รายงานการวิจัย
ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการ
ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ในปีงบประมาณ 2562 - 2565
จังหวัดสิงห์บุรี

รายงานการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินโครงการ
ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Market Place
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

รายงานการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จังหวัดสิงห์บุรี

รายงานการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินโครงการ
ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Market place
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 2) ศึกษาศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี และ 3) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี เป็นการวิจัยเชิงเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงาน และผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2566

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 มีโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณทั้งสิ้น 25 โครงการ ดำเนินงานได้จริง 21 โครงการ อีก 4 โครงการ ขอยกเลิกเนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ดำเนินการกับกลุ่มเดิมต่อเนื่อง 3 ปี จำนวน 5 โครงการ จำแนกเป็นอาหาร 11 โครงการ ของตกแต่ง ของที่ระลึก 7 โครงการ ผ้าและเครื่องแต่งกาย 5 โครงการ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 โครงการ และอื่น ๆ ที่ 1 โครงการ ผู้ประกอบการเป็นกลุ่มอาชีพทั่วไป 19 กลุ่ม วิสาหกิจชุมชน 5 กลุ่ม หน่วยงาน 1 กลุ่ม โครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์ แต่จำนวนพื้นที่และกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมจากมหาวิทยาลัยยังไม่มีความหลากหลาย

2. ศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเป็นการสร้างโอกาสให้ประชาชนที่มีทุนน้อยหรือคนอื่นมองไม่เห็นศักยภาพ ให้สามารถสร้างรายได้เสริมโดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้ว่างงาน ภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพด้านทรัพยากรในชุมชน ภูมิปัญญา ทักษะอาชีพ และมีความตั้งใจเป็นทุนเดิม ปัญหาอุปสรรคหลักคือการทำการตลาดสมัยใหม่ กลุ่มขาดสมาชิกรุ่นใหม่สืบทอด ข้อเสนอแนะสำหรับการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายดำเนินโครงการในปีงบประมาณต่อ ๆ ไป ควรสำรวจความต้องการโดยประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มที่ต้องการรับความช่วยเหลือกรอกข้อมูลเสนอมหาวิทยาลัย เพื่อนำไปใช้เป็นโจทย์ในการเขียนข้อเสนอโครงการ นอกจากนี้ ควรมีการบูรณาการทำงานตามความถนัดเฉพาะของแต่ละหน่วยงานในที่พื้นที่

3. ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย ซึ่งถูกคัดเลือกมาวิเคราะห์เป็นผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบ สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน พบว่าเป็นไปตาม SING CHAVA Model คือ S : Support: ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ I : Integrity: ยึดมั่นในคุณธรรม N : Natural : ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ G : Goods: ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ C : Check: มีการตรวจสอบคุณภาพ H : Handmade: เป็นงานฝีมือ A : Access: เข้าถึงง่าย V: Value: คุณค่าของผลิตภัณฑ์ และ A : Adaptability: ปรับตัวพร้อมกับโลกที่เปลี่ยนแปลง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 จังหวัดสิงห์บุรี เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Market Place ปีงบประมาณ 2566 เพื่อติดตามผลการดำเนินงานโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเข้าไปส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ในช่วงปีงบประมาณ 2562 – 2565 ศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน และศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบของจังหวัดสิงห์บุรี

คณะผู้วิจัยต้องขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีที่จัดสรรงบประมาณสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอบคุณคณะวิทยาการจัดการที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการประสานงานต่าง ๆ ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานในพื้นที่ อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดีทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวถึง

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลจากรายงานการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนการให้บริการวิชาการอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ต่อไป

ผู้วิจัย

สิงหาคม 2566

สารบัญ

บทคัดย่อ ก

กิตติกรรมประกาศ ข

สารบัญ ค

สารบัญตาราง จ

สารบัญภาพ ฉ

บทที่ 1 บทนำ **1**

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย 1

คำถามการวิจัย 4

วัตถุประสงค์การวิจัย 4

ขอบเขตการวิจัย 4

นิยามศัพท์ 5

กรอบแนวคิดในการวิจัย 6

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย 7

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง **8**

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน **8**

1. ความหมายของผลิตภัณฑ์ชุมชน 8

2. โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น 9

3. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน 12

4. ปัจจัยสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน 13

แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ **16**

1. แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล 16

2. รูปแบบการประเมินผลโครงการวิจัย/บริการวิชาการ 18

3. สาระของการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน 25

4. การประเมินการดำเนินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน 32

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง **34**

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย **41**

วิธีการศึกษา 41

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 41

เครื่องมือในการวิจัย 43

การเก็บรวบรวมข้อมูล 44

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล 45

บทที่ 4 ผลการวิจัย **46**

1. ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 46

2. ศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 55

3. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 61

- กลุ่มสิงห์ชวา บ้านทุ่งกลับน้อย 70

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ **83**

สรุป 83

อภิปรายผล 88

ข้อเสนอแนะ 90

บรรณานุกรม **91**

ภาคผนวก **95**

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ 96

ภาคผนวก ข บรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย 109

สารบัญตาราง

ตาราง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล 16
2.2 การประเมินผลโครงการตามรูปแบบซิป 19
2.3 ตัวอย่างรูปแบบการประเมินผลโครงการส่งเสริมการเกษตรของเบ็นเน็ตต์ 24
2.4 ประเด็นการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน 26

สารบัญภาพ

ภาพ

1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2.1 ปัจจัยสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน	15
2.2 แบบจำลองการประเมินผลโครงการของไทเลอร์	15
2.3 แบบจำลองการประเมินของสเตก	23
4.1 แสดง SING CHAVA Model	82

บทที่ 1
บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากพระบรมราโชบายของในหลวงรัชกาลที่ 10 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร เมื่อ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ณ พระที่นั่งอัมพรสถาน ทรงมีพระราชดำรัส ไว้ว่า

"...ข้าพเจ้าได้ไปพระราชทานปริญญาบัตรแก่บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 30 ปีแล้ว ทำให้รู้สึกมีความสุขและผูกพันกับมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้งหลายอย่างมาก ไปทุกครั้งก็มีความสุข อยากให้ทุกคนมีกำลังใจที่จะทำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏของเราเป็นประโยชน์กับประชาชน เป็นประโยชน์ต่อภูมิภาค และท้องถิ่นจริงๆ จังๆ ในเรื่องการดำรงชีวิต ในเรื่องความรู้ทั่วไป และข้อสำคัญคือผลิตคนดี ผลิตคนดีที่เห็นประโยชน์แก่ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และสังคม คิดว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันที่เป็นประโยชน์และเป็นกลไกที่พัฒนาประเทศได้อย่างยิ่ง ถ้าหากตั้งใจ ร่วมกัน และคุยกันมากๆ จะเป็นสถาบันหลักที่พัฒนาประเทศและประชาชนได้อย่างมาก"

ในด้านการศึกษานั้น ทรงมุ่งหมายพัฒนาด้านการศึกษา ทรงมีพระบรมราโชบายด้านการศึกษา กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาคุณลักษณะคนไทยที่พึงประสงค์ด้านการศึกษา ใน 4 ประการ ได้แก่ 1) มีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง 2) มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงเข้มแข็ง 3) มีอาชีพมีงานทำและ 4) เป็นพลเมืองดีมีระเบียบวินัย ทั้ง 4 ประการนี้เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏจึงน้อมนำพระราชดำรัสและพระบรมราโชบายดังกล่าวมาร่วมกันกำหนดแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) มาใช้เป็นแนวปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศ ที่มีความสอดคล้องกับภารกิจในการจัดตั้งมหาวิทยาลัย และได้ทบทวนแผนฯ ฉบับดังกล่าว เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2561 โดยน้อมนำแนวพระราชดำริสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า "มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันที่ผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ" จากวิสัยดังกล่าวนี้ จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏใน 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา และยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

เห็นได้ว่า เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏคือการพัฒนาท้องถิ่น โดยเมื่อพิจารณาในแผนยุทธศาสตร์ จะตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น โดยตั้งแต่

ปีงบประมาณ 2562 เป็นต้นมา กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏได้รับงบประมาณด้านยุทธศาสตร์เพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่บริการ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีมีพื้นที่บริการในจังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดสระบุรี หรือที่เรียกว่า “สามบุรี” ได้รับงบประมาณและดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว โดยโครงการหนึ่งในงบประมาณนี้ได้กำหนดให้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับการพัฒนาท้องถิ่น มาอย่างต่อเนื่อง

ประกอบกับ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้มีนโยบายส่งเสริมการนำความรู้สู่ชุมชน จากการที่มหาวิทยาลัยในฐานะที่เป็นแหล่งข้อมูลองค์ความรู้และทรัพยากรบุคคลทางด้านวิทยาศาสตร์ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สำคัญของประเทศ รวมถึงด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสหวิทยาการ จึงได้กำหนดบทบาทหน้าที่หลักของมหาวิทยาลัย ในการทำหน้าที่นอกเหนือจาการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนากำลังคนที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศแล้ว ยังให้ดำเนินการวิจัย สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์สังคม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้กับประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศ และลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อการพัฒนาชุมชน สังคมท้องถิ่น และประเทศชาติ รวมทั้งการจัดให้มีระบบนิเวศน์และโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของประเทศทางด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) ประกอบกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy : BCG Model) สู่การแก้ไขปัญหาในระดับจังหวัด ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศ จากภารกิจดังกล่าวจึงใช้คำเรียกบทบาทมหาวิทยาลัยว่า “อว.ส่วนหน้า” ดังนั้นเพื่อให้การบูรณาการในการพัฒนาเชิงพื้นที่ และการขับเคลื่อนประเทศดังกล่าวกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และกระทรวงมหาดไทย จึงได้ตกลงร่วมมือกันดำเนินงาน “การพัฒนาจังหวัดด้วยการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม” เพื่อให้เป็นความร่วมมือrt หว่างกันที่ยั่งยืนในระดับประเทศ และมีแนวปฏิบัติที่สามารถบรรลุผลเป็นรูปธรรม ทั้งสองฝ่ายจึงตกลงทำบันทึกความร่วมมือกัน เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2565 โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ ของ อว.ส่วนหน้า ในทุกจังหวัดครอบคลุม 76 จังหวัดทั่วประเทศ ดังต่อไปนี้

1. มอบหมาย อว. ส่วนหน้า เป็นผู้แทน อว. ประจำจังหวัด ดำเนินงานร่วมกับจังหวัด เพื่อนำนโยบายด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) ไปสู่การปฏิบัติ

2. สนับสนุนข้อมูลองค์ความรู้และบุคลากรด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) ตามความต้องการของจังหวัด

3. ขับเคลื่อนกิจกรรมและจัดทำแผนงาน/โครงการด้านการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) ที่สอดคล้องกับความต้องการและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

4. นำเสนอข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อววน.) "ในการประชุมคณะกรรมการจังหวัด การประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.) การประชุมหัวหน้าส่วนราชการระดับอำเภอ

5. ประสาน กำกับ ดูแลและติดตาม การดำเนินงานด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อววน.) ในจังหวัด

จากทั้ง นโยบาย อว. และพันธกิจของมหาวิทยาลัยกลุ่มราชภัฏดังที่กล่าวมา เห็นได้ว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏมีบทบาทอื่นนอกเหนือจากการผลิตบัณฑิต นั่นคือ การพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งจากภารกิจดังกล่าวนั้น ปัจจุบันมีการใช้คำเรียกว่า มหาวิทยาลัยเพื่อสังคม (University Engagement) การบริการวิชาการรับใช้สังคม (socially-engage scholarship) งานวิชาการเพื่อสังคม งานวิชาการรับใช้สังคม และงานวิชาการเพื่อชุมชนและสังคม แต่ทุกถ้อยคำจะสื่อความหมายตรงกันในเรื่องของการนำ “ความรู้” มาใช้หรือเป็นปัจจัยนำเข้า (input) ส่วนกระบวนการ (process) และผู้รับประโยชน์หรือผู้ใช้ประโยชน์อาจมีขอบเขตหรือจุดเน้นที่แตกต่างกัน โดยมีคำที่นิยมใช้ และปรากฏที่มาชัดเจนใน 2 ชื่อเรียก คือ มหาวิทยาลัยเพื่อสังคม (University Engagement) การบริการวิชาการรับใช้สังคม (socially-engage scholarship)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ได้มีบทบาทสำคัญในการท้องถิ่นและบริการวิชาการรับใช้สังคมในพื้นที่บริการครอบคลุม 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดสระบุรี โดยใช้คำว่า “สามบุรี” โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562 - 2566 พบว่ามหาวิทยาลัยมีการดำเนินโครงการในพื้นที่ ซึ่งดำเนินงานโดยหน่วยงานระดับคณะในมหาวิทยาลัย ทั้ง 6 คณะ โดยมีทั้งโครงการใหม่และโครงการเก่าที่ดำเนินการต่อเนื่อง ซึ่งในแต่ละปีอาจใช้ชื่อโครงการต่างกัน โดยสรุป ดังนี้

ปีงบประมาณ 2562 โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

ปีงบประมาณ 2563 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น

ปีงบประมาณ 2564 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น

ปีงบประมาณ 2565 โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Market place

สำหรับพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ได้เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นโดยดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปีงบประมาณ 2562 – 2565 มีการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 21 โครงการ (จากงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 25 โครงการ เนื่องจากบางโครงการยกเลิกระหว่างการดำเนินโครงการเนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019) ด้วยเหตุนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการการติดตามผลการดำเนินการในปีงบประมาณต่าง ๆ ที่ผ่านมา เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการว่าผลการดำเนินการส่งผลให้ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพอย่างไร และมีปัจจัยใดในการส่งเสริมให้เกิดผลสำเร็จ

ทั้งนี้เป็นไปตาม ตัวชี้วัดที่ 1.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่ กำหนดว่า มีฐานข้อมูลของพื้นที่บริการ (ศักยภาพชุมชน สภาพปัญหา และความต้องการที่แท้จริงของชุมชน) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ประเมินและวางแผนงานพัฒนาเชิงพื้นที่ตามศักยภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ดังนั้น โครงการวิจัยนี้จึงดำเนินการศึกษาที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดดังกล่าว ในประเด็นการวิเคราะห์ ประเมินและวางแผนงานพัฒนาเชิงพื้นที่ตามศักยภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยจะดำเนินการวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในช่วงปีงบประมาณ 2562 - 2565 ในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวปฏิบัติการบริการวิชาการหรือรับใช้สังคมให้เป็นไปตามนโยบาย อว.ส่วนหน้า รวมถึงใช้ในการวางแผนงานพัฒนาเชิงพื้นที่ตามศักยภาพของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คำถามการวิจัย

1. การดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 ส่งเสริมให้ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพอย่างไร
2. มีปัจจัยใดในการส่งเสริมให้เกิดผลสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ภายหลังจากที่การดำเนินโครงการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเสร็จสิ้นและออกจากพื้นที่ชุมชน
3. ผู้ประกอบการชุมชนหรือชุมชนมีความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยในอนาคตอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ ดำเนินการศึกษาในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีจัดสรรงบประมาณดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จำนวน จำนวน 22 คน 2) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 5 คน 3) ตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 5 คน 4) ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 10 คน และ 6) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ จำนวน 1 กลุ่ม

ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1) ประเมินผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการสังเคราะห์ข้อมูลโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเข้าไปดำเนินโครงการในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

2) ประเมินศักยภาพศักยภาพในการดำเนินโครงการบริการวิชาการในจังหวัดสิงห์บุรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

3) ค้นหาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

ขอบเขตระยะเวลา ดำเนินการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2566

นิยามศัพท์

โครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึงโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เข้าไปส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบของมหาวิทยาลัย ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

สามบุรี หมายถึงจังหวัดที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีรับผิดชอบในการจัดการศึกษาและบริการวิชาการ ประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์ และจังหวัดสระบุรี

ผู้ประกอบการชุมชน หมายถึงกลุ่มวิสาหกิจ หรือกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน หรือที่เรียกชื่ออย่างอื่น ที่อยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี โดยได้รับการคัดเลือกจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีให้เข้าไปช่วยพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562 – 2565

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชน ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยประยุกต์มาจากแนวคิดการใช้แบบจำลองซิปป์ (CIPP Model) ของ Stufflebeam (2000) จากนั้นมาทำการสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีได้ข้อมูลผลการดำเนินโครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรีจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ในการวิเคราะห์ ประเมิน และวางแผนดำเนินดำเนินโครงการในปีต่อ ๆ ไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลจากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี และข้อมูลปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบในจังหวัดสิงห์บุรี จะเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาเรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้สำหรับผู้ประกอบการชุมชนอื่น ๆ

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 จังหวัดสิงห์บุรี คณะผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมทฤษฎี แนวคิด และรายงานทางการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยโดยกำหนดเนื้อหาดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
    1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ชุมชน
    1.2 โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
    1.3 การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน
    1.4 ปัจจัยสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ
    2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล
    2.2 รูปแบบการประเมินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ
    2.3 สาระของการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน
    2.4 การประเมินการดำเนินโครงการวิจัย/บริการวิชาการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ความหมายของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ศิรินทร เลียงจินดาภาวร, และเขมิกา แสนโสม (2560, หน้า 3) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตในชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มประกอบการผลิตทั้งที่มีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ หรือการรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่มีการจดทะเบียน

อัจจิมา ศุภจริยาวัตร, และสิทธิ จิตติชานนท์ (2562, หน้า 8) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่สามารถหาได้ในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับประชาชน หรือหมายความถึง ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ซึ่งผลิตโดยกลุ่มชุมชน

ปวีณา เจะอารง, อัปสร อีซอ, ศุภมาศ รัตนพิพัฒน์, ธีรยุทธ มูเล็ง, และกัลยรัตน์ พินิจจันทร์ อธิบายว่า (2563, หน้า 5) ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สินค้าหรือบริการที่คนในชุมชนมี

ส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ใช้สอยทรัพยากรในชุมชน รวมถึงประยุกต์กับเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการถ่ายทอดโดยคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงสามารถปรับปรุงจนเกิดมูลค่าเพิ่ม และสามารถขายได้ทั้งในและต่างประเทศ

พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์, และคนอื่น ๆ (2563, หน้า 64) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลผลิตที่กลุ่มคนในชุมชน (เช่น กลุ่มแม่บ้าน) ร่วมมือกันทำ ซึ่งเกิดจากทักษะ ประสบการณ์ ภูมิปัญญาของชุมชน หรือการถ่ายทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น ตามความถนัด เช่น ข้าวต้มมัด ขนมดอกจอก แคบหมู น้ำพริกเผา ขนมจีนน้ำยา น้ำเต้าหู้ ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้จันทน์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้แก่ ยาหม่องสมุนไพร พิมเสน การบูร เป็นต้น

ศศิชา หมดมลทิล (2563, หน้า 1) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การผลิตสินค้าที่ดำเนินการโดยชาวบ้านในชุมชนที่ไม่จำเป็นต้องเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อผลิตสินค้า โดยนำทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาผลิตหรือนำมาแปรรูป ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง

ภัทรภร พุฒพันธ์, และพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี (2566, หน้า 15) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีกำเนิดจากชุมชน โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีหลากหลายประเภท ทั้งข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ่าเครื่องนุ่งห่ม และอาหารแปรรูป เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านในชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มประกอบการผลิตทั้งที่มีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการหรือไม่มีการจดทะเบียน ร่วมมือกันทำ โดยใช้ทักษะ ประสบการณ์ ภูมิปัญญาของชุมชน หรือการถ่ายทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น ตามความถนัด และใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่สามารถหาได้ในชุมชนมาผลิตหรือนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ที่แสดงถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน

2. โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

จินตนา กาญจนวิสุทธ์ (2563, หน้า 38 - 42) อธิบายว่า โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ One Tambon One Product (OTOP) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) OTOP ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งหนึ่งตำบลไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจมาจากหลายชุมชนหรือหลายเครือข่าย และไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดหรือภาคเดียวกัน และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัท เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มุ่งเน้นเป้าหมายเดียวกัน คือ การสร้างรายได้ และกำไรให้กับชุมชนตนเอง ส่วนการพัฒนาสินค้าชุมชนที่เน้นการเปลี่ยนแปลงของคนในชุมชน โดยนำศักยภาพด้านการตลาดมาใช้เป็นตัวนำ สำหรับการผลิตสินค้า เพื่อเป้าหมายด้านรายได้ และผลกำไรตามระบบ

ตลาดมาเป็นตัวนำในการผลิตสินค้า สำหรับการจัดโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น นั้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งแต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า และภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่ โดยการดำเนินโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ OTOP นั้น ประกอบด้วย 7 หลักการสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละกลุ่มอาชีพ ต้องมีผลิตภัณฑ์ดีเด่นอย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมและประเพณี และการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลนั้น แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสากล ที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนฐานล่างมีความเข้มแข็ง มีตราสัญลักษณ์โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยใช่ตราที่มีคำว่า “OTOP”

2. หลักการพื้นฐานของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน มีหลักการที่สำคัญของ OTOP 3 ประการ ได้แก่ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local wisdom to global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ 2) การเสริมสร้างกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพความรู้ และความสามารถของท้องถิ่น แงะ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บ่มเพาะให้ประชาชนสู้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

3. วัตถุประสงค์ของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน มีดังนี้ 1) เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน 2) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้คิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น 3) เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 4) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

4. การรวมกลุ่มอาชีพในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มอาชีพในรูปแบบของ OTOP หลายกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มจักสาน กลุ่มสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งกลุ่มอาชีพจะประสบความสำเร็จให้ได้นั้น จะต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและมีผลกำไร โดยกลุ่มควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ รวมทั้งต้องมีการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า การดำเนินงานของกลุ่มสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม กลุ่มสามารถผลิตและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตน สมาชิกทุกคนมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีอาชีพที่มั่นคง โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลุ่มประสบความสำเร็จมี 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ความรู้ ลักษณะของผู้นำกลุ่ม การบริหารงาน การติดตามและประเมินผล และ 2) ปัจจัยภายนอก เช่น การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งการสนับสนุนในการซื้อสินค้าจากผู้บริโภค

5. การพัฒนาศักยภาพเชิงธุรกิจในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยจะมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ OTOP ของแต่ละกลุ่มอาชีพ มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การหาแนวทางการลดต้นทุนการผลิต แต่สินค้ายังคงมีคุณภาพ และการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อดึงสัดส่วนของการตลาดกลับมาชุมชน การได้รับความช่วยเหลืออย่างแข็งขันจากกิจการภาคเอกชนและองค์กรพัฒนาเอกชนหลายแห่ง รวมทั้งได้รับการสนับสนุนงบประมาณและกิจกรรมจากหลาย ๆ ด้าน นอกจากนั้น ชุมชนควรได้รับการพัฒนาทักษะ และเพิ่มขีดความสามารถประกอบด้วย 3 แนวทาง ดังนี้ 1) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local wisdom to global) 2) การพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self reliance & creativity thinking) และ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) ซึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด การบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

6. การสะสมทุนและการกระจายสวัสดิการในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวิธีดำเนินการสะสมทุนทางเศรษฐกิจของ OTOP กลุ่มอาชีพมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ ทำให้คนในชุมชนมีการออมเงิน และสามารถกู้เงิน เพื่อนำเงินไปใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้ เป็นการลดภาระการกู้ยืมเงินจากแหล่งอื่น ๆ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง เช่น การกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ หรือเงินกู้นอกระบบ ตัวอย่าง กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เช่น โรงสีข้าวชุมชน ปั๊มน้ำมัน โรงผลิตน้ำดื่ม ร้านค้าชุมชน ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจในระบบกลุ่ม เมื่อมีผลกำไร ก็นำไปปันผลเฉลี่ยคืน และจัดเก็บสวัสดิการให้กับสมาชิกและชุมชน เกิดการหมุนเวียนอยู่ภายในหมู่บ้าน ลดการพึ่งพาจากภายนอกเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานรากที่เข้มแข็งได้ ซึ่งการมีแหล่งเงินทุนภายในชุมชน จะช่วยให้คนยากจนในชุมชนมีโอกาสได้รับการช่วยเหลือ ให้มีเงินลงทุนในการประกอบอาชีพ หรือใช้จ่ายเมื่อขัดสนโดยชำระดอกเบี้ยในอัตราต่ำ

7. การพัฒนาศักยภาพคนในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชน คนในกลุ่มของ OTOP มีองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา มีความสามารถ และทักษะที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ที่ผ่านกระบวนการเลือกสรร เรียนรู้ ปรับปรุง พัฒนาและถ่ายทอดสืบต่อกันมาในวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและยุคสมัย ซึ่งการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาศักยภาพหรือระบบการเรียนรู้ของชุมชน ทั้งนี้ การพัฒนาศักยภาพคนในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น มักจะใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้ด้วยเทคนิคการสาธิต การปฏิบัติจริง การบอกเล่า เพื่อให้ปฏิบัติตามผู้ถ่ายทอด การปฏิบัติให้ดูเป็นตัวอย่างพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน การเรียนรู้โดยวิธีการกระบวนการกลุ่ม การพัฒนาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะความสามารถ และประสบการณ์ โดยการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม

และการแสวงหาความรู้โดยการอบรมสัมมนา การจัดวิทยาการอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอกกลุ่ม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชนจึงมีการเรียนรู้แบบพลวัตที่ก่อให้เกิดการสั่งสมและพัฒนาความรู้ของคน รวมทั้งเป็นการพัฒนาอาชีพอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ชุมชนมีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมให้แก่คนในครอบครัวรุ่นต่อไป เพื่อให้มีการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือได้ ได้รับการยอมรับและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นที่นิยมของลูกค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์ (2563) อธิบายว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ควรมีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ตามกรอบต่อไปนี้

1. ด้านภาวะผู้นำ ต้องมีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำ ที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งประกอบด้วย การควบคุมตนเองความเชื่อมั่นในตนเองการตัดสินใจการมอบหมายงานและการสร้างแรงจูงใจให้แก่ตนเองและทีมงาน

2. ด้านความรู้ความเชี่ยวชาญและการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้ การเป็นผู้มีความรู้ความสามารถทักษะและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญ ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดย ความรู้ที่จำเป็น สำหรับธุรกิจชุมชนได้แก่ กฎระเบียบข้อบังคับ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจชุมชน การบริหารการเงิน การบัญชี การบริหารการตลาด การบริหารจัดการสินค้าและโลจิสติกส์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การถ่ายทอดความรู้ และการเป็นผู้ เรียนรู้ตลอดชีวิต

3. การเป็นผู้มีความสามารถในการจัดทำแผนธุรกิจ การวางแผน เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจชุมชนต้องมีการวางแผน ทั้งด้านการบริหารการตลาด การจัดการสินค้า การจัดการความรู้ อย่างมีเป้าหมาย และทิศทางที่ชัดเจน รวมถึงการวางแผนติดตามและประเมินผลแผนงานของตนเองและปรับปรุงอยู่อย่างต่อเนื่อง

4. ความสามารถด้านการสื่อสารและการประสานงาน ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีความที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจชุมชน คือการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับชุมชน ทั้งนี้ธุรกิจชุมชนเป็นธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ตลาดขนาดเล็ก การสื่อสารการมีความเข้าใจที่ดีต่อกันจึงเป็นปัจจัยเพื่อเกื้อหนุนธุรกิจ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นระหว่างกันดังนั้น การประชาสัมพันธ์การติดต่อประสานงานและการสร้างเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน และในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

5. ด้านคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งการประกอบธุรกิจชุมชน อยู่ในพื้นที่ที่มีฐานปัจจัยทางวัฒนธรรมชุมชนร่วมกัน จึงจำเป็นต้องมีการแสดงออกด้านคุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการต่อชุมชน การแสดงน้ำใจเอื้อเฟื้อแบ่งปันซึ่งกันและกัน ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อชุมชน และการมีจริยธรรมของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ด้วยธุรกิจชุมชนเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าการตลาดค่อนข้างน้อย ประกอบกับผู้ประกอบการยังมีภาระรับผิดชอบค่อนข้างสูง ดังนั้น จึงต้องมีเทคนิคในการประกอบธุรกิจชุมชน ให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งได้มีการศึกษาศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจชุมชน พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีศักยภาพที่สำคัญ 5 ด้าน ที่จะเป็นปัจจัยส่งเสริมสนับสนุนความสำเร็จ ดังนี้

1. การเป็นผู้มีภาวะผู้นำสูง มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีการตัดสินใจที่ดี รู้จักควบคุมตนเอง บริหารงานด้วยการมอบหมายหน้าที่ให้ให้ทีมงาน หรือ ให้มีผู้รับผิดชอบแต่ละส่วนงานอย่างเป็นรูปธรรม

2. การเป็นผู้มีความใฝ่รู้ เป็นผู้ที่มีความพร้อมต่อการรับความรู้ใหม่ๆ มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาความรู้ให้เป็น เป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญอยู่เสมอ มีการจัดการองค์ความรู้ หรือภูมิปัญญาที่สามารถถ่ายทอดให้กับผู้อื่นได้

3. การเป็นนักวางแผน มีการกำหนดแผนการดำเนินงาน ทิศทางการพัฒนาธุรกิจ มองหาโอกาสในการขยายธุรกิจอยู่เสมอ ทั้งด้วยการเก็บข้อมูลรวบรวมการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่นำไปสู่การวางแผนการระดมสมอง การประชุมกลุ่ม

4. การเป็นผู้มีความสามารถในการสื่อสารและประสานงาน ทั้งภายในและภายนอก เพื่อก่อให้เกิดแนวความคิดในทิศทางเดียวกันของผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ สร้างความเข้าใจในการร่วมมือการปฏิบัติงานให้เป็นทิศทางเดียวกันได้ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้องอันก่อให้เกิดความเข้าใจเชิงบวกต่อธุรกิจ

5. เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมยึดหลักจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่รับผิดชอบต่อชุมชนรับผิดชอบต่อลูกค้า รับผิดชอบต่อผู้ร่วมงาน คำนึงถึงความซื่อสัตย์เสียสละโปร่งใสและใส่ใจต่อสภาพแวดล้อม

4. ปัจจัยสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน

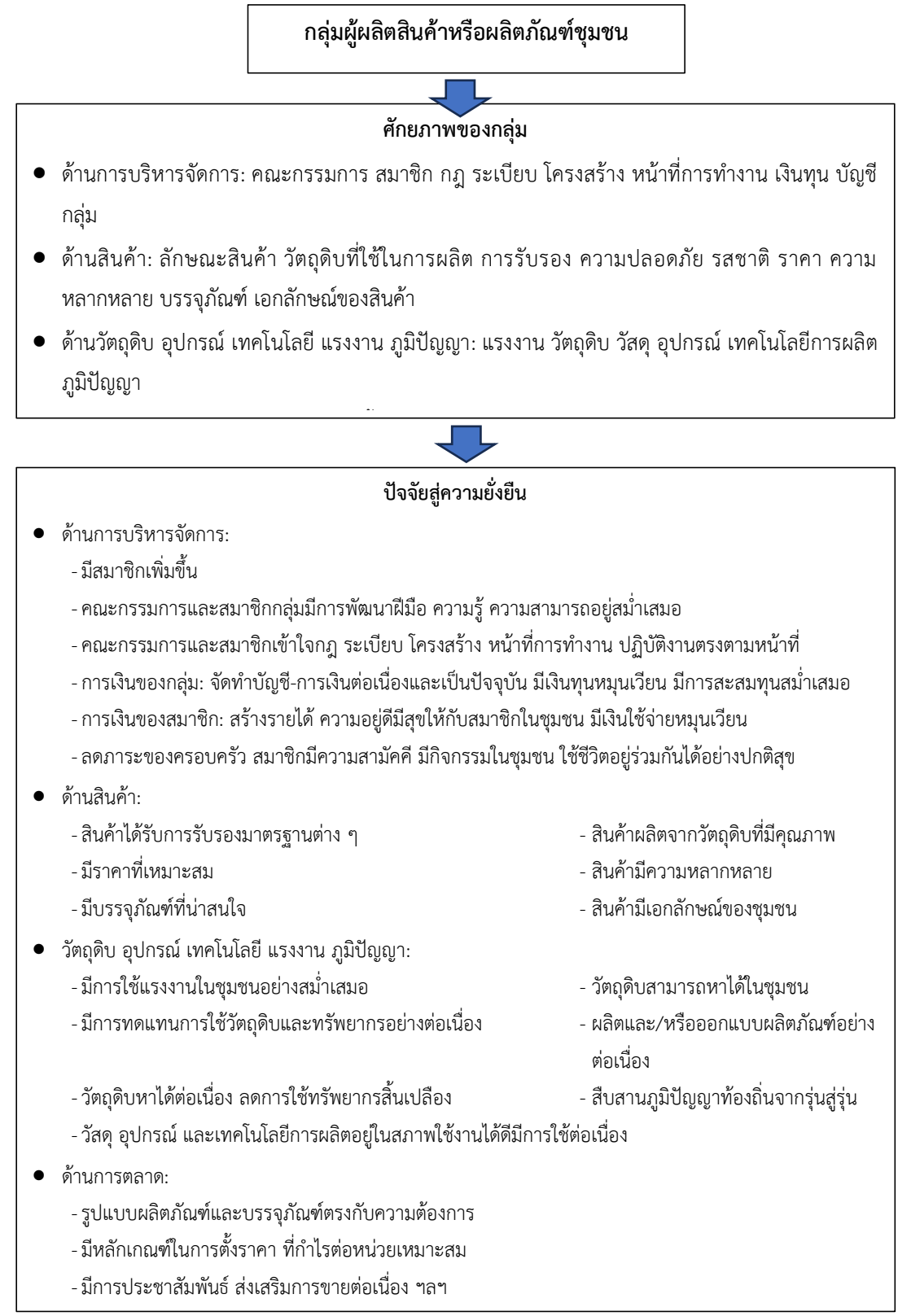
พิสิฐ ลี้อาธรรม, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, และพิมลพรรณ บุญเสนา (2559, หน้า 17 - 19) อธิบายว่า กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีความยั่งยืนได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จจะต้องมีคณะกรรมการที่เข้มแข็ง สมาชิกให้การยอมรับ มีกฎระเบียบของกลุ่ม มีโครงสร้างการทำงาน มีการแบ่งงานกันทำของกลุ่มที่ชัดเจน และมีการทำงานอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความตั้งใจในการทำงาน และมีความร่วมมือ ความสามัคคีภายในกลุ่ม มีระบบการจัดทำบัญชี มีการควบคุมรายรับรายจ่าย มีความโปร่งใสทางการเงิน มีเงินทุนหมุนเวียน มีการสะสมทุน มีการสร้างรายได้

2. ด้านสินค้า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ คือ สินค้าที่ผลิตมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ถ้าเป็นสินค้าด้านอาหารจะต้องมีความปลอดภัย มีรสชาติอร่อย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาเหมาะสม มีรูปแบบสินค้าที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน

3. ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา การที่กลุ่มประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการใช้แรงงานตรงตามความสามารถ แรงงานมีฝีมือในการผลิต อุปกรณ์เทคโนโลยีในการผลิตเหมาะสมกับการผลิต มีการจัดสรรการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า ใช้วัตถุดิบในชุมชน มีการทดแทนวัตถุดิบที่หายากและมีราคา ใช้วัตถุดิบที่ดี มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และลักษณะการผลิตมีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. ด้านการตลาด ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ประกอบด้วย การมีรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เสมอ มีการตั้งราคาที่เหมาะสม มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย และมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ดี



ภาพ 2.1 ปัจจัยสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา: พิสิฐ ลี้อาธรรม, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, และพิมลพรรณ บุญเสนา (2559, หน้า 19)

แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล

ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์ (2565, หน้า 292 - 295) อธิบายว่า เมื่อกล่าวถึงประเมินผลโครงงาน จะมีแนวคิดสำคัญ 2 ประการ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การติดตาม (monitoring or follow up) และการประเมินผล (evaluation) ซึ่งสามารถสรุปความหมาย หลักการ วัตถุประสงค์ของทั้งสองแนวคิด ดังตาราง 2.1

ตาราง 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล

ประเด็นพิจารณา	แนวคิด	
	การติดตาม (monitoring)	**การประเมินผล (evaluation)**
1. ความหมาย	การสังเกต ติดตามความก้าวหน้าของกิจกรรมตามแผนงานอย่างเป็นระบบด้วยการรวบรวม และบันทึกข้อมูลการดำเนินกิจกรรมความเปลี่ยนแปลงและหรือการใช้จ่ายงบประมาณ ฯลฯ เป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง	กระบวนการตัดสินคุณค่าของกิจกรรมหรือโครงการ โดยใช้ฐานข้อมูลจากการติดตามงาน และมุ่งหาคำตอบว่ากิจกรรมหรือโครงการที่ทำนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และมีประสิทธิผลและผลกระทบอย่างไร
2. วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบความก้าวหน้าและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแผนงานที่กำหนดไว้	- เพื่อระบุข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ ตลอดทั้งกำหนดแนวทางการป้องกัน แก้ไขในการดำเนินงานในอนาคต - เพื่อตรวจสอบความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร (งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล) กับการบรรลุวัตถุประสงค์ - เพื่อสังเคราะห์บทเรียนจากการทำงานเพื่อนำไปเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนทำกิจกรรมหรือโครงการอื่นต่อไป

ประเด็นพิจารณา	แนวคิด	
	การติดตาม (monitoring)	**การประเมินผล (evaluation)**
		- เพื่อแสดงระดับความสำเร็จของการดำเนินงานเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
3. ประโยชน์	- ช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์การทำงานที่เกิดขึ้น - ช่วยในการพิจารณาว่ามีการใช้ทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมเหมาะสมหรือไม่ - ช่วยในการระบุปัญหาและแนวทางแก้ไข - ช่วยในการติดตามการดำเนินกิจกรรมว่ามีความเหมาะสมและตรงเวลาหรือไม่ - ช่วยในการวิเคราะห์ว่ากิจกรรมหรือโครงการที่ทำเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ไขปัญหาหรือไม่	- ช่วยในการตัดสินว่าการดำเนินงานที่ผ่านมานั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้เพียงใด - ช่วยในการตัดสินว่าทรัพยากร (งบประมาณ และเวลาที่เสียไปของพนักงาน) ที่ใช้นั้น มีความคุ้มค่าหรือไม่ - ช่วยในการตัดสินว่าการดำเนินงานดังกล่าวมีคุณภาพ และคุณค่าพอที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นได้หรือไม่
4. ระยะเวลา	เป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง	การประเมินสามารถดำเนินการได้ตลอดการปฏิบัติงาน - ก่อนดำเนินโครงการ/กิจกรรม เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น - ระหว่างดำเนินโครงการ/กิจกรรม เพื่อศึกษาแนวโน้มความสำเร็จนำไปสู่การปรับปรุงยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น - หลังดำเนินโครงการ/กิจกรรม เพื่อทบทวนการดำเนินงานที่ผ่านมาตั้งแต่ขั้นการวางแผน การดำเนินงาน และผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อันจะ

ประเด็นพิจารณา	แนวคิด	
	การติดตาม (monitoring)	**การประเมินผล (evaluation)**
		นำไปสู่การระบุข้อจำกัด และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย
5. ผู้รับผิดชอบ	มักดำเนินการโดยบุคลากรในองค์กรหรือเจ้าหน้าที่โครงการ	สามารถทำได้ทั้งคนภายในภายนอก หรือร่วมกันทำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการประเมินผล กล่าวคือ - การประเมินภายใน หรือการประเมินอย่างมีส่วนร่วม (internal or participatory evaluation) ดำเนินการโดยผู้จัดการโครงการหรือหน่วยงาน/องค์กร มีข้อดีตรงที่ไม่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานกดดันและผลการประเมินที่ได้รับการนำไปใช้เพื่อการบริหารจัดการจริง ประกอบกับเป็นวิธีการที่มีค่าใช้จ่ายน้อย - การประเมินภายนอก (external evaluation) ดำเนินการโดยบุคคลภายนอก ซึ่งข้อดี คือ มีความเป็นกลาง ปราศจากอคติ ผลการประเมินมีความน่าเชื่อถือ

ที่มา: ไตรรันต์ โภคพลากรณ์ (2565, หน้า 292 - 295)

2. รูปแบบการประเมินผลโครงการวิจัย/บริการวิชาการ

สิน พันธุ์พินิจ (2555, หน้า 144 - 150) อธิบายว่า รูปแบบการประเมินผลหรือแบบจำลองของการประเมินผลโครงการวิจัย/บริการวิชาการ เป็นทฤษฎี (theory) หรือวิธีการ (approach) ซึ่งมีหลายรูปแบบ ดังนี้

2.1 รูปแบบซิป

การประเมินผลรูปแบบซิป (CIPP model) หรือเรียกว่ารูปแบบซิปของสตัฟเฟิลบีม (Strufflebeam's CIPP model) หรือรูปแบบ CIPP ที่ใช้สำหรับประเมินผลโครงการวิจัย/บริการวิชาการทั่วไป โดยไม่ยึดวัตถุประสงค์ (goal-free) จะครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) การประเมินบริบท (context evaluation หรือ C) 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (input evaluation หรือ I) 3) การประเมินกระบวนการ (process evaluation หรือ P) และ 4) การประเมินผลผลิต (product evaluation หรือ P) แสดงดังตาราง 2.2

ตาราง 2.2 การประเมินผลโครงการตามรูปแบบซิป

ปัจจัยและวัตถุประสงค์การประเมิน	วิธีการประเมิน	ประโยชน์
1. การประเมินบริบท ประเมินสภาพแวดล้อม ความต้องการ ปัญหา และโอกาส ตลอดจนทรัพยากรที่จะเอื้ออำนวยและสามารถนำไปใช้ได้ เพื่อนิยามเชิงปฏิบัติการของบริบท จำแนกและประเมินความต้องการ โอกาส วิเคราะห์ปัญหา แล้วนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์สุดท้ายของโครงการ	อธิบายบริบทต่าง ๆ โดยเปรียบเทียบปัจจัยนำเข้ากับผลลัพธ์ที่คาดหวังและเกิดขึ้นจริง สิ่งที่เกิดขึ้นกับความเป็นไปได้ของความสามารถของระบบ และวิเคราะห์สาเหตุของความบกพร่องระหว่างความเป็นจริงกับความคาดหวัง	ใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผน การเลือกโรงการ การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการกำหนดวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับปัญหาเมื่อต้องการเปลี่ยนแปลงการวางแผน
2. การประเมินปัจจัยนำเข้า ประเมินความสามารถของระบบยุทธวิธี และวิธีการนำยุทธวิถีของปัจจัยนำเข้าตลอดจนปัญหา อุปสรรค การขจัดอุปสรรคของทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้า เพื่อจำแนกและประเมินความสามารถของ	อธิบายและวิเคราะห์ตัวแปรด้านมนุษย์ ทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์ แนวทางการใช้ยุทธวิธีและการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นไปได้และสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในด้านเศรษฐกิจ	เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจกำหนดโครงสร้าง การดำเนินงาน การเลือกแหล่งสนับสนุน ทรัพยากร ยุทธวิธี วิธีการดำเนินการ และกำหนดโครงสร้างการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมและแผนการดำเนินงาน

ปัจจัยและวัตถุประสงค์การประเมิน	วิธีการประเมิน	ประโยชน์
ระบบปัจจัยนำเข้า ยุทธวิธี และการนำยุทธวิธีไปปฏิบัติ		
3. การประเมินกระบวนการ ประเมินการดำเนินการหรือการวัดระหว่างการสงเสริมหรือการนำโครงการไปปฏิบัติ เพื่อจำแนกปัจจัยต่าง ๆ ในกระบวนการหาข้อบกพร่องกระบวนการนำโครงการไปปฏิบัติ แล้วนำสารสนเทศประกอบการก่อนการตัดสินใจดำเนินโครงการและคงไว้ซึ่งกิจกรรมและวิธีการของโครงการ	กำกับดูแลศักยภาพของการจัดอุปสรรค และสิ่งที่ไม่สามารถคาดคะเน โดยใช้สารสนเทศเฉพาะเรื่องประกอบการตัดสินใจ และอธิบายกระบวนการของโครงการที่ดำเนินการได้จริง	เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจการนำโครงการไปปฏิบัติ การหาจุดเด่น จุดด้อย การปรับปรุงยุทธวิธี กระบวนการดำเนินงาน เพื่อควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ
4. การประเมินผลผลิต ประเมินผลผลิต เรียนรู้การเปลี่ยนแปลงทักษะ ทัศนคติ หรือผลกระทบของโครงการ เพื่อเปรียบเทียบว่าผลผลิตจากโครงการสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ บริบท และกระบวนการระหว่างดำเนินการและหลังจากเสร็จสิ้นโครงการหรือไม่	การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ เกณฑ์การวัดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการมาตรฐานการแปลความของผลลัพธ์สุดท้ายในเรื่องบริบท ปัจจัยนำเข้า และสารสนเทศของกระบวนการ	เป็นประโยชน์ในการทบทวนการตัดสินใจว่าจะดำเนินโครงการต่อไป ยุติ ขยาย หรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกิจกรรมให้สอดคล้องกับกระบวนการอย่างชัดเจน

ที่มา: สิน พันธุ์พินิจ (2555, หน้า 145 – 146)

การประเมินผลโครงการตามรูปแบบซิปนั้นจะมุ่งเน้นใน 3 ประเด็น ได้แก่

1. การประเมินผลเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่อง และเป็นกระบวนการเชิงระบบ

2. ประกอบด้วยขั้นตอนการกำหนดคำถามและคำตอบที่ต้องการอย่างเฉพาะเจาะจง การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่สารสนเทศแก่ผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจวางแผน และพัฒนาโครงการ

3. การประเมินผลสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจทั้งในลักษณะเป็นทางเลือกและการตัดสินใจตามที่กำหนดไว้

การประเมินผลโครงการรูปแบบซิปมีประโยชน์ในการตัดสินใจ 4 ด้าน ได้แก่

1. การตัดสินใจในการวางแผน (planning decision) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเลือกเป้าหมายและวัตถุประสงค์

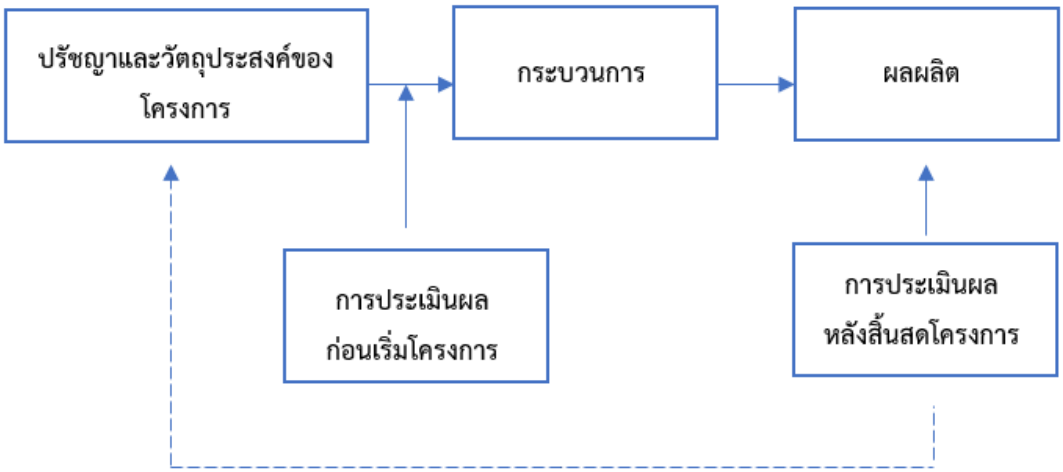
2. การตัดสินใจกำหนดโครงสร้างโครงการ (structuring decision) ในการเลือกยุทธวิธี วิธีการดำเนินงานให้เป้าหมายและวัตถุประสงค์ประสบผลสำเร็จตามที่ได้ตัดสินใจวางแผนไว้

3. การตัดสินใจในการปฏิบัติงาน (implement decision) ซึ่งสามารถนำวิธีการในการทำงาน การปรับปรุงการดำเนินโครงการ วิธีการ และยุทธวิธี

4. การทบทวนการตัดสินใจ (recycling decision) ว่าควรจะดำเนินการต่อเปลี่ยนแปลง หรือยุติโครงการ

2.2 รูปแบบของไทเลอร์

รูปแบบการประเมินผลโครงการของไทเลอร์ (Tyler’s goal-based model) ยึดวัตถุประสงค์ของโครงการเป็นหลักในการประเมินความสำเร็จ เพิ่มประสิทธิผลและเป็นการประเมินผลสิ้นสุดโครงการด้วย ซึ่งการประเมินผลโครงการของไทเลอร์ประกอบด้วยปรัชญาและวัตถุประสงค์ การประเมินผลก่อนเขียนโครงการ การประเมินผลระหว่างดำเนินโครงการ หรือกระบวนการ และผลผลิต รวมทั้งการประเมินผลหลังจากสิ้นสุดโครงการ ดังภาพ 2.2



ภาพ 2.2 แบบจำลองการประเมินผลโครงการของไทเลอร์
ที่มา: สิน พันธุ์พินิจ (2555, หน้า 147)

ไทเลอร์ได้แบ่งการประเมินโครงการออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่

1. การประเมินจุดประสงค์หรือวัตถุประสงค์ ว่าสอดคล้องกันและเหมาะสมกับการนำไปใช้และความต้องการ ความสนใจของคณะผู้จัดทำและรับผิดชอบดำเนินโครงการ

2. การประเมินผลการสอน เป็นการประเมินวิธีการสอนหรือวิธีการส่งเสริมที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์

3. การประเมินผลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการ เช่น การประเมินสื่อและบุคลากร

4. การประเมินผลการนำโครงการไปปฏิบัติ เพื่อดูความเป็นไปได้ของโครงการ เมื่อปฏิบัติแล้วจะเกิดผลอะไร

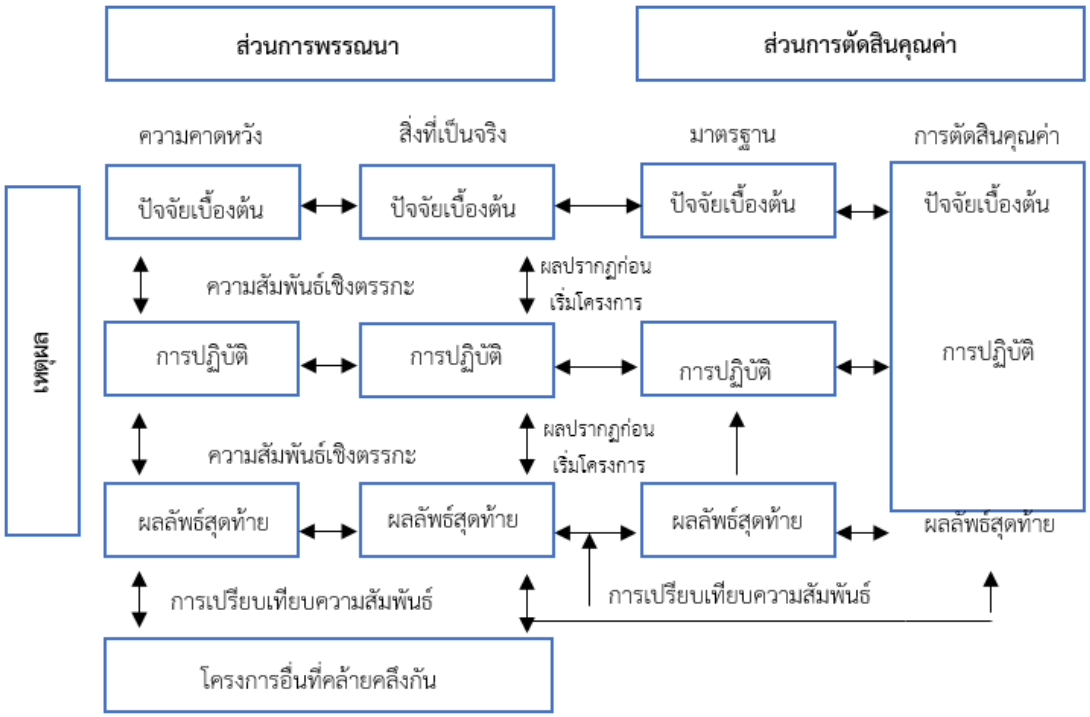
5. การประเมินผลลัพธ์ของโครงการ เป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ ว่าผลลัพธ์หรือผลสัมฤทธิ์ของบุคคลเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามเกณฑ์หรือไม่ มีผลกระทบหรือปัญหาอะไรบ้าง และต้องการทรัพยากรอะไรเพิ่มเติมบ้าง

6. การติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น และปรับเปลี่ยนโครงการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงรอบ ๆ ข้าง

2.3 รูปแบบของสเตก

การประเมินผลในรูปแบบของสเตก (Stake’s countenance model) เป็นรูปแบบการประเมินผลทั้งการยึดวัตถุประสงค์และไม่ยึดวัตถุประสงค์ เป็นการประเมินผลระหว่างการดำเนินโครงการและการประเมินผลสุดท้าย โดยมีแนวคิด คือ การให้ข้อมูลสนับสนุนการประเมินผล (countenance of evaluation) ประกอบด้วยส่วนพรรณนาและส่วนตัดสินคุณค่า เพื่อประเมินผล

สิ่งต่าง ๆ คือ 1) ปัจจัยเบื้องต้นหรือสิ่งนำ (antecedence) ซึ่งเป็นสภาพต่าง ๆ ที่มีอยู่ก่อนที่จะเริ่มโครงการ 2) การปฏิบัติ (transaction) คือ สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติหรือการดำเนินโครงการ เช่น การปฏิสัมพันธ์กันของบุคคล กิจกรรมของโครงการ และ 3) ผลลัพธ์สุดท้ายของโครงการตามแบบจำลองภาพ ดังภาพ 2.3



ภาพ 2.3 แบบจำลองการประเมินของสเตก
ที่มา: สิน พันธุ์พินิจ (2555, หน้า 149)

องค์ประกอบการประเมินตัวแปรปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์สุดท้ายของโครงการในส่วนของการบรรยายและส่วนการตัดสินคุณค่า ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ส่วนการพรรณนา (decriptive matrix) จะอธิบายถึงลักษณะความคาดหวัง (intended) และสิ่งที่เกิดขึ้นจริง (observed) ของปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์สุดท้ายก่อนที่จะตัดสิน คุณค่าปัจจัยดังกล่าว การพรรณนาต้องพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง และความสัมพันธ์เชิงตรรกะหรือเชิงเหตุผลสัมพันธ์ของความคาดหวังระหว่างปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ กับผลลัพธ์สุดท้าย สำหรับความสัมพันธ์เชิงตรรกะของสิ่งที่เกิดขึ้นจริงของปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ กับผลลัพธ์สุดท้าย จะพิจารณาจากข้อมูลที่รวบรวมได้ว่ามีผลปรากฏหรือผลเชิงประจักษ์ที่จะสนับสนุนให้เกิดเป็นจริงได้มากน้อยเพียงใด

2. ส่วนตัดสินคุณค่า (judgemental matrix) ประกอบด้วย มาตรฐานและการตัดสินคุณค่า ปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์สุดท้ายของโครงการ โดยผู้ประเมินผลต้องกำหนด

เกณฑ์หรือมาตรฐานที่เหมาะสมไว้ เพื่อเปรียบเทียบแล้วตัดสินคุณค่ากับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงหรือผลปรากฏเชิงประจักษ์ ถ้าหากว่าไม่สามารถกำหนดมาตรฐานเป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินคุณค่าปัจจัยต่าง ๆ ของโครงการที่ประเมินผลอยู่ได้ อาจเปรียบเทียบกับโครงการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ว่ามีความแตกต่างของปัจจัยเบื้องต้น การปฏิบัติ และผลลัพธ์สุดท้ายเป็นอย่างไร

2.4 รูปแบบของเบ็นเน็ตต์

การประเมินผลโครงการรูปแบบของเบ็นเน็ตต์ (Bennett's model) หรือเรียกว่ารูปแบบการประเมินผลเชิงประจักษ์ (evidence model) เป็นการประเมินผลที่ครอบคลุมตัวแปรหรือปัจจัยของโครงการแตกต่างจากรูปแบบซิป เพราะมุ่งเน้นการประเมินผลความสำเร็จของโครงการทั้ง 7 ด้าน แสดงตัวอย่างดังตาราง 2.3

ตาราง 2.3 ตัวอย่างรูปแบบการประเมินผลโครงการส่งเสริมการเกษตรของเบ็นเน็ตต์

เกณฑ์การประเมิน	ตัวอย่างปัจจัยเชิงประจักษ์
7. ผลลัพธ์สุดท้ายและผลได้ (outcome and result)	ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์สูงสุด การเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิต และมาตรฐานการครองชีพของเกษตรกร
6. การเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติ (practice change)	การยอมรับการเปลี่ยนแปลงในการประยุกต์เทคโนโลยีอันเนื่องมาจากการเรียนรู้ ทัศนคติ ทักษะ และความหวัง
5. การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และความหวัง (change in learning)	การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ ทักษะเชิงปฏิบัติ และความหวังของบุคคลเป้าหมาย
4. ปฏิกิริยาตอบสนอง (reaction)	ความรู้สึกของเกษตรกรต่อโครงการ ความพอใจ ความชอบโครงการ และการนำโครงการไปปฏิบัติ
3. การมีส่วนร่วมของเกษตรกร (involvement of farmer)	จำนวนเกษตรกรหรือบุคคลเป้าหมายที่เข้ามามีส่วนร่วมในการประชุม
2. กิจกรรม (activity)	การจัดสภาพการเรียนรู้ เรื่องที่จะนำไปส่งเสริม วิธีการปฏิสัมพันธ์ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การสาธิต
1. ปัจจัยนำเข้า (input)	ปัจจัยที่ใช้ในโครงการ เช่น ทรัพยากรบุคคล งบประมาณ เทคโนโลยี จำนวนการเยี่ยมเยียน

ที่มา: สิน พันธุ์พินิจ (2555, หน้า 150)

3. สาระของการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

สาระของการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การประเมินกระบวนการใน 6 ประเด็น และการประเมินผลลัพธ์ใน 4 ประเด็น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (จินตนา กาญจนวิสุทธ์, 2559, หน้า 106 - 114)

3.1 การประเมินกระบวนการ

3.1.1 ทิศทางวิสาหกิจชุมชน พิจารณาแนวทางการกำหนดทิศทางดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องการบริหารองค์กร และความรับผิดชอบต่อชุมชน ทั้งในส่วนของผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

3.1.2 การวางแผนการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกันเพื่อจุดมุ่งหมายในการนำแนวความคิด กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย และทิศทางในการผลิตหรือบริการไปสู่ผู้รับบริการของวิสาหกิจชุมชน และการแปลงแนวคิดเป็นแผนดำเนินการวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับแผนแม่บทชุมชนแบบมีส่วนร่วม ตลอดจนแสดงถึงการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติตามแผนไปสู่สมาชิก การติดตามควบคุมและการปรับแผน เพื่อให้ดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมาย ซึ่งมุ่งเน้นใน 3 ประเด็น ได้แก่ ครอบครัวพึ่งตนเอง ชุมชนเครือข่ายพอเพียง และธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ

3.1.3 การบริหารการตลาด มุ่งเน้นให้วิสาหกิจชุมชนนำไปใช้เพื่อทำความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้าและตลาด ซึ่งมีทั้งตลาดภายในและภายนอก โดยมุดมุ่งหมายในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนเป็นหลัก มีการบริหารเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมการผลิตและการบริการ ที่มีความสัมพันธ์ เกื้อกูลกน และส่งเสริมซึ่งกันและกัน สร้างความประทับใจ ความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับลูกค้า การรับฟังข้อมูลความพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้มีการเรียนรู้ทำความเข้าใจลูกค้าและตลาด เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนร่วมกันดูแลทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน ให้มีใช้อย่างสมดุลตลอดไป

3.1.4 การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร เป็นประเด็นที่สำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร วิสาหกิจชุมชนเองต้องดำเนินการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลอย่างมีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความพร้อมและสะดวกในการนำมาใช้งาน ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหชุมชนได้เป็นอย่างดี

3.1.5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้นการบริหารจัดการชุมชน ได้แก่ คน ความรู้ ความสามารถ ภูมิปัญญาของชุมชน และเครือข่าย ภายใต้กระบวนการตัดสินใจในการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับแผนดำเนินการวิสาหกิจชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้สามารถนำไปบริหารจัดการ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และขยายผลสู่เครือข่าย ทำให้เครือข่ายสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

3.1.6 กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ มุ่งเน้นกระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ ในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จและเติบโตของกิจการ

3.2 การประเมินผลลัพธ์

3.2.1 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เป็นการประเมินผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานและแนวโน้มในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่

1) ด้านประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน เป็นการตรวจประเมินผลสำเร็จตามเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องการลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้

2) ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ เป็นการตรวจประเมินผลสำเร็จของสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน โดยประเมินเรื่องคุณภาพของสินค้า ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ความมีเอกลักษณ์หรือความโดดเด่นของสินค้าและบริการ การวิจัยและพัฒนาสินค้า และการบริการใหม่

3) ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เป็นการตรวจประเมินผลสำเร็จหรือประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและการให้บริการ โดยพิจารณาในเรื่อง การลดต้นทุนการผลิต/การบริการ การลดความสูญเสีย การควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต การสร้างนวัตกรรมในระบบงาน หรือการพัฒนากระบวนการผลิต

4) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นการตรวจประเมิน ผลกระทบจากการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาในเรื่อง ความสำเร็จของแผนและกิจกรรม ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของสมาชิก และความพึงพอใจของสมาชิก ในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีประเด็นการประเมินแสดงดังตาราง 2.4

ตาราง 2.4 ประเด็นการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
การประเมินกระบวนการ		
1. ทิศทางของวิสาหกิจชุมชน	1.1 การบริหารองค์กร	
	1) การกำหนดทิศทาง	1.1) กำหนดเป้าหมายและทิศทาง 1.2) มีส่วนร่วมของสมาชิกในการกำหนดเป้าหมายและทิศทาง
	2) การดำเนินการ	2.1) กำหนดโครงสร้างบริหารองค์กรและการแบ่งหน้าที่

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
		2.2) กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ 2.3) จดบันทึกการเงิน/บัญชี 2.4) เปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก
	3) การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์	3.1) บริหารจัดการทุน 3.2) จัดสรรรายได้และผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก
	4) การทบทวนการดำเนินการ	4.1) ทบทวนผลการดำเนินการ 4.2) นำปัญหาในการดำเนินการไปแก้ไขปรับปรุง
	1.2 ความรับผิดชอบต่อชุมชน	
	1) การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม การกำหนดเป้าหมายด้านจริยธรรม	ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า สินค้า บริการและต่อตนเอง การไม่เอาเปรียบ ซื่อสัตย์ ตรงเวลา สินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย
	2) ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
	3) การให้การสนับสนุนชุมชน	3.1) เข้าร่วมหรือให้การสนับสนุนกิจกรรม 3.2) บริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับชุมชน 3.3) ผู้นำได้แสดงบทบาทในด้านนี้
	4) การจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน	4.1) วางแผนหรือแนวทางจัดสรรรายได้ ได้แก่ สมาชิกชุมชน 4.2) จัดสรรรายได้เป็นสวัสดิการแก่สมาชิกหรือชุมชน
2. การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	2.1 กระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผน	
	1) กระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	1.1) เก็บรวบรวมข้อมูล 1.2) วิเคราะห์ข้อมูล 1.3) ทำแผนแบบมีส่วนร่วม
	2) เป้าหมายของแผน	2.1) กำหนดเป้าหมายของแผนเชิงปริมาณ เช่น จำนวนการผลิต บริการ

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
		การลงทุน รายจ่าย รายได้ จำนวนการให้สวัสดิการชุมชนฯ 2.2) กำหนดเป้าหมายของแผนเชิงคุณภาพ เช่น การคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า/บริการ คุณภาพชีวิต สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น
	2.2 การจัดทำแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ	
	1) การจัดทำแผนปฏิบัติงาน	กำหนดรูปแบบและรายละเอียด เช่น ใครทำ ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ กับใคร อย่างไร
	2) การถ่ายทอดแผนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง	2.1) กำหนดวิธีการในการชี้แจง 2.2) ทำความเข้าใจในการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ 2.3) ให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจแผนในทิศทางเดียวกัน 2.4) ดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนให้บรรลุผลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพที่วางไว้
	3) การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้	สนับสนุนให้สมาชิกดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เช่น มีการติดตามเป็นระยะ มีระยะเวลากำหนดการดำเนินงานตามแผน
	4) การควบคุมแผนและการปรับแผน	ควบคุมการดำเนินงานตามแผน เช่น 4.1) กำหนดระยะเวลาส่งมอบผลผลิตต่อสมาชิกและลูกค้า 4.2) กำหนดผู้รับผิดชอบ 4.3) กำหนดวิธีการควบคุมดูแลการปฏิบัติให้สามารถทำได้ตามแผน หรือสามารถปรับแผนตามสถานการณ์ได้
	5) มีการคาดการณ์ความสำเร็จของแผน	คาดการณ์ความสำเร็จของแผน เพื่อ 5.1) สร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิก เช่น การส่งสินค้าสู่ตลาด 5.2) เตรียมความพร้อมในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามแผนที่กำหนด

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
		5.3) ใช้ข้อมูลที่มีอยู่มาวิเคราะห์พิจารณาในการคาดการณ์
3. การบริหารตลาด	1) กำหนดแหล่งจำหน่าย/แหล่งบริการลูกค้าเป้าหมาย	1.1) วิธีการในการกำหนดแหล่งจำหน่ายสินค้า/บริการ 1.2) รู้ว่าใครคือลูกค้า จำแนกลูกค้าเป้าหมายได้ 1.3) นำข้อมูลต่าง ๆ มาพิจารณาร่วมกันได้
	2) การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด	2.1) มีวิธีการในการติดตามความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง 2.2) เรียนรู้และพัฒนาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง 2.3 นำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการผลิตครั้งต่อ ๆ ไป
4. การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร	1) การจัดการความรู้	1.1) การรวบรวม ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น 1.2) การแสวงหาความรู้ใหม่ 1.3) การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
	2) ความพร้อมการใช้งานของข้อมูล	2.1) ระบบการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน 2.2) การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก
5. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	1) การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก	1.1) มีวิธีการกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของการรับสมาชิกใหม่และเครือข่าย 1.2) สมาชิกเข้าใจในกฎระเบียบและเงื่อนไขของวิสาหกิจชุมชน 1.3) ดำเนินกิจกรรมเชื่อมโยงอย่างมั่นคงและยั่งยืน
	2) การพัฒนาผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	2.1) มีวิธีการในการพัฒนาคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกให้มีความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการและดำเนินงานได้คล่องตัว ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
		2.2) มีแนวทางการพัฒนาอย่างตามลำดับขั้นตอนและสอดคล้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ หรือไม่
	3) การสร้างขวัญ กำลังใจ ความพึงพอใจ และแรงจูงใจ	3.1) มีระบบและวิธีการของวิสาหกิจชุมชนในการสร้างขวัญและกำลังใจในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน 3.2) มีระบบการดำเนินการที่เหมาะสมทั่วถึงและเป็นธรรม 3.3) มีการให้ผลตอบแทนทั้งด้านการเงิน สวัสดิการ และการสนับสนุนยกย่องชมเชย
	4) การประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิก	4.1) มีแนวทางในการติดตามและวัดความก้าวหน้า หรือปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานและปรับปรุงการดำเนินงานของสมาชิก 4.2) มีการกำหนดเป็นทีมงานหรือคณะทำงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อติดตามประเมินผลงาน 4.3) มีการแจ้งผลให้สมาชิกทราบ 4.4) มีการนำผลไปปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
6. กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ	1) การบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	1.1) ระดับภายในองค์กร 1.1.1) มีวิธีการจัดการกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการภายในกิจการสัมพันธ์และต่อเนื่องกัน 1.1.2) มีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต 1.2) ระดับภายนอกองค์กร 1.2.1) มีวิธีการจัดการกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการที่เชื่อมโยงและเกื้อกูลกับกิจกรรมวิสาหกิจอื่น ๆ ในชุมชน 1.2.2) มีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต
	2) ผลิตภัณฑ์และระบบที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ (การจัดการสินค้าและบริการ)	2.1) มีการกำหนดขั้นตอนกระบวนการและระบบในการผลิตสินค้าหรือบริการ

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
		2.2) ควบคุมคุณภาพ ความสม่ำเสมอของสินค้าหรือบริการ 2.3) มีการนำข้อมูลจากลูกค้า ความรู้และเทคโนโลยี มาปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ 2.4) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 2.5) สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีสม่ำเสมอ และเป็นที่พอใจของลูกค้า
	3) การควบคุมระบบงาน	3.1) มีการป้องกันความผิดพลาดในระบบงาน 3.2) ปรับปรุงและพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง 3.3) มีวิธีการควบคุม และป้องกันให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามขั้นตอนหรือเป้าหมายที่กำหนด 3.4) ปรับปรุงและพัฒนาวิธีการของระบบการทำงานดีขึ้น
การประเมินผลลัพธ์ (ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน)		
1. ประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน	1) ลดรายจ่าย	1.1) ลดรายจ่ายในการดำเนินงาน 1.2) ลดการซื้อสินค้าจากภายนอก
	2) เพิ่มรายได้	มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน
	3) มีคุณภาพชีวิตดี พึ่งตนเองได้	3.1) มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น 3.2) ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข 3.3) ดำรงชีวิตอย่างพอเพียง 3.4) หนี้สินลดลง
2. คุณภาพสินค้าและบริการ	1) คุณภาพความปลอดภัย	1.1) สินค้ามีคุณภาพดี 1.2) มีกระบวนการผลิตและให้บริการที่ดี 1.3) สินค้ามีความปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพ และได้รับการตอบรับจากลูกค้า
	2) การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ	2.1) มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่เหมือนใคร 2.2) สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด

ประเด็น	สิ่งที่ประเมิน	ตัวอย่าง
3. ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	1) ลดต้นทุน	1.1) ลดต้นทุนการผลิต เช่น ใช้วัตถุดิบหรือวัสดุที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก 1.2) ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในการดำเนินงาน
	2) มีคุณภาพของระบบงาน	ลดความผิดพลาดและการสูญเสียในระบบการผลิตและบริการได้
4. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	1) ความสำเร็จของแผนและกิจกรรม	การดำเนินงานบรรลุตามแผนที่วางไว้
	2) ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	2.1) ผลกระทบด้านบวก คนในชุมชนมีงานทำ มีสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของชุมชน คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น 2.2) ผลกระทบด้านลบ เช่น สภาพแวดล้อมเสียหาย เกิดมลพิษ เป็นต้น
	3) การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของสมาชิก	3.1) สมาชิกมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น 3.2) สมาชิกเกิดทักษะในการทำงาน 3.3) สมาชิกสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ 3.4) ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ
	4) ความพึงพอใจของสมาชิก	4.1) มีความสนใจและกระตือรือร้นที่จะร่วมกิจกรรม 4.2) มีความพึงพอใจจากการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน 4.3) มีรายได้เพิ่มขึ้น 4.4) ได้รับสวัสดิการ 4.5) ได้รับการยอมรับ

ที่มา: จินตนา กาญจนวิสุทธ์ (2559, หน้า 108 - 114)

4. การประเมินการดำเนินโครงการวิจัย/บริการวิชาการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน

สำหรับการประเมินการดำเนินโครงการวิจัย/บริการวิชาการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชนนั้น ผู้ประเมินจะต้องสร้างและประเมินตามตัวชี้วัด วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย โดยมีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ตามที่ออกแบบประเมินไว้ ซึ่งอาจจะใช้แบบสอบถามอย่างเดียว หรือใช้แบบสอบถาม

ร่วมกับแบบสัมภาษณ์ การยกตัวอย่าง ตัวชี้วัดหรือประเด็นการประเมินการดำเนินงาน เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (จินตนา กาญจนวิสุทธ์, 2563, หน้า 121 - 122)

4.1 จำนวนสมาชิกของกลุ่ม เป็นตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน เช่น มีจำนวนสมาชิกไม่น้อยกว่า 5 คน

4.2 ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มอาชีพ เป็นประเด็นการประเมิน เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

4.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีตัวชี้วัด เช่น ความสะอาด ความเรียบร้อย ความมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลักษณะของบรรจุภัณฑ์และฉลากมีความเหมาะสม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ต้องมีมาตรฐานรองรับ

4.2.2 ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีประเด็นการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1) กระบวนการกลุ่ม มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มของประธานกลุ่ม คณะกรรมการ และสมาชิก มีการแบ่งหน้าที่การทำงานที่ชัดเจน มีการหาแนวทางให้ทุกคนได้ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ มีการขจัดปัญหาความขัดแย้ง

2) การบริหารจัดการการผลิต มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ มีการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำสุด

3) ด้านการเงินและบัญชี แบ่งการประเมินออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

3.1) ด้านการเงิน มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการกำหนดวงเงินสด ที่เก็บรักษาไว้ในกลุ่ม มีการกำหนดผู้รับผิดชอบด้านการเงิน มีการจัดทำเอกสารการรับ-จ่ายเงิน เป็นต้น

3.2) ด้านการบัญชี มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินในการจัดทำทะเบียนหุ้น มีทะเบียนคุมวัตถุดิบ มีทะเบียนคุมเจ้าหนี้ มีการจัดทำรายงานกำไร-ขาดทุน เป็นต้น

4.2.3 รายได้สุทธิของกลุ่ม ต้องมีตัวชี้วัดเกี่ยวกับ การตั้งเป้าหมาย เช่น มีการประเมินสมาชิกของกลุ่มอาชีพทุกคนมีรายได้สุทธิจากกลุ่มไม่น้อยกว่า 2,000 บาท/คน/ปี

4.2.4 ตลาดพึ่งตนเอง สามารถแบ่งการประเมินออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1) มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายในตลาดพึ่งตนเอง ซึ่งเป็นตลาดที่สมาชิกกลุ่มอาชีพเป็นผู้จัดหา และเจรจาต่อรองด้วยตนเอง และทั้งสองฝ่ายได้รับผลประโยชน์เชิงธุรกิจที่น่าพอใจ มีตัวชี้วัด เช่น มีการตั้งเกณฑ์การประเมินผลที่ร้อยละ 20 ขึ้นไป กลุ่มจึงผ่านการประเมิน

2) แหล่งตลาดพึ่งตนเอง อาจมีการตั้งเกณฑ์การประเมิน เช่น มีจำนวนแหล่งตลาดพึ่งตนเองมากกว่าปีที่ผ่านมา กลุ่มจึงผ่านการประเมิน

4.2.5 พฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อกิจกรรมส่วนรวม สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1) ระดับครอบครัว มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการนำรายได้มาช่วยจุนเจือครอบครัว มีการดูแลสุขภาพและอาหารการกินของสมาชิกในครอบครัว ให้เป็นไปอย่างถูกสุขลักษณะ มีการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีความขยัน มีการใช้เงินหรือใช้สิ่งของอย่างคุ้มค่า และมีการอดออม เป็นต้น

2) ระดับกลุ่ม มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการมาร่วมปฏิบัติงานและร่วมประชุมกลุ่ม มีการมาปฏิบัติงานและประชุมเป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม และมีน้ำใจและเสียสละ เป็นต้น

3) ระดับชุมชน มีตัวชี้วัด เช่น มีการประเมินการไปร่วมงานของชุมชน มีการเสียสละบริจาคเงิน สิ่งของ มีแรงงานให้ชุมชน และมีการช่วยเหลือดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสมบัติส่วนรวม เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพชรไพรริน อุปปิง, และฐานิตย์ เกษร (2558, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดสกลนคร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านสงเปลือย ตำบลไฮหย่อง อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร ผู้ศึกษาสนใจเรื่องนี้เนื่องจากผ้าฝ้ายย้อมครามในจังหวัดสกลนครได้รับการส่งเสริมจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ โดยให้จัดตั้งกลุ่มผ้าย้อมครามเป็นอาชีพเสริมแก่เกษตรกร และให้อนุรักษ์ผ้าพื้นเมืองประจำท้องถิ่นในจังหวัดสกลนคร งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเชิงลึกกับประธานและสมาชิกกลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายมัดย้อมบ้านสงเปลือย ตำบลไฮหย่อง อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์แบบบรรยายเชิงพรรณนาโดยใช้ทฤษฎีอ้างอิง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในมีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายมัดย้อมบ้านสงเปลือย ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การส่งเสริมจากรัฐบาล และการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าครามในจังหวัดสกลนคร และปัจจัยภายในได้แก่ การบริหารจัดการกลุ่มแบบครอบครัวการมีฝีมือ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของสมาชิกในกลุ่ม สรุปได้ว่า ทั้งปัจจัยภายนอกและภายในมีส่วนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มแปรรูปผ้าคราม บ้านสงเปลือย ตำบลไฮหย่อง อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนครประสบความสำเร็จ

พิสิฐ ลี้อาธรรม, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, และพิมลพรรณ บุญเสนา (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินความยั่งยืนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อติดตามประเมินผลความยั่งยืน และเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนในอดีตกว่า 368 กลุ่มที่

ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เคยเข้าไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน แพร่ ลำปาง ลำพูน พะเยา และแม่ฮ่องสอน ซึ่งสามารถรวบรวมข้อมูลได้ จำนวน 206 กลุ่ม โดยเป็น กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ จำนวน 167 กลุ่ม (ร้อยละ 81.07) และเลิกการประกอบการไปแล้ว จำนวน 39 กลุ่ม (ร้อยละ 18.93) ในกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ ประเภทอาหาร พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 936,550 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรอง และมีรสชาติอร่อย กลุ่มประเภทเครื่องดื่ม พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 1,495,714 บาทต่อปี สินค้าได้รับการรับรองจาก อย. ระดับมากที่สุด ไม่มีผลข้างเคียง รสชาติอร่อยหรือแตกต่างจากคู่แข่ง และใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย กลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 944,600 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม มีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง มีการออกแบบ รูปแบบสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น กลุ่มประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 1,445,600 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม มีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี กลุ่มประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 1,320,667 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น แข็งแรง ทนทาน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี ส่วนด้านการบริหารจัดการ พบว่า ทุกกลุ่ม กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ จะเป็นกลุ่มที่มีผู้นำที่ดีมีความเข้มแข็ง ทุกคนตั้งใจทำงาน มีการตั้งกฎระเบียบที่เอื้อต่อการทำงานกลุ่ม และทุกคนยอมรับปฏิบัติตาม มีการจัดทำบัญชีการเงิน มีการปันผล มีเงินทุนหมุนเวียนและสะสมทุนอยู่เสมอ ส่วนแรงงานผู้ผลิตก็มีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ความสามารถ มีแรงงานสนใจเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน และภูมิปัญญา พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในชุมชน อุปกรณ์เทคโนโลยีในการผลิตเหมาะสมกับการผลิต สามารถใช้งานได้ดี ใช้แรงงานในชุมชน และมีการสืบทอดภูมิปัญญา ด้านการตลาด กลุ่มมีรูปแบบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีแหล่งจำหน่าย มีช่องทางการตลาดหลายกลาย มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง การตั้งราคาก็มีความเหมาะสมเพื่อให้ได้กำไร สำหรับกลุ่มที่เลิกการประกอบการไปแล้ว ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ส่วนใหญ่การยกเลิกกลุ่มในช่วงปี พ.ศ.2552, 2555 - 2556 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มต้องยกเลิกไม่สามารถประกอบกิจการต่อได้เนื่องมาจากด้านการตลาดเป็นสำคัญ คือ กลุ่มจำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ทำให้จำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง ขาดแรงงานผู้ผลิต ขาดแรงงานที่มีฝีมือ สมาชิกกลุ่มแยกกันไปทำเป็นธุรกิจส่วนตัว บางกลุ่มมีสมาชิกที่มีอายุมาก สุขภาพไม่แข็งแรง ทำให้ไม่มีผู้สืบทอด ด้านวัตถุดิบ พบว่าประสบปัญหาวัตถุดิบหายากและราคาแพง ผู้นำกลุ่มไม่มีเวลาดูแลกลุ่ม ออกไปตั้งกลุ่มใหม่ ทำให้ไม่มีแกนนำ จึงประสบภาวะขาดทุนและไม่สามารถประกอบการต่อได้

ทักษญา สง่าโยธิน (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งวิสาหกิจชุมชนในประเทศ และวิสาหกิจชุมชนต่างประเทศ จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งหมด 16 แห่ง พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ค้นพบเรียงตามระดับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบการบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมการผลิตและการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้างเครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม

วันชัย ซันประสิทธิ์ (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ประกอบการ OTOP ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2559 รวมจำนวนทั้งสิ้น 360 ราย ทั้งนี้โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัย พบว่าสรุปปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัย 9 ด้าน แต่พอมาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา พบว่ามีปัจจัยเพิ่มขึ้นอีก 1 ด้าน คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ รวม 10 ด้าน ดังนั้นปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วย 10 ด้าน คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการเงินและการบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการแรงงาน ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านผู้นำด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดและด้านความเข้มแข็งของชุมชน

มะลิวัลย์ รอดกำเนิด, พรรณพิมล ก้านกนก, ปาจรีย์ ผลประเสริฐ, และณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ (2562, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในเขตภาคเหนือ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการและปัจจัยด้านศักยภาพในการจัดการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) สร้างรูปแบบการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ (3) ประเมินและนำเสนอรูปแบบการจัดการของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การศึกษาแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ศึกษาสภาพการจัดการและปัจจัยด้านศักยภาพในการจัดการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสุด

ยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth-interview) ผู้บริหารของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ 6 คน และตรวจสอบข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริโภค และคนกลางที่รับไปจำหน่าย 541 คน ขั้นที่ 2 การสร้างรูปแบบการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงทรงคุณวุฒิ กลุ่มละ 9 คน 2 กลุ่ม ขั้นที่ 3 การประเมินรูปแบบการจัดการของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 11 คน ในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความถูกต้องครอบคลุม และความเป็นประโยชน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลการศึกษา พบว่า สภาพการจัดการและปัจจัยด้านศักยภาพในการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามความเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เป็นจริงมาก เช่นเดียวกันกับผลความพึงพอใจของผู้บริโภคและคนกลางที่รับไปจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก และผลการประเมินรูปแบบของผู้ทรงคุณวุฒิในภาพรวมมีความความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความถูกต้องครอบคลุม และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก รูปแบบการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นและผ่านการตรวจประเมินแล้ว ประกอบด้วย องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยป้อน คือ 1) ภาวะผู้นำ 2) ศักยภาพบุคลากร 3) นวัตกรรมและเทคโนโลยี 4) ชุมชนและการสร้างเครือข่าย 5) การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน องค์ประกอบที่เป็นกระบวนการถ่ายโยง คือ 1) แผนกลยุทธ์ 2) การจัดการด้านการผลิต 3) การจัดการด้านการตลาด 4) การจัดการด้านการเงินและบัญชี องค์ประกอบที่เป็นผลลัพธ์ คือ 1) ความพึงพอใจของผู้บริโภค 2) ยอดขาย 3) กำไรสุทธิ 4) จำนวนลูกค้า และ 5) จำนวนคนกลางที่รับไปจำหน่าย

ฤดี เสริมชยุต, และวันทนีย์ แสนภักดี (2562, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนโดยใช้ องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของใช้อรัญญิก ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินธุรกิจชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้อรัญญิก ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างปัจจัยเหล่านั้นให้อยู่ในลักษณะที่เอื้อต่อการเกิดความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกต รวมทั้งการเปิดเวทีแสดงความคิดเห็นผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิ และปราชญ์ชาวบ้าน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอรรถาธิบายและพรรณนาความ ผลการวิจัยพบว่า องค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น องค์ความรู้ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัย ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่นถือว่าเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและชื่อเสียงให้ผลิตภัณฑ์อรัญญิกจนเป็นที่ยอมรับของตลาด ปัจจัยสำคัญที่มีผล

ต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน คือ กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน กระบวนการด้านวัฒนธรรม ระบบความสัมพันธ์ในชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น เดิมทั้ง 5 ปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จทั้งสิ้น แต่ปัจจุบันผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อรัญญิกเป็นรุ่นที่ 2 รุ่นที่ 3 ทำให้ขาดความเชื่อมโยงกัน โดยเฉพาะกระบวนการทางวัฒนธรรม ที่เคยหล่อหลอมผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน อย่างประเพณีไหว้ครูบูชาเตาค่อย ๆ หายไป และเป็นการทำตามความสะดวกของแต่ละบ้านมากว่าจะเป็นการร่วมกันทำเหมือนในอดีต แต่สิ่งหนึ่งที่ยังเป็นความเข้มแข็งของชุมชน คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผู้นำชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามเข้าไปช่วยขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือ และนำมาใช้เป็นฐานในการกำหนดรูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและใช้เป็นตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชน แนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างปัจจัยเหล่านั้น ให้อยู่ในลักษณะที่เอื้อต่อการเกิดความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง คือการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานสำคัญเพราะเป็นจุดแข็งและปัจจัยที่ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้และผู้ซื้อสินค้า เน้นการใช้ตราสินค้าที่บ่งบอกความเป็นอรัญญิก เสริมด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างกระบวนการเรียนรู้ และการสร้างเครือข่าย ซึ่งทั้งหมดต้องอาศัยกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม เพื่อที่จะคงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน ต้องมุ่งเน้นไปที่องค์ความรู้เป็นฐานราก โดยต่อยอดและสืบทอดองค์ความรู้เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง นอกจากนั้นธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการตามแนวทางสมัยใหม่ ใช้การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่าย มาสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ภูมิปัญญาที่มี นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด จึงจะสามารถทำให้ธุรกิจชุมชนแข็งแกร่งและยั่งยืนได้

พชรพร วงษ์วาน (2563, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน 2) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน และ 3) แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 24 คน โดยการจัดสนทนากลุ่ม และสมาชิกจำนวน 24 คน และประธานหรือรองประธาน จำนวน 24 คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 72 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดสนทนากลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จมากที่สุด การบริหารจัดการที่ดีจะครอบคลุมถึงการบริหารจัดการของกลุ่มในทุกด้าน รองลงมา คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนพบว่าการผลิตไม่มี

คุณภาพตามที่ต้องการ รวมทั้งมีการผลิตไม่ต่อเนื่องเพราะขาดวัตถุดิบในการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการแข่งขันทางตลาด การบริหารจัดการกำหนดหน้าที่ของสมาชิกภายในกลุ่มไม่ชัดเจน มีความรู้น้อยในการบริหารทางการเงิน การจัดทำบัญชี ด้านการมีส่วนร่วมในกลุ่มสมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมไม่ครบทุกครั้งและมีส่วนร่วมไม่ครบทุกขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม และ มีการสื่อสารข้อมูลระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มและหน่วยงานภายนอกน้อย และ 3) แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปรับปรุงวิธีการผลิตให้มีคุณภาพ มีการสร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นให้หลากหลาย ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายมากขึ้น ปรับปรุงการบริหารจัดการให้ครอบคลุมทุกด้าน จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และสามารถบริหารงานการเงินได้ตามความเป็นจริง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสมาชิกในกลุ่ม และหาความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อออนไลน์

รติมา พงษ์อริยะ, และสุภาค์พรรณ ตั้งตรงไพโรจน์ (2563, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) กับการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว้า ตำบลวังหว้า อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ซึ่งการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทและกระบวนการทำงานของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังหว้า จังหวัดระยอง 2) ศึกษาพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังหว้าหลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ U2T 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังหว้า หลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูล ได้แก่ ชาวบ้าน คณะทำงานโครงการ U2T และเจ้าหน้าที่รัฐในพื้นที่ศึกษา รวมถึงนักวิจัยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งกำหนดวิธีเลือกโดยการเจาะจง จำนวน 27 คน และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การทำงานของโครงการมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน คิดกิจกรรมการอบรมที่ชาวบ้านต้องการเพื่อตอบสนองและแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ 2) พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนดีขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการช่วยเหลือของโครงการ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลังดำเนินการตามโครงการ คือ ความรู้ความสามารถ การเอาใจใส่ต่อโครงการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ความร่วมมือจากชาวบ้าน การมีทุนทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างการมีส่วนได้ให้ชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้โครงการดำเนินการได้อย่างราบรื่น

ศิณาภรณ์ หู้เต็ม (2564, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรรระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 320 คน จังหวัดนนทบุรี เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามสำหรับศึกษาเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าตามวิธีของครอนบาค (Cronbach’s Alpha – coefficient) จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี มากที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือด้านภาระงาน ด้านโครงสร้างองค์การ และด้านคน เมื่อพิจารณาความสำเร็จทางธุรกิจที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) อยู่ในระดับมาก ระดับมากที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ ระดับรองลงมา คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจพิจารณาเป็นรายคู่ อยู่ในระดับสูงมาก มีความสัมพันธ์กันในลักษณะคล้อยตามกันทุกคู่ สูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านคน และด้านภาระงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

วิธีการศึกษา

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview)
4. การวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ (SING CHAVA Model)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกดังนี้

1. โครงการบริการวิชาการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เข้าไปดำเนินโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ซึ่งมีจำนวน 25 โครงการ นำทุกโครงการที่มีการดำเนินการมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินโครงการได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 21 โครงการ เนื่องจากมีจำนวน 4 โครงการ ขอยกเลิกดำเนินการเนื่องจากประสบปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ปีงบประมาณ (จำนวนโครงการ)				
2562	**2563**	**2564**	**2565**	**รวม**
5	8*	8*	4	25

* ปีงบประมาณ 2563 ยกเลิกจำนวน 3 โครงการ ปีงบประมาณ 2564 ยกเลิกจำนวน 1 โครงการ รวม 4 โครงการ

2. ผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ซึ่งมีจำนวน 16 กลุ่ม จาก 21 โครงการ (เนื่องจากมีบางกลุ่มที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการต่อเนื่อง 2 – 3 ปี) ใช้วิธีการคัดเลือกมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability

Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยกำหนดเป้าหมายให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างมาเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูลหลักมากที่สุด ได้กลุ่มตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งสิ้น 13 กลุ่ม จำนวน 22 คน

3. ผู้นำชุมชน การที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสิงห์บุรี จะต้องประสานกับผู้นำชุมชนหรือเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินโครงการ หรือเป็นผู้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ฯลฯ จึงต้องรับทราบความคิดเห็นจากผู้นำชุมชน โดยคัดเลือกมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และเข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้ผู้นำชุมชนมาเป็นตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน

4. หน่วยงานในพื้นที่ เนื่องจากการที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสิงห์บุรี จะต้องมีหน่วยงานในพื้นที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบหรือเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินโครงการ หรือเป็นผู้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานประมง สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ ฯลฯ จึงต้องรับทราบความคิดเห็นจากตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยคัดเลือกมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้ตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน

5. อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ใช้วิธีการคัดเลือกมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในลักษณะขอความร่วมมือเข้ามาร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสะท้อนปัญหาในการดำเนินโครงการ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้การดำเนินโครงการในปีงบประมาณต่อ ๆ ไป มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยได้ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน

6. กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่มีการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการชุมชนจำนวน 16 กลุ่ม โดยคัดเลือกจากผู้กลุ่มประกอบการที่มีศักยภาพมากที่สุด จำนวน 1 กลุ่ม ซึ่งได้มาจากการสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้แก่ กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย นำมาศึกษาเป็นผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบเพื่อให้ได้โมเดลต้นแบบในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือจากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินโครงการวิจัย/บริการวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แบบสังเคราะห์ข้อมูลโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จังหวัดสิงห์บุรี เป็นแบบสังเคราะห์ข้อมูลแบบโครงสร้าง กำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ ได้แก่ จำนวนโครงการที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการ งบประมาณที่จัดสรร ประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทผู้ประกอบการ รายละเอียดแต่ละโครงการ ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

2. แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการชุมชน ได้แก่ประธานกลุ่มหรือสมาชิกกลุ่ม เป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structured interview) ใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มีประเด็นคำถามหลักจำนวน 5 ประเด็นหลัก ได้แก่

2.1 Ice-breaking

2.2 ภาพรวมด้านโครงการบริการวิชาการ

2.3 ประโยชน์ที่ได้รับการทำอาชีพที่เกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.4 ผลกระทบจากโครงการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีต่อชุมชน

2.5 การทำงานของชุมชนกับหน่วยงานต่าง ๆ

3. แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน เป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structured interview) ใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มีประเด็นคำถามหลักจำนวน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

3.1 Ice-breaking

3.2 ภาพรวมด้านโครงการบริการวิชาการ

3.3 ผลกระทบจากโครงการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีต่อชุมชน

3.4 การทำงานของชุมชนกับหน่วยงานต่าง ๆ

4. แบบสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structured interview) เป็นคำถามชนิดปลายเปิด (Open Ended Question) มีประเด็นคำถาม จำนวน 8 ข้อ

5. แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ เป็นการค้นหาศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบจังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาเป็นโมเดลต้นแบบในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี โดยแบ่งเนื้อหาแบบสัมภาษณ์เป็น 7 หมวด รวม 48 ข้อ ได้แก่

หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหาร จำนวน 8 ข้อ

หมวดที่ 2 เงินทุนและการวางแผน จำนวน 11 ข้อ

หมวดที่ 3 การบริหารตลาด จำนวน 5 ข้อ

หมวดที่ 4 ด้านการผลิตและให้บริการ จำนวน 3 ข้อ

หมวดที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือพนักงาน จำนวน 6 ข้อ

หมวดที่ 6 ผลลัพธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 12 ข้อ

หมวดที่ 7 การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก จำนวน 3 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำเครื่องมือวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบกลั่นกรองเรียบร้อยแล้วไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

1. การสังเคราะห์ข้อมูลโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1) ประสานงานกับสถาบันวิจัยและพัฒนาเพื่อรวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจำนวนโครงการบริการวิชาการที่ได้รับงบประมาณในปี 2562 – 2565 ได้แก่ จำนวนโครงการจำแนกรายปี จำนวนงบประมาณที่ได้รับแต่ละโครงการ ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าไปดำเนินโครงการงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

2) รวบรวมข้อมูลรายงานผลการดำเนินโครงการที่ผู้รับผิดชอบโครงการรายงานต่อคณะวิชาเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินโครงการ ผลที่เกิดขึ้นจากดำเนินโครงการต่อชุมชน ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ

3) สังเคราะห์ข้อมูลจากหนังสือสรุปผลการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย

4) สัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบโครงการ (กรณีไม่สามารถหาข้อมูลการดำเนินโครงการจากเอกสารรายงานผลการดำเนินโครงการจากแหล่งต่าง ๆ ได้)

โดยทำการสังเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2566

2. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการชุมชน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ประธานกลุ่มหรือสมาชิกกลุ่มที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง โดยมีการบันทึกเสียง บันทึกภาพ ลักษณะการสัมภาษณ์มีทั้งแบบเดี่ยว และสัมภาษณ์กลุ่มขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละกลุ่ม เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2566

3. การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรม Zoom Cloud Meetings ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง มีการบันทึกเสียง บันทึกภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2566

4. การสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนจากโครงการบริการวิชาการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเข้าไปดำเนินโครงการ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรม Zoom Cloud Meetings ตามประเด็นคำถามที่กำหนด ดำเนินการสนทนากลุ่มในวันที่ 29 สิงหาคม 2566

5. การวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ (SING CHAVA Model) เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่ถูกคัดเลือกจำนวน 1 กลุ่ม คือ กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อประเมินศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบจังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน เพื่อให้ได้โมเดลต้นแบบในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินศักยภาพในเดือนสิงหาคม 2566

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1. ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร นำเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อสรุปผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จังหวัดสิงห์บุรี สรุปแปลผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้รับผิดชอบโครงการ นำมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยความสำเร็จและศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชน สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบนำมาวิเคราะห์ สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การนำเสนอข้อมูล ใช้วิธีการพรรณนาโวหารตามวัตถุประสงค์การวิจัย

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการวิเคราะห์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ เก็บรวมรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่ ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2566 โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อสังเคราะห์ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัย

1. ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

1.1 การดำเนินงานตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีดำเนินงานตามพันธกิจสำคัญประการหนึ่งของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น โดยตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562 เป็นต้นมา กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏได้รับงบประมาณด้านยุทธศาสตร์เพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่บริการ สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีได้มีบทบาทสำคัญในการท้องถิ่นและบริการวิชาการรับใช้สังคม ในพื้นที่บริการครอบคลุม 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดสระบุรี โดยใช้คำว่า “สามบุรี” โดยโครงการหนึ่งในงบประมาณนี้ได้กำหนดให้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับการพัฒนาท้องถิ่นมาอย่างต่อเนื่อง

โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562 - 2566 พบว่า มหาวิทยาลัยมีการดำเนินโครงการในพื้นที่ ซึ่งดำเนินงานโดยหน่วยงานระดับคณะในมหาวิทยาลัย ทั้ง 6 คณะวิชา โดยมีทั้งโครงการใหม่และโครงการเดิมที่ดำเนินการต่อเนื่อง ซึ่งในแต่ละปีใช้ชื่อโครงการต่างกัน ดังนี้

ปีงบประมาณ 2562 ชื่อโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2563 ชื่อโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ปีงบประมาณ 2564 ชื่อโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น และปีงบประมาณ 2565 ชื่อโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Market place

1.2 การดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 - 2565

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อติดตามผลการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีในพื้นที่จังหวัดสิงห์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 – 2565 โดยสังเคราะห์ข้อมูลจาก 1) เอกสารข้อมูลโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณปี พ.ศ. 2562 – 2565 จากสถาบันวิจัยและพัฒนา 2) เอกสารรายงานผลการดำเนินโครงการจากคณะวิชาต่าง ๆ 2) หนังสือสามบุรีพันธกิจสัมพันธ์ 2562 จัดพิมพ์โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี 3) หนังสือผลการดำเนินงาน “บริการวิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น” ประจำปี พ.ศ. 2565 จัดพิมพ์โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา 4) หนังสือ 3 บุรี มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน จัดพิมพ์โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี และ 5) การสัมภาษณ์อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการในกรณีที่ข้อมูลการรายงานผลการดำเนินโครงการไม่เพียงพอต่อการสังเคราะห์ข้อมูล พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่นมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปีงบประมาณ 2562 - 2565 มหาวิทยาลัยได้มีการจัดสรรงบประมาณให้ดำเนินโครงการในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งสิ้น 25 โครงการ มีโครงการที่ขอยกเลิกดำเนินงาน จำนวน 4 โครงการ เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และมีโครงการที่ได้รับงบประมาณให้ดำเนินการในพื้นที่/กลุ่มเดิมอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 3 ปี จำนวน 5 โครงการ

1.3 ประเภทของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565

จากการจำแนกประเภทของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีจัดสรรงบประมาณให้เข้าไปดำเนินโครงการในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2562 จำนวน 25 โครงการ โดยใช้เกณฑ์การจัดประกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม พบว่าโครงการที่เข้าไปดำเนินการส่วนใหญ่เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมากที่สุด จำนวน 11 โครงการ รองลงมาคือประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 7 โครงการ และประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 5 โครงการ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 โครงการ และอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้าพวกได้อีก 1 โครงการ

1.4 ประเภทของผู้ประกอบการโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565

สำหรับประเภทของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีจัดสรรงบประมาณให้เข้าไปดำเนินโครงการในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2562 จำนวน 25 โครงการ พบว่าเป็นกลุ่มอาชีพทั่วไปมากที่สุด จำนวน 19 กลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม และเป็นหน่วยงาน (สหกรณ์การเกษตร) จำนวน 1 กลุ่ม

1.5 ลักษณะของการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565

ลักษณะของการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ทั้งในลักษณะการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดมูลค่า เช่น กล้วย อ้อย ผักตบชวา ไม้ไผ่ หรือนำมาเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ โดยมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผนวกกับองค์ความรู้หรือนวัตกรรมที่มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุน มีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการจำหน่ายหรือการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

1.6 ผลการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565

โดยภาพรวมทุกโครงการประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ยังประสบปัญหาเรื่องการตลาดโดยเฉพาะช่องทางการตลาดออนไลน์ การเรียนรู้วิธีการสร้างคอนเทนต์และสื่อต่าง ๆ ยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จเนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ยังไม่คุ้นเคยกับการทำการตลาดสมัยใหม่ แต่หลังจากที่โครงการสิ้นสุดแล้ว หากกลุ่มใดที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการยังคอยช่วยเหลือสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในเรื่องการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้นจะอยู่รอด มียอดจำหน่าย/สั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง ทำให้มีรายได้เสริมและมีลู่ทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ตัวอย่างเช่น กลุ่มอาชีพของตำบลไม้ดัดที่ได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการเป็นคนในพื้นที่ จึงทำให้กลุ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่มีอายุการเก็บรักษาสั้นยังประสบปัญหาเรื่องการจำหน่ายภายนอกชุมชนหรือการจำหน่ายให้ลูกค้าต่างจังหวัดที่อยู่ห่างด้วยระยะทาง และพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ผู้รับผิดชอบโครงการผลิตให้บางชนิดนำไปใช้ไม่ได้ ไม่เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ เช่น มีขนาดใหญ่เกินไป เกินความจำเป็น ใช้วัสดุมีคุณภาพดีเกินไปทำให้มีต้นทุนสูงหากชาวบ้านต้องผลิตใช้เอง เป็นต้น

1.7 ข้อสังเกตจากการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565

จังหวัดสิงห์บุรีมีจำนวน 6 อำเภอ แต่การให้บริการวิชาการโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่ของอำเภอบางระจัน อำเภออินทร์บุรี

เมืองสิงห์บุรี อำเภอค่ายบางระจัน และอำเภอท่าช้าง ตามลำดับ โดยพบว่าในพื้นที่อำเภอพรหมบุรียังไม่มีโครงการที่เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนในช่วงปีงบประมาณ 2562 – 2565 โดยพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมมากที่สุดคือตำบลไม้ดัด อำเภอบางระจัน และโดยภาพรวมกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมยังไม่มีความหลากหลาย และมีจำนวนโครงการที่เข้าไปดำเนินการเป็นอันดับสอง คือจำนวน 25 โครงการ รองจากจังหวัดลพบุรีซึ่งมีถึง 53 โครงการ

ภาพตัวอย่างโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี
ปีงบประมาณ 2562 – 2565

Tel. 089 130 7969
fb. Namo Satu
Line: นะโม สาธุ
มัดย้อม นะโมสาธุ

มัดย้อม นะโมสาธุ
ผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดย้อม นะโมสาธุ งาน handmade/craft หนึ่งเดียวไม่เหมือนใคร... สนใจทักทุกช่องทาง #namosatu
NAMO SATU
Tel. 089 130 7969 fb. Namo Satu Line: นะโม สาธุ

NAMO SATU
Tel. 089 130 7969 fb. Namo Satu Line: นะโม สาธุ
นะโม สาธุ

"นะโม สาธุ" คือใคร
NAMO SATU

ไข่หงษ์

กล้วยหอมแซนวิช
บลิตภัณฑ์นี้เป็นของสหกรณ์การเกษตรท่าช้าง
ต.ถอนสมอ
อ.ท่าช้าง จ.สิงห์บุรี
036-595015

คุ้กกี้กล้วยกรอบ
คาราเมล
บลิตภัณฑ์นี้เป็นของสหกรณ์การเกษตรท่าช้าง
ต.ถอนสมอ
อ.ท่าช้าง จ.สิงห์บุรี
036-595015

2. ศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

การศึกษาศักยภาพในการดำเนินโครงการบริการวิชาการด้วยการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม การสนทนากลุ่ม ทั้งการลงพื้นที่สัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าและการสัมภาษณ์หรือสนทนากลุ่มผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรม Zoom Cloud Meetings ผลการศึกษาแต่ละกลุ่มปรากฏดังนี้

ผลการศึกษาพื้นฐานของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเข้าไปส่งเสริม พบว่าส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ ทำนา ไร่อ้อย ข้าวโพด ปลูกพืชผัก เกิดการรวมกลุ่มขึ้นเพื่อต้องการหารายได้เสริมหลังฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร และมีบางกลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักโดยการนำทรัพยากรเอกลักษณ์ของจังหวัดคือปลาช่อนแม่ลามาสร้างเป็นอาชีพ เช่น การเพาะพันธุ์ปลาช่อนแม่ลาจำหน่าย และการแปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา และสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุรวมตัวเพื่อหากิจกรรมทำร่วมกันและมีรายได้เสริม ลดการพึ่งพาลูกหลาน

2.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการชุมชน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์แบบกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จากตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 22 คน ผลปรากฏดังนี้

2.1.1 เป็นการให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในทุกระดับอย่างแท้จริง โดยเฉพาะระดับชาวบ้านที่ไม่มีเงินทุนหรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนต่าง ๆ และไม่เคยมีหน่วยงานใดเข้ามาแนะนำ ส่งเสริมในลักษณะที่ใกล้ชิดและต่อเนื่องแบบนี้ แต่อาจารย์ผู้ดำเนินโครงการจะมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่องถึงแม้จะไม่มีงบประมาณมาดำเนินการต่อยอดให้ในหลายกลุ่มก็ตาม ถือเป็นการให้โอกาสประชาชนที่มีทุนน้อยหรือคนอื่นมองไม่เห็นศักยภาพของประชาชน/ชุมชน แม้แต่ในระดับครัวเรือนที่มีปราชญ์ ภูมิปัญญา หรือมีการทำขนมสืบทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษก็ได้มีโอกาสได้รับการส่งเสริม เช่น ขนมกง ขนมไข่หงส์ กระยาสารท ตลอดจนการนำผลไม้เช่นกล้วยมาแปรรูปด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงสภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยหรือกล้วยล้นตลาด เช่น สมาชิกสหกรณ์เกษตรท่าช้าง จำกัด

2.1.2 สร้างรายได้เสริมในครอบครัว ถึงแม้จะไม่มากมายนัก แต่ก็ทำให้สมาชิกมีกำลังใจ โดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้ว่างงาน และหลายรายมองเห็นโอกาสที่จะต่อยอด และบางรายสามารถนำไปสร้างเป็นอาชีพหลักของตนเองได้อย่างแท้จริง การเพาะเชื้อเห็ดขายส่ง การทำ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและวัตถุดิบจำหน่าย การจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์ เช่น shoppee lazada สิ่งเหล่านี้ท้ายที่สุดแล้วจะส่งผลต่อเศรษฐกิจและยกระดับรายได้ในชุมชน

2.1.3 มีหน่วยงานอื่น ๆ เข้าไปหนุนเสริมกลุ่มเพิ่มขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล/เทศบาล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ (กศ.น.เดิม) สำนักงานประมง สำนักงานอุตสาหกรรม โรงงานน้ำตาล ฯลฯ เมื่อกลุ่มเริ่มมีผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งตัวได้ ชุมชนเห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้น หน่วยงานต่าง ๆ มักจะเข้าร่วมส่งเสริม หรือเกิดการบูรณาการร่วมกันในด้านการทำงาน เช่น การอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนด้านงบประมาณนั้นยังไม่มีการบูรณาการร่วมกัน ดังนั้น สิ่งที่อยากให้เกิดขึ้นคือการบูรณาการร่วมกันโดยมีกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาหรือเลือกกลุ่มเลือกพื้นที่ที่ชัดเจน เพื่อวางแผนในการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างตรงความต้องการ และมีพลังในการขับเคลื่อนได้เร็วขึ้น จะทำให้เห็นผลเร็วขึ้น

2.1.5 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปพัฒนาให้มีคุณภาพและได้รับการรับรอง ไปทดสอบมาตรฐาน เตรียมการขอจดทะเบียน ขอรับสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญา ในส่วนของกลุ่มก็มีการเตรียมความพร้อมสำหรับจดทะเบียนตั้งเป็นกลุ่มต่าง ๆ อย่างเป็นทางการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจ

2.1.6 ปัญหาอุปสรรค ส่วนใหญ่เป็นเรื่อง

1) ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดในระดับที่สูงขึ้นและมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

2) ปัญหาการฝึกฝนทักษะในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังภายนอกชุมชน การสร้างช่องทางจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และมีข้อจำกัดเรื่องการใช้โทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่มีประสิทธิภาพและสัญญาณอินเทอร์เน็ต

3) ไม่มีเครือข่าย (Connection) ในการกระจายสินค้าหรือรับซื้อจากแหล่งต่าง ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีอายุสั้น เช่น ขนม ซึ่งหากหน่วยงานในพื้นที่มีการสนับสนุนซื้อไปจัดเป็นอาหารว่างในการอบรมสัมมนาบ้างก็จะเป็นการช่วยส่งเสริมได้อีกช่องทางหนึ่ง

4) การจำหน่ายนอกสถานที่หรือไปยังที่ห่างไกลเป็นอุปสรรคในการเดินทางและสุขภาพเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงทำให้พลาดโอกาสในการเปิดตัวสินค้า

5) การขาดสมาชิกรุ่นใหม่สืบทอด เนื่องจากไม่สามารถเห็นรายได้จำนวนมากหรือเห็นกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ใช้เวลายาวนานกว่าจะได้เงิน/กำไร สู้ทำงานในโรงงานหรือไปรับจ้างที่มีรายได้แน่นอนในแต่ละวัน

2.1.7 ความต้องการได้รับส่งเสริมสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ได้แก่ การต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ครบวงจรด้วยทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน การคิดหากิจกรรม/งานที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุหรือชาวบ้านที่ไม่มีงานทำ การช่วยในการรวมกลุ่ม/จัดตั้งกลุ่ม/บริหารจัดการกลุ่ม การช่วยเหลือด้านการตลาด การขอรับสนับสนุนด้านการบรรจุภัณฑ์ การพาไปศึกษาดูงานแหล่งต่าง ๆ

2.2 ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในพื้นที่ที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ซึ่งประกอบด้วยกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยเจ้าอาวาส ตัวแทนชุมชน จำนวน 5 คน ผลปรากฏดังนี้

2.2.1 ผู้นำชุมชนรับทราบการเข้าไปดำเนินโครงการของมหาวิทยาลัยทุกโครงการ เนื่องจากส่วนใหญ่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ บ้านอยู่ละแวกเดียวกัน และอาจารย์ผู้ดำเนินโครงการจะแจ้งให้ทราบเรื่องการขอเข้าดำเนินโครงการทั้งรูปแบบหนังสือทางการ เอกสาร และการบอกกล่าวด้วยวาจา โดยบางกิจกรรมได้เข้าไปมีส่วนร่วมอบรม ฝึกปฏิบัติ และร่วมพิธีเปิดกิจกรรมต่าง ๆ

2.2.2 ชุมชนมีผลิตภัณฑ์หลากหลายมากขึ้น ผลที่เกิดขึ้นกับการดำเนินโครงการที่มหาวิทยาลัยเข้าไปส่งเสริมสนับสนุน สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือชุมชน/หมู่บ้าน/ตำบลมีผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้นจากเดิมที่อาจไม่มีเลยหรือมีเพียงไม่กี่ชนิด มีการส่งเสริมในสิ่งที่มีทรัพยากรและวัตถุดิบในชุมชน นำทรัพยากรมาใช้ในเกิดเป็นมูลค่า เช่น อ้อย ผักตบชวา ไม้ไผ่ สมุนไพร นอกจากนี้ ยังคิดค้นหาวิธีต่อยอดและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา เช่น อาหารที่นำวัตถุดิบมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เช่น กล้วย ข้าวหอมมะลิ หรือปุ๋ยหมัก ดินปลูกพืชต่าง ๆ การให้ความรู้เรื่องการเพาะเห็ด การทำก้อนเห็ดจนเกิดเป็นอาชีพหลักและส่งออกไปยังนอกชุมชน ตลอดจนภูมิปัญญาของชาวบ้านมาสืบสานให้เกิดเป็นรายได้เช่น ขนมกง ขนมไข่หงส์ การจักสานจากไม้ไผ่หรือวัสดุทดแทนต่าง ๆ

2.2.3 แนวทางการให้บริการวิชาการหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยควรมุ่งเน้นส่งเสริมชาวบ้านหรือกลุ่มที่ขาดแคลนทั้งกำลังทรัพย์และโอกาสมากกว่าการมุ่งไปส่งเสริมกลุ่มที่มีศักยภาพแล้ว เพราะกลุ่มที่มีศักยภาพเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีหน่วยงานหลักเข้าไปส่งเสริมอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนที่มีหน้าที่หรือภารกิจในการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่แล้ว หรือกรมประมงให้การส่งเสริมเรื่องปลาช่อนแม่ลาอยู่แล้ว หรือในด้านการเกษตรก็มีสำนักงานเกษตรคอยดูแลส่งเสริมอยู่แล้ว แต่มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันเพื่อการศึกษาซึ่งมีความนัดในเชิงวิชาการ จึงสามารถเข้าไปช่วยเหลือชาวบ้านได้ทุกประเภทงานอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องการให้เข้าไปสำรวจความต้องการได้รับการช่วยเหลือจากประชาชนให้ทั่วถึงในทุก ๆ พื้นที่ของจังหวัด แล้วจัดลำดับในการเข้าไปส่งเสริมหรือพัฒนา ซึ่งจะทำให้ชุมชนได้ประโยชน์และช่วยเหลือคนได้ตรงปัญหามากกว่าไปจับกลุ่มที่ไปไกลแล้ว พึ่งตัวเองได้แล้ว มีหน่วยงานต่าง ๆ ให้งบประมาณส่งเสริมหลากหลายแล้ว อย่างไรก็ตาม ทางชุมชนล้วนแล้วแต่มีความยินดีไม่ว่าหน่วยงานจะเข้าไปช่วยกันส่งเสริม

2.3 ความคิดเห็นของตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่และที่เกี่ยวข้อง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่และที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลไม้ดัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตร สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ (กศ.น. เดิม) ผลปรากฏดังนี้

2.3.1 ทุกหน่วยงานมีความยินดีและเต็มใจที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีได้เข้าไปส่งเสริม สนับสนุนทุกโครงการที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตหรือสร้างรายได้เสริม สร้างอาชีพให้แก่ประชาชน การให้บริการวิชาการด้วยการเข้าไปส่งเสริมให้ประชาชนทำผลิตภัณฑ์หรือสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้ชุมชนมีรายเสริมเพิ่มขึ้น รวมทั้งใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในชุมชนให้เกิดประโยชน์ และเมื่อเพื่อนบ้านเห็นประโยชน์ก็จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นให้ให้ชุมชนอื่น ๆ หรือเพื่อนบ้านคนอื่น ๆ เริ่มให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

2.3.2 หน่วยงานในพื้นที่ยินดีให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกทุกโครงการที่เข้ามาดำเนินการ เพียงแต่ควรแจ้งให้หน่วยงานในพื้นที่หรือผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบก็จะทำให้เกิดการทำงานหรืออำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จัดกิจกรรม ประชุม อบรม สัมมนาต่าง ๆ หรืออาจเกิดการบูรณาการร่วมกัน เนื่องจากหน่วยงานก็จะได้รับประโยชน์ร่วมกันด้วย อย่างไรก็ตาม แต่ละหน่วยงานก็มีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณต่าง ๆ ดังนั้น หากมีการวางแผนล่วงหน้า มีการศึกษาความต้องการล่วงหน้าว่ามหาวิทยาลัยจะเข้าไปส่งเสริมเรื่องใด ทางหน่วยงานอาจสามารถหาหนทางในการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนหรือบูรณาการการทำงานร่วมกัน

2.3.3 ในการดำเนินโครงการมหาวิทยาลัยควรมีการสำรวจความต้องการได้รับการช่วยเหลือหรือส่งเสริมจากกลุ่มต่าง ๆ ล่วงหน้า มีการเข้าไปพูดคุยกับเจ้าของพื้นที่เพื่อเตรียมดำเนินงานร่วมกัน หรือรับทราบความต้องการจากหน่วยงานในพื้นที่ซึ่งจะมีข้อมูลเกี่ยวกับชาวบ้านในเขตที่รับผิดชอบอยู่แล้ว เพื่อจัดลำดับในการส่งเสริมสนับสนุนเนื่องจากอาจมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณที่ไม่สามารถส่งเสริมได้หลากหลายโครงการในแต่ละปี

2.3.4 พื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีโดยภาพรวมได้รับการส่งเสริมน้อย ไม่หลากหลายอำเภอหรือตำบล ทั้งนี้สาเหตุหนึ่งน่าจะเป็นเพราะระยะทาง การไม่คุ้นชินกับพื้นที่ ส่งผลให้เกิดความยากลำบากในเข้าไปส่งเสริม จึงทำให้โครงการส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในบางตำบลหรือบางอำเภอมากกว่า และเมื่อสำรวจดูแล้วมักเป็นอาจารย์ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสิงห์บุรี ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยมีการสำรวจอย่างแท้จริง และทำงานในลักษณะเป็นคณะทำงานร่วมกับหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ในพื้นที่อาจช่วยแก้ปัญหาประเด็นนี้ได้ ซึ่งจะเป็นโอกาสให้ได้รับการส่งเสริมหลากหลายพื้นที่ในจังหวัดสิงห์บุรีมากยิ่งขึ้น

2.4 ความคิดเห็นของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) อาจารย์ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 จำนวน 10 คน เป็นการสัมภาษณ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยโปรแกรม ZOOM Cloud Meetings เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2566 ผลการศึกษาสรุปประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.4.1 เป็นโครงการที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน การดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏถือว่าเป็นโครงการที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง เป็นการนำภูมิปัญญา/ทรัพยากร/วัตถุดิบในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างอัตลักษณ์ให้ชุมชน ช่วยสร้างรายได้เสริม มีอาชีพเสริมหรือบางรายทำเป็นอาชีพหลัก เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สร้างความรักสามัคคีในชุมชน และยังสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม อาจมีบางโครงการที่ส่งเสริมไม่ตรงกับความต้องการ จะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ถูกกลุ่มความต้องการอย่างแท้จริง และแก้ไขปัญหาได้ถูกจุดที่ต้องการ มิใช่เป็นโครงการที่ผู้รับผิดชอบยากทำ อยากส่งเสริม ทั้ง ๆ ที่ชุมชนไม่มีความต้องการ หรือประเมินดูแล้วเป็นโครงการหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจะผลิตเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ การดำเนินโครงการส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่จังหวัดลพบุรีมากกว่าจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดสระบุรี การส่งเสริมควรมีการกำหนดสัดส่วนจำนวนโครงการในแต่ละปีให้ชัดเจน เพื่อให้ทุกจังหวัดที่มหาวิทยาลัยรับผิดชอบได้รับการพัฒนาไปด้วยกันในหลายพื้นที่

2.4.2 ศักยภาพของกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริม โดยภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพ มีความรู้ภูมิปัญญา ทักษะในการสร้างอาชีพ มีความสนใจเป็นทุนเดิม เพียงแต่จะมีปัญหาเรื่องช่องทางการจำหน่ายโดยเฉพาะการออกจำหน่ายนอกสถานที่ และการทำการตลาดออนไลน์ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและชาวบ้านทั่วไปที่ค่อนข้างมีอายุ การสอนให้ผลิตสื่อหรือการทำการตลาดรูปแบบต่าง ๆ จึงค่อนข้างเป็นอุปสรรค ทำให้หลายกลุ่มเมื่อผู้รับผิดชอบโครงการออกจากพื้นหรือหมดระยะเวลาหรืองบประมาณส่งเสริมแล้ว ไม่สามารถหาช่องทางจำหน่ายด้วยตนเองได้ อีกทั้งยังขาดงบประมาณสำหรับการลงทุนเรื่องการทำตราสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ต่อยอดจากที่ทางผู้ดำเนินโครงการทำไว้ให้แล้ว

2.4.3 ความไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ หรือเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับช่องทางการจำหน่าย เช่น บางกลุ่มได้รับสนับสนุนบรรจุภัณฑ์หลากหลายขนาด/แบบเพื่อให้เหมาะแก่การจำหน่ายแต่ละช่องทาง โดยเฉพาะการจำหน่ายไปยังสถานที่ไกล ๆ หรือส่งพัสดุไปกับการขนส่งต่าง ๆ จึงต้องมีการทำบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงหรือขนาดใหญ่เพื่อรองรับการขนส่ง แต่เมื่อทางกลุ่มไม่ค่อยมีการขายผ่านช่องทางดังกล่าว บรรจุภัณฑ์เหล่านี้จึงไม่ค่อยได้นำมาใช้ หรือนำไปใช้สำหรับขายทั่วไปในชุมชน จึงไม่เหมาะสมและเพิ่มต้นทุนเกินความจำเป็น

2.4.4 การเบิกจ่ายงบประมาณ เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านบริการวิชาการโดยตรง และไม่มีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือเรื่องการเบิกจ่าย ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการด้วยตนเองทุกอย่างผ่านคณะวิชาที่สังกัด และเป็นการเบิกแบบโครงการ ไม่ใช่เบิกแบบการวิจัย ค่อนข้างมีความยุ่งยากเรื่องเอกสาร ขั้นตอนการเบิกจ่าย รายการ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่สามารถเบิกได้หรือเบิกไม่ได้ ทั้ง ๆ ที่รายการวัสดุหรือการดำเนินการบางอย่างมีการดำเนินการจริง แต่ก็ไม่สามารถเบิกตามความจริงได้มี ความเสี่ยงเรื่องการถูกตรวจสอบ และต้องตั้งงบประมาณเพื่อให้เห็นว่ามีการลงพื้นที่ทำกิจกรรมใดบ้างเพื่อให้สามารถเบิกจ่ายงบประมาณได้ครบถ้วน ซึ่งหากปรับรูปแบบการเบิกจ่ายแบบการวิจัยเป็นงวด ๆ จะทำให้สะดวกและลดความเสี่ยง ตลอดจนปัญหาอุปสรรคในการลงพื้นที่ซึ่งจะลงดำเนินการเมื่อใดก็ได้ ไม่ต้องกังวลกับเรื่องการทำเรื่องไปราชการ การทำชดเชยการสอน การขออนุญาตพานักศึกษาออกนอกสถานที่ การขอพาหนะ ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังอาจถูกตรวจสอบเรื่องราคาวัสดุและวัสดุฝึกอบรมโดยเฉพาะวัสดุฝึกอบรมประเภทของสดที่มีอายุสั้น ซึ่งราคาแต่ละวันแต่ละครั้งอาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาวการณ์ แต่อาจถูกหน่วยงานตรวจสอบชี้ประเด็นโดยใช้การเทียบราคาหน้าเว็บไซต์หรือแหล่งจำหน่ายรายใหญ่บนเว็บไซต์ จึงทำให้ผู้ดำเนินโครงการเกิดความท้อในการทำงานแต่ละครั้ง

2.4.5 การกำหนดจำนวนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องตอบตัวชี้วัดภาพรวมของมหาวิทยาลัยว่าต้องได้จำนวนกี่คน แต่ในสภาพความเป็นจริงแต่ละกลุ่มที่เข้าไปส่งเสริมมีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบวิสาหกิจ กลุ่มจัดตั้งทั่วไป กลุ่มไม่เป็นทางการ กลุ่มตามความสนใจ ครอบครัว หน่วยงาน ซึ่งมีจำนวนสมาชิกไม่เท่ากัน แต่ต้องมากำหนดจำนวนว่าไม่ต่ำกว่ากี่คน เช่น 15, 20, 30 คน ส่งผลให้ต้องไปเกณฑ์ประชาชนที่อาจไม่ได้เกี่ยวข้องมาร่วมกิจกรรมเพื่อต้องการลายเซ็นเบิกจ่ายให้ครบตามจำนวน ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายควรลดจำนวนลง เช่น ขั้นตอน 5 – 10 คน

2.4.6 การมีส่วนร่วมของนักศึกษา ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเช่นเดียวกับข้อ 2.4.2 ที่ต้องกำหนดว่ามีนักศึกษาร่วมโครงการเพื่อให้เกิดการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี แต่ก็ทำให้เกิดอุปสรรค์ในการดำเนินงานเช่นเดียวกัน เช่น การกำหนดว่าในแต่ละโครงการต้องมีจำนวนขั้นต่ำกี่คนนั้น อาจส่งผลกระทบและความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจากนักศึกษามีเรียน ค่าใช้จ่ายในการจ้างเหมาพาหนะ ค่าตอบแทนนักศึกษาช่วยงาน ซึ่งต้องทำหลักฐานเอกสารเบิกจ่ายจำนวนมาก จะมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไรให้มีความคล่องตัวได้มากกว่าการเบิกจ่ายปัจจุบันที่เป็นอยู่

2.4.7 ประสิทธิภาพของฐานข้อมูลบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยยังไม่มีการเก็บรวบรวมจัดทำฐานข้อมูลด้านการบริการวิชาการที่เป็นระบบ ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลโครงการหรือกลุ่มที่เคยดำเนินการแล้วตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นมา ข้อมูลยังกระจัดกระจาย ไม่มีระบบจัดเก็บเป็นมาตรฐานเดียวกัน เอกสาร/รูปเล่มรายงานผลการดำเนินงานแต่ละคณะมีความเข้มงวดไม่เหมือนกัน บางคณะมีข้อมูลรายงานผลการดำเนินงานครบถ้วน บางคณะมีเพียงเอกสารเบิกจ่ายไม่กี่แผ่น ที่สำคัญ

คือหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบยังจัดเก็บข้อมูลไม่ครบถ้วนและไม่เป็นระบบ ทำให้ยากในการสืบค้น ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบควรวางระบบในการจัดเก็บข้อมูลโครงการบริการวิชาการ จำแนกตามปี ตามจังหวัด ประเภทโครงการ ผลที่เกิดจากการดำเนินโครงการ ฯลฯ แล้วนำส่งต่อให้มหาวิทยาลัย (ฝ่ายที่รับผิดชอบ) ดำเนินการสร้างฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ลิงก์ข้อมูลใช้กันได้ทั้งมหาวิทยาลัย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะยื่นข้อเสนอโครงการใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการพัฒนาต่อยอดงาน และเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการพิจารณาทุนเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนหรือให้บริการที่ไม่ตรงกับความต้องการ

2.4.8 ข้อเสนอแนะสำหรับการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการในปีงบประมาณต่อ ๆ ไป มหาวิทยาลัยควรใช้วิธีให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องได้รับความช่วยเหลือจากมหาวิทยาลัยเขียนข้อเสนอแสดงความต้องการมาถึงมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัยออกแบบฟอร์มง่าย ๆ ให้กรอกข้อมูลเพื่อแสดงความต้องการได้รับการพัฒนาหรือช่วยเหลือ และทำการประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยทั้งสามจังหวัด จากนั้นจึงนำข้อมูลความต้องการที่ได้รับมาจำแนกแต่ละจังหวัด/หมวดหมู่/จัดลำดับ โดยนำข้อมูลความต้องการนี้ประชาสัมพันธ์และใช้เป็นโจทย์ในการเขียนข้อเสนอโครงการให้กับอาจารย์ที่มีความสนใจ และเมื่ออาจารย์ท่านใดมีความสนใจโครงการใดก็จะดำเนินการติดต่อประสานงานกับทางกลุ่ม ลงพื้นที่เพื่อค้นหาข้อมูลความต้องการแบบละเอียดด้วยตนเองเพื่อนำมาเขียนข้อเสนอโครงการขอรับการจัดสรรงบประมาณจากมหาวิทยาลัยต่อไป การดำเนินการตามกระบวนการนี้ จะทำให้มหาวิทยาลัยสามารถตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและเข้าส่งเสริมสนับสนุนได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

สำหรับโครงการใดที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการมีความคิดเห็นว่าควรจะดำเนินการต่อยอดซ้ำพื้นที่เดิมก็ต้องให้ทางกลุ่มยืนยันความต้องการด้วยการกรอกแบบฟอร์มความต้องการได้รับการส่งเสริมมาเช่นเดียวกัน เพียงแต่มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการคอยช่วยแนะนำในการเขียนเพื่อให้คณะกรรมการเห็นถึงความสำคัญและจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อยอด

3. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่มีการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 โดยคัดเลือกจากผู้กลุ่มประกอบการที่มีศักยภาพมากที่สุด จำนวน 1 กลุ่ม ซึ่งได้มาจากการสังเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินโครงการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย นำมาศึกษาเป็นผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบเพื่อให้ได้โมเดลต้นแบบในการ

พัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 7 หมวด รวม 48 ข้อ ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

ชื่อกลุ่ม กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย

ที่อยู่

หมู่ที่ 7 ตำบลพักทัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

เบอร์โทรติดต่อ 061-563-3192 facebook : Pakchavaa shop Shopee: Pakchavaa shop Line Official: Pakchavaa Instragram: Sing Chava

ข้อมูลการก่อตั้งและที่มาของทุน

การก่อตั้ง /การรวมกลุ่ม

เกิดจากการชักชวนของผู้นำ และจากการส่งเสริมของหน่วยงาน คือ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศ.น.) ปัจจุบันคือ กรมส่งเสริมการ (สกร.)

ที่มาของทุนในการประกอบกิจการ

☑ ทุนทรัพยากรในชุมชน

☑ ทุนทางปัญญาของชุมชน

☑ ทุนที่เป็นเงินสด

☑ ได้จากการระดมทุนของสมาชิก

☑ ทุนจากภายนอกชุมชน คือ องค์การบริหารส่วนตำบลพักทัน, ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศ.น.)

ประเภทของผลิตภัณฑ์

เป็นประเภทของใช้ ของตกแต่ง

ศักยภาพของกลุ่ม

หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
ผู้นำ	
1. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการชุมชน (วิสัยทัศน์ของผู้นำกลุ่ม)	เพื่อให้ชาวบ้านมีงานอดิเรกทำและมีรายได้เสริมนอกเหนือจากการทำนา เป็นการใช้ผักตบชวาซึ่งเป็นวัชพืชให้มีประโยชน์ และเป็นกิจกรรมให้ชาวบ้านได้ใช้เวลาร่วมกัน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
2. การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนด เป้าหมายและแผนการดำเนินงานในแต่ละเดือน
3. ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ (วัดความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำโดยดูจากการบริหารจัดการการประชุม)	การนัดพบกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแผนในการผลิตสินค้า
4. ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน (ดูจากผลประกอบการ)	ตั้งแต่ปี 2556 ถึงปัจจุบัน กลุ่มสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง และมีผลประกอบการเพิ่มขึ้นในแต่ละปี
5. ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (การใช้ทรัพยากร การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะสิ่งปฏิกูลการดูแลน้ำเสีย)	กลุ่มได้นำผักตบชวาที่เป็นวัชพืชขวางแม่น้ำลำคลอง มาเพิ่มมูลค่า โดยประหยัดงบประมาณจากภาครัฐในการกำจัดผักตบชวา และการผลิตไม่มีกระบวนการที่ทำลายสิ่งแวดล้อม
6. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าเช่นไม่เอาเปรียบ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีคุณภาพปลอดภัย ฯลฯ)	ทางกลุ่มได้รับความความไว้วางใจจากลูกค้าเรื่องความซื่อสัตย์ และคุณภาพของสินค้า เห็นได้จากการรีวิวในช่องทาง Shopee มีลูกค้าเข้ามารีวิว จำนวน 725 คน ได้คะแนนรีวิว 4.9 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน และมีลูกค้าประจำ
โครงสร้างและกฎระเบียบ	
7. การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	1. นางวรรณดี สมัครการ ประธาน 2. นางสาวใบศรี ฉิมพาลี รองประธาน 3. นายสมบูรณ์ ฉิมพลี เหรัญญิก 4. นางสาวปัญญา แตงงาม ประชาสัมพันธ์ 5. นางอุบล ฉิมพาลี กรรมการ 6. นายทวิต อ่ำสุข กรรมการ 7. นางจันทร์จิรา บุญเย็น กรรมการ 8. นางประจิม เขียวสม กรรมการ 9. นางสาวอารมณ์ อิ่มสำราญ กรรมการ 10. นาวสาวสุนทร ทองรอด กรรมการ 11. นางจำปี แสวงทรัพย์ กรรมการ 12. นางสาวจำรอง ฉิมพลี กรรมการ

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
	13. นางสะริ ปิ่นทอง กรรมการ 14. นางสาวฉันทนี อิ่มจันทร์ กรรมการ 15.นางฉวี แสงสว่าง กรรมการและเลขานุการ
8. การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	มีการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับร่วมกันของกลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย โดยมีเนื้อหาเรื่อง วัตถุประสงค์ คุณสมบัติของสมาชิก การสมัครเข้าเป็นสมาชิก การขาดจากการเป็นสมาชิก ที่มาของเงินทุนกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่ม การดำเนินงานของคณะกรรมการ การพ้นจากตำแหน่งของสมาชิกและกรรมการ การกำหนดหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง การปันผล

หมวดที่ 2 เงินทุนและการวางแผน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
การเงินและบัญชี	
9. การระดมหุ้น	มีการระดมหุ้น ๆ ละ 100 บาท
10. การจดบันทึกการเงินหรือบัญชี	มีการจดบันทึก บัญชีรายรับ-รายจ่าย
11. การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	ใช้บันทึกดูรายรับ-รายจ่าย ยอดขาย สินค้าขายดี ต้นทุน
12. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	แบ่งเป็น 2 กรณี 1. รับเป็นค่าแรงหลังจากส่งสินค้า 2. รับเป็นเงินปันผล 3 เดือนครั้ง
13. การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	ประชุมชี้แจง รายรับ-รายจ่าย เป็นประจำทุกเดือน
สวัสดิการสมาชิกและชุมชน	
14. การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	หากสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรม จะได้รับค่าใช้จ่ายพิเศษในการไปออกบูธนิทรรศการ
15. การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	ร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น อบต. พาณิชย์จังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด เป็นต้น ส่วนใหญ่จะร่วมจัดบูธนิทรรศการ

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
16. การจัดทำแผนการดำเนินงานของกลุ่ม (แผนบริหารองค์กร และแผนประกอบการ)	กลุ่มมีการจัดทำแผนการผลิตในแต่ละเดือน
17. การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	กลุ่มมีการชี้แจงแผนผ่านกรรมการและสมาชิกกลุ่ม เป็นประจำทุกเดือน
18. การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	กลุ่มปฏิบัติตามแผนที่จัดไว้ และบางครั้งมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ เช่น มีคำสั่งซื้อเร่งด่วน ทำให้ต้องปรับแผนในการผลิต เป็นต้น
19. การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	กลุ่มมีการแก้ปัญหาตามสถานการณ์ และตามคำบอกกล่าวของลูกค้า ในการปรับแบบของผลิตภัณฑ์

หมวดที่ 3 การบริหารตลาด

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
20. การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการ	หากเป็นผลิตภัณฑ์จักสาน ลูกค้าจะเป็นพ่อค้าคนกลาง และผู้หญิงวัยทำงาน ผ่านช่องทางขายตรงและออกบูธ แต่ถ้าเป็นผักตบชวาหั่น ลูกค้าจะมาจากช่องทางออนไลน์ ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ขายหนังสือ น้ำหอม และลูกค้าที่เลี้ยงสัตว์ (นำไปรองกรงสัตว์)
21. แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด (เครือข่ายด้านการตลาดหมายถึงเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงหรือขยายตลาดได้ อาจเป็นเครือข่ายที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ)	กลุ่มจะขายกระเป๋าให้กับพ่อค้าคนกลางจากสุพรรณบุรีซึ่งเป็นเครือข่ายกัน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน ที่สนับสนุนช่องทางการจำหน่าย ออกบูธ
22. การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด (การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ทราบข้อมูลความพึงพอใจ ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ)	ช่องทางการติดต่อจะผ่าน Facebook, Line และ Shopee ลูกค้าจะรีวิวและแจ้งความต้องการผ่านทางข้อความ
23. การพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ	กลุ่มได้พัฒนาตราสินค้ามาอย่างต่อเนื่องจากแบรนด์จักสานบ้านทุ่งกลับน้อย ปัจจุบัน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
	เปลี่ยนเป็น “สิงห์ชวา” รวมทั้งได้รับการสนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
24. มีการส่งเสริมการตลาดที่เป็นรูปธรรมชัดเจน	มีตราสินค้าชัดเจน บอกคุณสมบัติของสินค้า มีการบริการตกแต่งกระเป๋า และมีบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องจักสาน รวมทั้งมีช่องทางการตลาดหลายช่องทาง

หมวดที่ 4 ด้านการผลิตและให้บริการ

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
25. ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	**ขั้นตอนการผลิตจักสาน** ขั้นตอนที่ 1 ตัดผักตบชวาให้เท่ากันตามขนาดที่ต้องการ (พบปัญหาการตัดขนาดของผักตบชวาให้มีขนาดเท่ากัน) แล้วนำไปรีดด้วยเครื่องรีด ขั้นตอนที่ 2 เอาผักตบชวามาสานตามแบบไม้ที่ต้องการ ขั้นตอนที่ 3 ตัดตกแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อเก็บรายละเอียด ขั้นตอนที่ 4 ผสมกาวลาเท็กซ์ ให้เข้ากับน้ำเปล่าคนให้เข้ากัน นำผลิตภัณฑ์จุ่มลงไป แล้วนำไปตากให้แห้งโดยแขวนกับราวไม้ หรือวางบนพื้นปูน ขั้นตอนที่ 5 นำผลิตภัณฑ์ไปอบกับกำมะถันในตู้ไม้ (เพื่อป้องกันเชื้อรา) ขั้นตอนที่ 6 ตกแต่งพร้อมจำหน่าย **ขั้นตอนการผลิตผักตบชวาหั่น** ขั้นตอนที่ 1 นำต้นผักตบชวามาตัดแต่งลำทำความสะอาด ขั้นตอนที่ 2 นำมาหั่นตามขนาดที่ต้องการ ขั้นตอนที่ 3 ตากแดดให้แห้ง ขั้นตอนที่ 4 นำมาร่อนเศษผงออก

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
	ขั้นตอนที่ 5 ชั่งน้ำหนัก บรรจุใส่ถุงตามขนาด พร้อมจำหน่าย
26. การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	กลุ่มปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิตเป็นอย่างดี
27. การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการจนถึงมือลูกค้า	กลุ่มจะมีการตรวจสอบเครื่องจักสานก่อนออกจำหน่ายในเรื่องของลวดลาย ความแข็งแรง

หมวดที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือพนักงาน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
28. การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนากลุ่มและสมาชิก	กลุ่มจะส่งสมาชิกเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
29. การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	กลุ่มได้รับโอกาสเข้าร่วมงานกับหน่วยงานภายในจังหวัดอย่างต่อเนื่องทำให้เป็นที่รู้จักภายในจังหวัดสิงห์บุรีเป็นอย่างดี และช่องทาง Facebook
30. การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกกลุ่ม	1. เห็นชอบกับวัตถุประสงค์และกิจกรรมของกลุ่มฯ 2. ต้องเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างน้อย ร้อยละ 80 ต่อปี
31. การพัฒนาสมาชิกกลุ่ม	ส่วนใหญ่จะเข้ากิจกรรมอบรมกับหน่วยงานต่าง ๆ และหน่วยงานที่มาให้ความรู้กับทางกลุ่ม และสมาชิกใหม่เข้ามาเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตกับทางกลุ่ม จนกว่าจำชำนาญ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
32. การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกกลุ่ม	สมาชิกสามารถผลิตสินค้ามาส่งได้ไม่จำกัดจำนวน หากท่านใดทำได้ปริมาณมากก็จะได้ผลตอบแทนมาก
33. การให้ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มในรอบปีที่ผ่านมา (วัดความร่วมมือของสมาชิก โดยดูจากการให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม)	สมาชิกให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เห็นได้จากการจัดกิจกรรมหรือประชุม หากไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ จะแจ้งแก่ประธานถึงเหตุผลความจำเป็น

หมวดที่ 6 ผลลัพธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของผู้ประกอบการชุมชน	
34. การลดรายจ่ายของสมาชิกกลุ่ม	สมาชิกสามารถนั่งทำงานอยู่ที่บ้านได้ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
35. การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม	สมาชิกที่มีความชำนาญ สามารถสร้างรายได้จากการผลิตได้เพิ่มขึ้น สมาชิกสามารถชวนสมาชิกในครอบครัวตัดผักตบชวามาส่งขายเพื่อเป็นรายได้เสริมได้ โดยไม่ต้องมีทักษะการจักสาน
36. การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกกลุ่ม	สมาชิกและครอบครัว มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น
ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ	
37. ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 98
38. มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ	มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ ร้อยละ 100
39. การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด	การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด ร้อยละ 60 เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาจำนวนมาก แต่ของกลุ่มจะมีจุดเด่นที่ความคงรูปของกระเป๋า เก็บไว้ได้นาน ส่วนผักตบชวาหั่น เน้นความสะอาดและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สร้างความเสียหายขณะขนส่ง
ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	
40. การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม	กลุ่มพยายามหาเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตและได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตีร เช่น โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยลดระยะเวลาการตากแห้ง ส่งผลให้ประหยัดค่าแรงงานในการตากและเก็บ และใช้วัสดุที่ราคาถูกมาทำเป็นโครงกระเป๋า
41. การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม	กลุ่มจะมีฝ่ายตรวจสอบสินค้าก่อนนำขาย หากไม่ได้มาตรฐานจะไม่ส่งออกจำหน่าย ซึ่งได้ชี้แจง

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
	กับทางสมาชิก ทำให้สมาชิกผลิตสินค้าอย่างระมัดระวัง
ด้านการพัฒนากลุ่ม	
42. ความสำเร็จของกิจกรรมของกลุ่ม	ความเข้มแข็งของสมาชิกในการทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกัน การมีเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุน และมีช่องทางการขายออนไลน์ที่มีเด็กรุ่นใหม่มาช่วยเป็นผู้ดูแลระบบ
43. การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะของสมาชิก	กลุ่มยังต้องการพัฒนาลวดลาย และแบบที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งหากมีรูปแบบใหม่ ก็จะนัดกันมาฝึกทำจนชำนาญ และผลิตให้ลูกค้าต่อไป
44. ความพึงพอใจของสมาชิก (วัดความพึงพอใจโดยดูจากการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม)	สมาชิกมีความพึงพอใจในภาพรวม ร้อยละ 95
45. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	1. ช่วยกำจัดผักตบชวาที่อยู่ในคลองชลประทานและลำบึงพักทัน 2. กระจายรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อย สามารถตัดผักตบชวามาจำหน่ายให้กับทางกลุ่มได้ 3. เป็นรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน ในช่วงว่างจากการทำนา 4. สร้างสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

หมวดที่ 7 การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
46. การเข้ามา/หรือการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	ช่วงแรก ได้รับความรู้จาก กศน. ต่อมาได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก อบต. เป็นทุนอุปกรณ์ หลังจากนั้นมีพัฒนาชุมชนเข้ามาต่อยอดจดเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP และในปี 2562 ถึงปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เข้ามาช่วยพัฒนา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การจัดการคลังสินค้า พัฒนา

	กระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ที่ให้กลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเช่นกัน รวมถึง วัดโคนอนที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนประชาสัมพันธ์ให้กับทางกลุ่ม
47. การให้ความร่วมมือในการร่วมจัดกิจกรรมหรือออออกร้าน ร่วมกับหน่วยงานภายนอก	ทางกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภายนอกเป็นประจำ อย่างต่อเนื่อง
48. การบริจาคช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อสังคม ในนามกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ยังไม่มีการบริจาคเป็นตัวเงิน มีเพียงไปช่วยถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องการจักสาน การใช้ประโยชน์จากผักตบชวา โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

กลุ่มสิงห์ชวา บ้านทุ่งกลับน้อย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม

1.1 ความเป็นมาของกลุ่ม

กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย เริ่มก่อตั้ง เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2556 นายสมบัติ มานพ เป็นผู้ชักชวนให้ชาวบ้านเริ่มไปเรียนรู้เกี่ยวกับการจักสานผักตบชวาที่ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) หลังจากนั้นชาวบ้านรวมตัวกันตั้งกลุ่มสตรีแม่บ้านจักสานบ้านทุ่งกลับน้อย โดยเริ่มต้นมีสมาชิก จำนวน 15 คน โดยมีรายชื่อดังนี้

1. นายสมบัติ	มานพ	ประธาน
2. นางฉวี	แสงสว่าง	รองประธาน
3. นายสมบูรณ์	ฉิมพลี	เหรัญญิก
4. นางสาวปัญญา	แตงงาม	ประชาสัมพันธ์
5. นางอุบล	ฉิมพาลี	กรรมการ
6. นายทวิต	อ่ำสุข	กรรมการ
7. นางจันทร์จิรา	บุญเย็น	กรรมการ
8. นางประจิม	เขียวสม	กรรมการ
9. นางสาวอารมณ์	อิ่มสำราญ	กรรมการ
10. นาวสาวสุนทร	ทองรอด	กรรมการ
11. นางจำปี	แสวงทรัพย์	กรรมการ
12. นางสาวจำรอง	ฉิมพลี	กรรมการ
13. นางสะริ	ปิ่นทอง	กรรมการ
14. นางสาวฉันทนี	อิ่มจันทร์	กรรมการ

15. นางวรรณดี สมัครการ กรรมการและเลขานุการ

และเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2557 ได้มีการปรับเปลี่ยนคัดเลือกประธานกลุ่มใหม่ นางวรรณดี สมัครการ ได้รับเลือกเป็นประธาน แต่สมาชิกยังมี 15 คนเท่าเดิม และผลิตภัณฑ์จากผักตบชวาได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดสิงห์บุรี โดยปัจจุบันที่ตั้งกลุ่มตั้งอยู่ที่ 16/6 หมู่ที่ 7 ตำบลพักทัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี (บ้านทุ่งกลับน้อย) มีคณะกรรมดำเนินงาน ดังนี้

1. นางวรรณดี	สมัครการ	ประธาน
2. นางสาวใบศรี	ฉิมพาลี	รองประธาน
3. นายสมบูรณ์	ฉิมพลี	เหรัญญิก
4. นางสาวปัญญา	แตงงาม	ประชาสัมพันธ์
5. นางอุบล	ฉิมพาลี	กรรมการ
6. นายทวิต	อ่ำสุข	กรรมการ
7. นางจันทร์จิรา	บุญเย็น	กรรมการ
8. นางประจิม	เขียวสม	กรรมการ
9. นางสาวอารมณ์	อิ่มสำราญ	กรรมการ
10. นาวสาวสุนทร	ทองรอด	กรรมการ
11. นางจำปี	แสวงทรัพย์	กรรมการ
12. นางสาวจำรอง	ฉิมพลี	กรรมการ
13. นางสะริ	ปิ่นทอง	กรรมการ
14. นางสาวฉันทนี	อิ่มจันทร์	กรรมการ
15.นางฉวี	แสงสว่าง	กรรมการและเลขานุการ

1.2 ทุน

จากการศึกษาพบว่า แรกเริ่มอำเภอบางระจัน ได้สนับสนุนวัสดุและอุปกรณ์ในการทำผลิตภัณฑ์ งบประมