุมชน และตลาดต่างประเทศ ซึ่งทางราชการก็ได้มีนโยบายในการสนับสนุนการขยายตลาดของกลุ่มด้วย แต่ผลจากการเก็บข้อมูลกลับพบว่า ตลาดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่แต่ในชุมชน (ร้อยละ 93.3) ในขณะที่ตลาดต่างประเทศยังมีจำนวนน้อยมาก (ร้อยละ 18) และผลการประเมินความพึงพอใจต่อการขยายตลาดของกลุ่มจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก (ร้อยละ 64.4) แสดงถึงแนวความคิดโดยรวมของกลุ่มยังไม่ให้ความสำคัญกับการขยายตลาดเท่าที่ควร จะมีเพียงผู้นำกลุ่มไม่กี่คนที่เป็นผู้แสวงหาตลาดใหม่ ๆ และพัฒนาแนวทางการตลาดของกลุ่ม ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มน้อย สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ยังมีความพอใจกับการมีร้านค้าประจำอยู่ในชุมชนเท่านั้น ซึ่งก็จะทำให้มีการแข่งขันกันเอง มีลูกค้าอยู่ในวงจำกัดเท่านั้น นอกจากนี้เหตุผลสำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ การไปออกร้านนอกชุมชนหรือการหาลูกค้าในต่างชุมชนต้องใช้เงินทุนเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งมีสมาชิกบางรายเท่านั้นที่มีศักยภาพทำได้

5.2.3.2 ยอดขายของแต่ละครัวเรือน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อยอดขายของแต่ละครัวเรือน จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พอใจในระดับมาก (ร้อยละ 62.7) เนื่องจากยอดขายในระดับนี้ก็ก่อให้เกิดกำไรเท่าที่ต้องการของสมาชิกกลุ่มแล้ว

5.2.3.3 รายได้ของแต่ละครัวเรือน จะมีผลการประเมินสอดคล้องกับความพึงพอใจต่อยอดขายของแต่ละครัวเรือน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายได้ของตนในระดับมากเช่นกัน (ร้อยละ 57.8) เนื่องจากรายได้ในขณะนี้อาจรองรับกับค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตอย่างเพียงพอแล้ว

และเมื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่มในภาพรวม ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การขยายตลาด ยอดขายของแต่ละครัวเรือนจะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงเกินกว่าครึ่ง (ร้อยละ 66.7) แสดงถึงลักษณะความเข้มแข็งของชุมชนเกาะเกร็ดว่า ค่อนข้างมีความเข้มแข็งสูง สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ เนื่องจากการระดมทุนมาจากของสมาชิกกลุ่มเอง และสร้างผลกำไรและรายได้เป็นที่พอใจของสมาชิกกลุ่มเกือบทุกคน แต่หากพิจารณาในเรื่องของการนำรายได้ไปสู่การออกและการขยายการลงทุนยังเป็นไปได้มาก เพราะกลุ่มยังไม่ได้ให้ความสำคัญของการขยายตลาด จะเป็นลักษณะการทำให้พอกินพอใช้ในครอบครัวเท่านั้น

5.2.3.4 ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ดจะพบว่าผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อจะเป็นสินค้าประเภท งาน,ชาม,ถ้วยกาแฟ ซึ่งเป็นลักษณะของที่ระลึกซึ่งมีประโยชน์ใช้สอยด้วย และผลการประเมินความพึงพอใจในประเด็นย่อยต่าง ๆ จะพบว่า ลูกค้านับทั้งหมดจะมีความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ (พอใจร้อยละ 90.0) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (พอใจร้อยละ 76.7) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (พอใจร้อยละ 61.7) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (พอใจร้อยละ 70.0) ผู้ขายสินค้า (พอใจร้อยละ 76.7) การตอบสนองวัตถุประสงค์ (พอใจร้อยละ 81.4) ความสะดวกสบายในการเดินทาง(พอใจร้อยละ 81.7) และสภาพแวดล้อมของแหล่งขาย (พอใจร้อยละ 75.0) สำหรับผลการประเมินในภาพรวม จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูง (ร้อยละ 91.7) ในทางกลับกันเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านจะพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างแสดงความไม่พึงพอใจกับสภาพแวดล้อมของแหล่งขายมากที่สุด (ไม่พอใจร้อยละ 16.7) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ไม่พอใจกับความสะดวกสบายในการเดินทาง (ไม่พอใจร้อยละ 11.7) เนื่องจากมีลักษณะเป็นเกาะและไม่ได้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมรอบ ๆ เกาะมานานมีข้อจำกัดในทางภูมิศาสตร์ ซึ่งในขณะนี้ก็ได้มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมของเกาะเกร็ดซึ่งกำลังดำเนินการอยู่ อย่างไรก็ตามข้อมูลจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์นี้ เป็นเพียงกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในเกาะเกร็ดเท่านั้น สำหรับกลุ่มลูกค้านอกชุมชนและกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศอาจจะมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป

กล่าวโดยสรุป จากผลการประเมินจะสามารถวิเคราะห์จุดแข็งหรือข้อดีของกลุ่มธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาได้ดังนี้

- 1) กลุ่มมีความมั่นคงทางการเงิน เงินทุนมาจากการระดมทุนในชุมชน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีเงินทุนของตนเอง หรือกู้ยืมจากสถาบันของรัฐบาล ซึ่งมีความมั่นคง ดอกเบี้ยต่ำ การกู้ยืมเงินนอกระบบมีน้อยมาก
- 2) ลักษณะของสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่ม มีความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าเองในด้านงานฝีมือและคุณภาพการผลิต
- 3) กลุ่มได้มีการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการผลิต
- 4) กลุ่มมีทุนทางสังคมสูงในเรื่องของการร่วมแรงร่วมใจ การพัฒนาธุรกิจเป็นแบบครอบครัว บ้านใกล้เรือนเคียง ทำให้ประหยัดงบประมาณดำเนินการในหลายเรื่องที่ธุรกิจขนาดใหญ่จำเป็นต้องมี เช่น งานเอกสาร ระบบการบริหารบุคคล เป็นต้น
- 5) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ มีรัฐสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

- 6) มีการบริหารจัดการในหลาย ๆ ส่วนอย่างมีระบบ ได้แก่ การวางแผน การจัดทำระบบบัญชี การระดมเงินทุน ตลอดจนการบริหารการมีส่วนร่วมของสมาชิก
- 7) ผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่มมีบทบาทและอำนาจการตัดสินใจ การเสนอความคิดเห็นที่เท่าเทียมกัน และให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มโดยพร้อมเพียง
- 8) กลุ่มได้มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกกลุ่มโดยส่วนใหญ่
- 9) ผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีรางวัลต่างๆ ในระดับประเทศรับรอง ทำให้มีความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า
- 10) กลุ่มมีการจัดหาตลาดที่หลากหลายทั้งในชุมชน นอกชุมชน และต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดในชุมชนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม เดินทางไปง่ายภายในวันเดียว
- 11) ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อในชุมชนมีความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการของทางกลุ่มสูง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับการพัฒนาองค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด มีดังนี้

5.3.1.1 การพัฒนาบุคลากร กลุ่มจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอยู่ในประเภทที่ต้องใช้ฝีมือแรงงานคน ซึ่งหากบุคลากรขาดแคลนไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ และกลุ่มต้องหาแนวทางป้องกันปัญหาบุคลากรขาดแคลนในอนาคตอย่างเร่งด่วน เนื่องจากในปัจจุบันชาวบ้านในเกาะเกร็ดนิยมหันไปประกอบอาชีพอื่นเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

5.3.1.2 การพัฒนาแนวทางลดต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบ ซึ่งส่วนประกอบสำคัญในการผลิตล้วนต้องซื้อมาจากนอกชุมชน ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง และต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก กลุ่มอาจแก้ปัญหาโดยการมีโรงงานผลิตอยู่บนฝั่ง แล้วขนย้ายผลิตภัณฑ์เข้ามาวางขายตามร้านค้าในเกาะซึ่งจะเสียค่าใช้จ่ายในการขนย้ายลงเรือเพียงชั้นตอนเดียว

5.3.1.3 กลุ่มควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายมากขึ้น ได้แก่ การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าให้มีความดึงดูด และสร้างจุดสนใจ แก่ลูกค้ามากขึ้น

5.3.1.4 เพิ่มการกระจายการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายมากขึ้น เนื่องจากรัฐได้สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มสมาชิกอยู่แล้ว แต่กลุ่มให้ความสำคัญไม่มากเท่าที่ควร และควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ที่เน้นความถี่ที่ต่อเนื่องกันโดยใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง เนื่องจากที่ผ่านมากการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มจะกระจายและไม่ติดตาทำให้เสียงบประมาณประชาสัมพันธ์โดยเปล่าประโยชน์

5.3.1.5 การจัดหาตลาดของทางกลุ่มมีหลากหลายอยู่แล้วแต่สมาชิกส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับตลาดในชุมชนเท่านั้น ทำให้การขยายธุรกิจยังทำได้ยาก เพราะกลุ่มลูกค้ายังเป็นกลุ่มเดิมๆ และไม่เพิ่มจำนวนมากขึ้น กลุ่มควรพัฒนาตลาดนอกชุมชนและตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น

5.3.1.6 ควรมีการวิจัยหรือหาข้อมูลทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม ได้แก่ แผนการผลิต การพัฒนารูปแบบสินค้า การแข่งขัน การตลาด เพื่อนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานและการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ให้ถูกต้องตรงกับสภาพการตลาด และความต้องการที่เปลี่ยนไป

5.3.1.7 การพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งขายในชุมชน ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ทางเดิน จุดพักผ่อน เป็นต้น นอกจากนี้ควรอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าเกาะให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งการเดินทางทางเรือก็เป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวเกาะเก๋อีกด้วยเพราะทำให้ได้บรรยากาศในการเที่ยว หากมีการพัฒนาให้สะดวกสบายสนองความต้องการได้มากขึ้น ก็จะมีส่วนเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ด้วย

5.3.1.8 วางแนวทางจัดเกรดและมาตรฐานของสินค้า ให้มีขนาดและคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละร้านค้าของกลุ่ม เพื่อความสะดวกสบายในการซื้อขาย การกำหนดราคา และการส่งมอบสินค้าตามแบบที่ลูกค้าต้องการได้ทันที

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำการประเมินผลครั้งต่อไป มีดังนี้

5.3.2.1 ควรมีการทำการประเมินความต้องการของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ให้ละเอียดยิ่งขึ้น โดยเก็บข้อมูลในทุกๆ เรื่องในกระบวนการซื้อสินค้า ได้แก่ การสั่งซื้อ การเดินทางมาซื้อด้วยตนเอง คุณภาพของสินค้า การสนองตอบวัตถุประสงค์ การเปรียบเทียบกับสินค้าของคู่แข่ง เป็นต้น และควรเก็บข้อมูลจากลูกค้าจากนอกชุมชน และลูกค้าในต่างประเทศด้วย

5.3.2.2 ควรมีการทำการประเมินผลในลักษณะเดียวกันกับกลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งอื่นๆ ด้วย เพื่อจะให้เป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจ ในลักษณะของการผลิต เครื่องปั้นดินเผาในภาพรวมต่อไป

5.3.2.3 ควรมีการประเมินผลองค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสินค้าประเภทอื่นๆ เพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ รัฐบาล.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสมาชิกผู้เข้าร่วมกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา
การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน
ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย 3 ลงในช่อง หน้าข้อความและเติมข้อความตามที่เป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51-60 ปี มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า
 อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
4. ท่านอาศัยอยู่ในตำบลเกาะเกร็ดมาเป็นเวลา
 ต่ำกว่า 5 ปี 5-15 ปี
 16-25 ปี 26-35 ปี
 36-45 ปี 45 ปีขึ้นไป
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว
 1-2 คน 3-4 คน
 5-6 คน 7-8 คน
 9 คนขึ้นไป

6. ท่านได้เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มเกษตรกรเครื่องปั้นดินเผาเป็นเวลา

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5 ปี | <input type="checkbox"/> 5-15 ปี |
| <input type="checkbox"/> 16-25 ปี | <input type="checkbox"/> 26-35 ปี |
| <input type="checkbox"/> 36 ปีขึ้นไป | |

7. ครอบครัวของท่านเริ่มดำเนินกิจการเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่รุ่นใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> รุ่นของท่านเอง | <input type="checkbox"/> รุ่นพ่อ-แม่ |
| <input type="checkbox"/> รุ่นปู่-ย่า-ตา-ยาย | <input type="checkbox"/> ก่อนรุ่นปู่-ย่า-ตา-ยาย |

8. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบกิจการเครื่องปั้นดินเผาของท่านเป็นจำนวนเท่าใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,000 -10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001 -15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001 - 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 30,000 บาท | |

9. ในแต่ละเดือนโดยเฉลี่ยท่านมีกำไรจากการประกอบการหรือไม่

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มีกำไรประมาณบาท/เดือน | |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีกำไร เท่าทุน | <input type="checkbox"/> ขาดทุน |

10. ท่านคิดว่าจำนวนบุคลากรในการผลิตในกลุ่มของท่านเพียงพอต่อยอดขายหรือไม่

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เพียงพอ | <input type="checkbox"/> ไม่เพียงพอ |
|----------------------------------|-------------------------------------|

11. ในทุกกระบวนการผลิตสินค้า ท่านต้องจ้างแรงงานที่มีฝีมือเพิ่มเติมหรือไม่ ถ้าจ้างเป็นจำนวนกี่คน

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> จ้าง จำนวน คน | <input type="checkbox"/> ไม่มีการจ้าง |
|--|---------------------------------------|

12. ในเบื้องต้น ท่านมีพื้นฐานหรือทักษะในการผลิตเครื่องปั้นดินเผามาก่อนหรือไม่

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ทำเป็นทุกอย่างตั้งแต่ทำมาแล้ว |
| <input type="checkbox"/> ต้องเรียนรู้ใหม่ทั้งหมด |
| <input type="checkbox"/> ทำเป็นอยู่แล้ว และเรียนรู้เพิ่มเติม |

13. ในช่วงแรกในกระบวนการผลิตของท่านมีของเสียกี่เปอร์เซ็นต์

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีของเสียเลย | <input type="checkbox"/> มีของเสียประมาณ 10% |
| <input type="checkbox"/> มีของเสียประมาณ 20% | <input type="checkbox"/> มีของเสียประมาณ 30% |
| <input type="checkbox"/> มีของเสียมากกว่า 30% | |

14. ท่านมีการปรับปรุงวิธีการเพื่อให้ของเสียในกระบวนการผลิตลดลงหรือไม่ และได้ผลหรือไม่
- มีการปรับปรุง และของเสียน้อยลง มีการปรับปรุงแต่ของเสียไม่นักกลง
- ไม่มีการปรับปรุง
15. แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ในการดำเนินกิจการเครื่องปั้นดินเผาของท่านมาจากที่ใด
- เงินออมของครอบครัว เงินกู้ยืมจากบุคคลที่คุ้นเคย
- เงินกู้ยืม ดอกเบี้ยต่ำจากรัฐบาล เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
- เงินจากกองทุนหมู่บ้าน อื่นๆ (โปรดระบุ).....
16. ในการเผาเครื่องปั้นดินเผา ท่านมีเตาเป็นของตนเองหรือไม่
- มี (ข้ามไปทำข้อ 19) ไม่มี
17. เหตุผลสำคัญที่ท่านไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง คือข้อใด
- ต้นทุนในการเผาสูงเกินไป ไม่มีสถานที่เพียงพอ
- ความยุ่งยากของกระบวนการเผา ไม่มีทุนในการก่อสร้างเตาเผา
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
18. ในเมื่อท่านไม่มีเตาเผาเป็นของตนเอง แล้วท่านทำอย่างไรกับเครื่องปั้นเหล่านั้น
- ขายเครื่องปั้นที่ยังไม่เผา จ้างเผาเครื่องปั้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
19. ในการผลิตสินค้า ท่านต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตจากที่ใด
- มีอยู่แล้วในท้องถิ่น
- ต้องซื้อจากนอกพื้นที่
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
20. ท่านได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยในการผลิตบ้างหรือไม่
- มี ไม่มี
21. ท่านได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาจากผู้ใด
- พ่อ-แม่, ปู่-ย่า, ตา-ยาย การรวมกลุ่มอาชีพของคนในหมู่บ้าน
- การฝึกอบรมวิชาชีพจากภาครัฐ การฝึกอบรมอาชีพจากหน่วยงานเอกชน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
22. ท่านมีโอกาสหรือมีความคิดที่จะถ่ายทอดความรู้ในการทำเครื่องปั้นดินเผาให้แก่ผู้อื่นหรือไม่
- มี ไม่มี

23. รูปแบบผลิตภัณฑ์ของท่าน ได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพื่อให้ยอดขายสูงขึ้นบ้างหรือไม่

- มี ไม่มี (ข้ามไปทำข้อ 25)

24. ท่านคิดว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่นี้ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าให้กับท่านหรือไม่

- ช่วยเพิ่มมาก ช่วยเพิ่มปานกลาง
 ช่วยเพิ่มน้อย ไม่ช่วยเพิ่มเลย

25. ท่านได้มีการกำหนดตราสินค้าเพื่อระบุถึงสินค้าของกลุ่มเพื่อแสดงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่

- มี ไม่มี (ข้ามไปทำข้อ 27)

26. หลังจากได้มีการกำหนดตราสินค้า ท่านคิดว่ามีผลทำให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้นหรือไม่

- มากขึ้น น้อยลง เท่าเดิม

27. ท่านเคยทำการประชาสัมพันธ์สินค้าโดยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ออกงานแสดงสินค้า ใช้สื่อสิ่งพิมพ์
 ออกอากาศทางโทรทัศน์ ออกอากาศทางวิทยุ
 ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อื่นๆ

28. ตลาดของเครื่องปั้นดินเผาของท่านอยู่ที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ในชุมชน นอกชุมชน
 ต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกลุ่ม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย 3 ลงในช่อง หน้าข้อความและเติมข้อความตามที่เป็นจริง

29. ก่อนดำเนินการใดๆ กลุ่มมีการวางแผนล่วงหน้าด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- วางแผนการผลิต (เช่น ผลิตอะไร ทำได้หรือไม่ จำนวนเท่าไร)
- วางแผนการตลาด (เช่น ขายที่ไหน ขายให้ใคร ใครเป็นคนขาย ราคาเท่าไร)
- วางแผนการเงิน (จะหาแหล่งทุนจากไหน จำนวนเท่าไร จะใช้อย่างไร)
- ไม่มีการวางแผน แต่ประการใด

30. กลุ่มของท่านได้มีการกำหนด กฎเกณฑ์ หรือ กติกาในการทำงานหรือไม่

- มีการเขียนกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
- ไม่มีเขียน แต่บอกเล่าและเข้าใจ
- ไม่มีใดๆทั้งสิ้น

31. ในการลงทุนเพื่อผลิตสินค้า กลุ่มได้ใช้แหล่งเงินทุนจากที่ใดเป็นหลัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ระดมทุนจากสมาชิก
- ได้รับจากหน่วยงานราชการ
- ได้รับจากองค์กรพัฒนาเอกชน
- กู้เงินจากธนาคาร
- กู้จากนายทุนในพื้นที่
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

32. ปัจจุบันกลุ่มได้มีการตลาดด้วยตนเองหรือไม่

- มี
- ไม่มี แล้วแต่จะมีคนมาให้หรือแล้วแต่จะมีใครมาซื้อเอง

33. ด้านการตลาดปัจจุบันนี้มีที่ขายหรือผู้มาซื้อหรือไม่ อย่างไร

- มีคนมารับซื้อประจำ (เจ้าประจำ) โปรดระบุ
- มีสถานที่สำหรับวางขายประจำ โปรดระบุ
- มีทั้งคนรับซื้อประจำและสถานที่ขายเป็นประจำ
- ไม่แน่นอน แล้วแต่เหตุการณ์

34.กลุ่มมีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายหรือไม่

- มี (แจกแจงรายละเอียด)
- ไม่มี (แจกเฉพาะยอดรวม)
- ไม่มีเลย

35.ท่านมีสิทธิ์ที่จะขอดูบัญชีได้หรือไม่

- ได้ (ไปรังใส)
- ไม่ได้ (กลุ่มเก็บเป็นความลับ)

36.เวลาที่มีกิจกรรมร่วมกัน สมาชิกกลุ่มมีบทบาทหรือมีความสามัคคีกันอย่างไร

- ส่วนใหญ่ร่วมแรงร่วมใจกันเป็นอย่างดี
- ร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง นอกนั้นเฉยๆ
- ไม่มีใครสนใจ ผู้นำกลุ่มเห็นตลกคนเดียว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกและผู้นำกลุ่ม
คำชี้แจง กรุณาให้คะแนนตามความรู้สึกของท่านกับรายการต่อไปนี้

| รายการคำถาม | มาก ที่สุด | มาก | น้อย | น้อย ที่สุด |
|---|---------------|-----|------|----------------|
| 37. สมาชิกมีความรู้และทักษะในการทำงาน | | | | |
| 38. สมาชิกมีความขยันขันแข็ง เอาการเอางาน | | | | |
| 39. สมาชิกมีความซื่อสัตย์ สุจริต | | | | |
| 40. สมาชิกมีความเสียสละและการทำงานเพื่อกลุ่ม | | | | |
| 41. ผู้นำมีความขยันขันแข็ง เอาการเอางาน | | | | |
| 42. ผู้นำมีความซื่อสัตย์ สุจริต | | | | |
| 43. ผู้นำกลุ่มเป็นที่เคารพ ศรัทธา ของสมาชิก | | | | |
| 44. ผู้นำเสียสละ อุทิศเวลา และเอาการเอางาน เพื่อกลุ่ม | | | | |

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อผลผลิตของกลุ่ม
ท่านรู้สึกอย่างไรกับรายการดังต่อไปนี้

| รายการคำถาม | พอใจ มาก ที่สุด | พอใจ มาก | พอใจ น้อย | พอใจ น้อย ที่สุด | ไม่ พอใจ |
|---|-----------------------|-------------|--------------|------------------------|-------------|
| 45. ปริมาณการผลิตในปัจจุบัน | | | | | |
| 46. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ณ ปัจจุบัน | | | | | |
| 47. การแบ่งผลกำไรของกลุ่ม | | | | | |
| 48. ความเป็นธรรมในการจัดสรร ผลประโยชน์ | | | | | |
| 49. การขยายตลาดสินค้าของท่าน | | | | | |
| 50. ยอดขายสินค้า ณ ปัจจุบัน | | | | | |
| 51. รายได้ปัจจุบันของท่าน | | | | | |

52. ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

**แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชน
ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**

1. ปีที่ก่อตั้ง.....
2. เมื่อแรกเริ่มก่อตั้งประกอบด้วยสมาชิกจำนวน.....คน
3. ปัจจุบันประกอบด้วยสมาชิกจำนวน.....คน
4. ตลาดของเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มในปัจจุบันอยู่ที่ใดบ้าง (ในชุมชน,นอกชุมชน,ต่างประเทศ)
และอยู่ที่ใดมากที่สุด
5. ท่านคิดว่าตลาดเพิ่มขึ้นหรือไม่หลังจากมีการก่อตั้งกลุ่ม
6. สมาชิกในกลุ่มมีผู้เชี่ยวชาญการเตรียมดินอยู่.....คน
7. สมาชิกในกลุ่มมีผู้เชี่ยวชาญการปั้นและแกะลาย.....คน
8. สมาชิกในกลุ่มมีผู้เชี่ยวชาญการเผา.....คน
9. ท่านคิดว่าจำนวนบุคลากรในการผลิตในกลุ่มของท่านเพียงพอต่อการจำหน่ายหรือไม่
10. สมาชิกในกลุ่มกู้ยืมเงินกองทุนหมู่บ้านเพื่อใช้เป็นต้นทุนในการผลิตบ้างหรือไม่ อย่างไร
11. กลุ่มใช้ทุนในการส่งเสริมการขายมากน้อยเพียงใด ทุนมีที่มาอย่างไร
12. เทคโนโลยีในการผลิตมีการพัฒนาจากเดิมอย่างไรบ้างในแต่ละขั้นตอน
13. ทางกลุ่มได้มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในช่องทางใดบ้าง (สื่อสิ่งพิมพ์,สื่อ
อิเล็กทรอนิกส์)
14. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้เข้าประกวดในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ บ้างหรือไม่ อย่างไร
15. รางวัลที่กลุ่มได้รับมีอะไรบ้าง

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

การดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย 3 ลงในช่อง หน้าข้อความและเติมข้อความตามที่เป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 17-20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51-60 ปี 60 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ นักเรียน / นักศึกษา นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ
 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน
 ลูกจ้าง อื่นๆ.....
4. รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท
 5,001 – 10,000 บาท
 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 25,000 บาท
 25,001 – 30,000 บาท
 30,001 บาทขึ้นไป
5. ท่านเคยมาเที่ยวที่เกาะเกร็ดกี่ครั้ง ครั้งแรก 2 – 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง
6. ท่านซื้อเครื่องปั้นดินเผาประเภทใด ครก กระถางต้นไม้
 โถง, ช่าง จาน / ชาม / ถ้วยกาแฟ
 แจกัน, กระถางรูป อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

ท่านรู้สึกอย่างไรกับรายการดังต่อไปนี้

| รายการคำถาม | พอใจมากที่สุด | พอใจ | ไม่พอใจ | ไม่พอใจมากที่สุด |
|-------------------------------------|---------------|------|---------|------------------|
| ความพึงพอใจของท่านต่อ | | | | |
| 7. ราคาผลิตภัณฑ์ | | | | |
| 8. คุณภาพผลิตภัณฑ์ | | | | |
| 9. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | | | | |
| 10. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ | | | | |
| 11. ผู้ขายสินค้า | | | | |
| 12. การสนองตอบวัตถุประสงค์ในการซื้อ | | | | |
| 13. ความสะดวกสบายในการเดินทาง | | | | |
| 14. สภาพแวดล้อมของแหล่งขาย | | | | |

15. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. ม.ป.ป. กระบวนการพัฒนานึงตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product Movement). กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน.
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2529. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์กรในการพัฒนา ชนบท. กรุงเทพมหานคร: ไทยแบบเรียน.
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2534. คู่มือการดำเนินงานพัฒนาอาชีพและเงินทุน. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์.
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2540. การประเมินผลโครงการ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลิ๊ก.
- กรวิวี ศรีกิจการ. 2545. เอกสารประกอบการบรรยาย พ.ศ. 703: การประเมินแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิตติ ลิมสกุล. 2544. การเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนกับนโยบายรัฐบาล. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยการปกครอง.
- กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. 2530. การพึ่งตนเองศักยภาพในการพัฒนาของชนบท. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการ สภาคาทอสิคแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- ขวัญสุวรรณ อติโพธิ์ และอนุชาติ พวงลำสี, บรรณาธิการ. 2538. สิ่งแวดล้อมไทย อนาคตไทย : ประมวลความคิดเห็นของสุคสมัย. กรุงเทพมหานคร: เครือข่ายองค์กรสิ่งแวดล้อมไทย 38.
- เจตน์ ธนวัฒน์. 2539. ปัญหาการนำนโยบายของผู้ลอบหนีเข้าเมืองชาวพม่าไปปฏิบัติในจังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชอบ เข้มกลัด. 2539. องค์การธุรกิจชุมชน หนทางสู่การพึ่งตนเองของคนจนในชนบท : กรณีศึกษาศาสนกรรมธิการเกษตรทำนางแมวจำกัด อ.แวงน้อย จ.ขอนแก่น. ใน เอกสารประกอบ การสัมมนาวิชาการของสมาคมนักสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย , 21-22 มีนาคม 2539. ขอนแก่น: สมาคมนักสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย.
- ชรีณี เดชจินดา. 2530. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริหารกำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรสกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. 2545. การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์.
กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณรงค์ เพชรประเสริฐ. 2541. การศึกษาความเป็นไปได้ของเศรษฐกิจชุมชน.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2538. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.
- ดิเรก ฤกษ์น่าย. 2527. การพัฒนาชนบท : เน้นหนักการพัฒนาสังคมและแนวความคิด
จำเป็นพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราพัฒนาชนบท สำนักส่งเสริมและ
ฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2519. องค์การและการบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธารี นิรัญรัมย์. 2537. การบัญชีห้างหุ้นส่วนและบริษัทจำกัด. กรุงเทพมหานคร:
อักษรกราฟฟิค.
- บวรรัตน์ สุกระกาญจน์. 2544. การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่ง
ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา ตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์.
ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุษบา สุรัชย์โชติพันธ์. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ
กรณีศึกษา เขตพื้นที่อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. รายงานคณะรัฐประศาสนศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประดิษฐ์ มัชฌิมา. 2517. การวิเคราะห์ธุรกิจสหกรณ์และการวางแผน. กรุงเทพมหานคร:
ไทยแนวเรียน.
- ประเวศ วะสี. 2538. (21 พฤศจิกายน). บัญญัติ 8 ประการชุมชนวิถีดวงศักรชุมชน งานด่วนที่ต้อง
ทำเพื่อพัฒนาชนบท. มติชน: 23.
- ปราณี หมอนทองแดง. 2534. ทิศทางการพึ่งตนเองในสังคมที่กำลังเปลี่ยนไป : ศึกษาเฉพาะ
กรณีหมู่บ้านสองแห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. 2540. โครงการการสำรวจสถานะความรู้เกี่ยวกับองค์กรธุรกิจชุมชน
ชน : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย.
- พสุ สัตถาภรณ์. 2533. การบริหารงานสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

- พิมาน วงศ์อภัย. 2533. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้องค์กรประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ : ศึกษากรณี ศูนย์บริการสมาชิกนิคมสร้างตนเองโนนสัง อ. โนนสัง จ. อุตรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไพรัตน์ ฤทธิประเสริฐ. 2540. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลขององค์กรประชาชนในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมนอกภาคเกษตร : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรทำนงแมวจำกัด อ. ศรีประจันต์ จ. สุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภรณ์ มหามนต์. 2529. การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. 2523. อ้างถึงใน กรมการพัฒนารัฐบาล. 2540. การประเมินผลโครงการ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลิ๊ก.
- เยาวดี วิบุรณ์ศรี. 2543. การประเมินโครงการ: แนวคิดและแนวทางปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เยาวเรศ ประเสริฐสุดและคณะ. 2534. การบริหารสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตรขนาดเล็กในภาคเหนือ ปี 2533 : รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมสหกรณ์.
- วรเดช จันทร์ศร. 2528. การนำนโยบายไปปฏิบัติ: ตัวแปรและคุณค่า. วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์. 22 (ตุลาคม) : 448.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน. 2531. การพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร. 2526. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มุตฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิระชัย คำล้ำน. 2542. การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ. 2540. การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- สมภพ มานะรังสรรค์. 2528. เศรษฐกิจชนบทไทย : วิธีการผลิตและการตลาดของภาคเกษตรกรรมไทยปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สรายุทธ เจริญม. 2537. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตใน
จังหวัดชลบุรี ภายใต้การควบคุมของกรมการพัฒนาชุมชนระหว่างปี พ.ศ.2520 -
2534. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีสังคม เกริก.
- ตานนท์ ฉายเรืองโชติ. 2537. ความคิดเห็นของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อการดำเนินงาน
และความสามารถในการดำเนินงานที่พึ่งพาตนเอง : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ออม
ทรัพย์ครูอุทัยธานี จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์.
- สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร. 2538. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและ
กระบวนการทำให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขต.
กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร.
- สิน ต้อสวน. 2530. ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรประชาชนในเมือง : ศึกษา
เฉพาะกรณีสหกรณ์เครดิตยูเนียนชุมชนหลังบ้านมิ่งคศิลา เขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชุม อัดวาอุมิชัย. 2537. ระบบเศรษฐกิจของไทย. กรุงเทพมหานคร: เอส แอน จี กราฟฟิค.
- สุพล กาญจนะจิตรา. 2529. อ่างอิงใน กรมการพัฒนาชุมชน. 2540. การประเมินผล
โครงการ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบล็อก.
- สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์หนังสือฟ้าลงกรณมหาวิทยาลัย: 58.
- โสภณ สุภาพงษ์. 2538. เศรษฐกิจชุมชน: ญูแจสู่การพัฒนาชนบทในช่วงแผน 8. ใน เอกสาร
ประกอบการประชุมในการประชุมคณะกรรมการวางแผนพัฒนาชนบท เรื่อง
ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ณ
ห้องประชุมเดช สนิทวงศ์, 15 สิงหาคม 2538. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- หุลย จำปาเทศ. 2533. จิตวิทยาการสูงใจ. กรุงเทพมหานคร: สามีคศิลาสน์.
- อัจฉรา เทียมพงษ์. 2546. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายการจัดสวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ :
ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัวอุปการะในนิคมสร้างตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะ
พัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทาสุด พันธเสน. 2539. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในอำเภอโ
ธาราม จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- อารี เพชรบุตร. 2529. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการไทย-ออสเตรเลีย

- อุบล ทองสุขมาก. 2539. ประสิทธิภาพของการปฏิบัติตามนโยบายการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ: ด้านการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- Alkin. 1969. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 58, 72.
- American Public Health Association. 1969. Quoted in กรมการพัฒนารัฐบาล. 2540. การประเมินผลโครงการ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลิ๊อค: 22.
- Anderson. 1983. Quoted in กรวิวี ศรีกิจการ. 2545. เอกสารประกอบการบรรยาย พ.ศ. 703: การประเมินแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 21.
- Bass, Barnard M. and Barrett, Gemaed V. 1981. *People, Work, and Organizations : an Introduction to Industrial and Organizational Psychology.* 2nd ed. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Broom, Leonard and Selznick, Phillip. 1968. *Sociology: a Text With Adapted Readings.* New York: Harper & Row.
- Caplow. 1964. Quoted in ภรณ์ มหามนต์. 2529. การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์: 35-40.
- Cronbach. 1963. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 59.
- Cronbach. 1963. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 68.
- Dunn. 1981. Quoted in กรวิวี ศรีกิจการ. 2545. เอกสารประกอบการบรรยาย พ.ศ. 703: การประเมินแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 20.
- Dye. 1967. Quoted in กรวิวี ศรีกิจการ. 2545. เอกสารประกอบการบรรยาย พ.ศ. 703: การประเมินแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 20.
- Edwards, George C. and Sharkansky, Ira. 1978. *The Policy Predicament: Making and Implementing Public Policy.* San Francisco: W.H. Freeman.

- Grindle, Merilee S. 1980. **Politics and Policy Implementation in the Third world.**
Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Gross. 1968. Quoted in ภรณ์ มหามนต์. 2529. **การประเมินประสิทธิผลขององค์การ.**
กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์: 40.
- Hunt, Robert W. 1983. **The Evaluation of Enterprise Program and Project In Business
and Community Development.** 13 (June).
- Jones, Charles. O. 1970. **An Introduction to the Study of Public Policy.** Belmont, CA.:
Wadsworth.
- Katz, Daniel and Kahn Robert L. 1978. **Organization and the System Concept.**
In **Classics of Organization Theory.** Jay M. Shafritz and Philip H.
Whitbeck, eds Illinois: Moore: 18.
- Kirkpatrick. 1978. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. **การประเมินโครงการ: แนวทางสู่
การปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 73.
- Lundgren. 1974. Quoted in ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท. 2538. **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม.**
กรุงเทพมหานคร: อิงอักษร: 11.
- Majone and Wildavsky. 1975. Quoted in อัจฉรา เบ็ญจพงษ์. 2546. **ปัญหาอุปสรรคในการ
นำนโยบายการจัดสวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัว
อุปการะในนิคมสร้างตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์: 77.**
- Mazmanain and Sabatier. 1981. Quoted in อัจฉรา เบ็ญจพงษ์. 2546. **ปัญหาอุปสรรคใน
การนำนโยบายการจัดสวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัว
อุปการะในนิคมสร้างตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์: 76, 89.**
- McClelland Dornal H. 1972. **The Central American Common Market: Economic
Politics, Growth and Choices for the Future.** New York: Pager.
- McCormic. 1965. Quoted in อาวี เพชรบุตร. 2529. **จิตวิทยาอุตสาหกรรม.** กรุงเทพมหานคร
: ศูนย์วิชาการไทย-ออสเตรเลีย: 99.

- McLaughlin. 1975. Quoted in ชัชวรา เบ็ญจพงษ์. 2546. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบาย
การจัดสวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัวอุปการะในนิคม
สร้างตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 76.
- Meter and Horn. 1975. The policy Implementation Process : a Conceptual Framework.
Administration and Society. 6 (February): 4.
- Nachmias. 1979. Quoted in กรวิทย์ ศรีกิจการ. 2545. เอกสารประกอบการบรรยาย พ.ศ.
703: การประเมินแผนและโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์: 20.
- Pressman, Jeffrey L. and Wildavsky, Aaron. 1979. Implementation : How Great
Expectations in Washington are Dashed in Oakland: or, Why it's Amazing
that Federal Programs Work at all, This Being a Saga of the Economic
Development Administration as Told by Two Sympathetic Observers Who
Seek to Build Morals on a Foundation of Ruined Hopes. 2nd ed. California:
University of California Press.
- Price, James L. 1987. Quoted in ภรณ์ มหามนต์. 2529. การประเมินประสิทธิผลของ
องค์การ. กรุงเทพมหานคร: โอเคียนสตรี: 35-40.
- Provus. 1969. Quoted in Cronbach. 1963. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การ
ประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 72.
- Scriven. 1967. Quoted in Cronbach. 1963. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การ
ประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 71.
- Shelly. 1975. Quoted in อารี เพชรนุต. 2529. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์วิชาการไทย-ออสเตรเลีย: 99.
- Stake. 1967. Quoted in Cronbach. 1963. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การ
ประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 68-70.
- Stewart, Abigail J. ed. 1982. Motivation and Society. San Francisco: Jossey-Bass.
- Stufflebeam. 1971. Quoted in เขาวดี วิบุรณศิริ. 2543. การประเมินโครงการ: แนวคิด
และแนวทางปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 123-125.

- Stufflebeam and Shinkfield. 1990. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมิน
โครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย: 59.
- Suchman. 1967. สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 58.
- Tyler. 1942. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การ
ปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 67.
- Vepa. 1980. Quoted in อัจฉรา เบญจพงษ์. 2546. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายการจัด
สวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัวอุปการะในนิคมสร้าง
ตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 90.
- Vroom. 1964. Quoted in ขารี เพชรสุด. 2529. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์วิชาการไทย-ออสเตรเลีย: 99.
- Wang. 1973. Quoted in อัจฉรา เบญจพงษ์. 2546. ปัญหาอุปสรรคในการนำนโยบายการจัด
สวัสดิการเด็กไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการครอบครัวอุปการะในนิคมสร้าง
ตนเอง. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: 90.
- Weiss. 1967. Quoted in กรมการพัฒนารัฐชน. 2540. การประเมินผลโครงการ.
กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลิ๊ก: 22.
- Wolman, Benjamin B. 1973. *Dictionary of Behavioral Science*. New York: Van Nostrand
Reinhold.
- Worthen and Sander. 1987. Quoted in สุวิมล ตีรกานันท์. 2545. การประเมินโครงการ:
แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย:
60.

ประวัติผู้เขียน

| | |
|-----------------|---|
| ชื่อ-นามสกุล | นางสาว มยุรี บุญริ้ว |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 82/533 ม.สุภาวี ซ.4/2 ถ.บางพลี-ตำน้ำ ต.บางพลีใหญ่ อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ 10540 |
| ประวัติการศึกษา | บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา การตลาด มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |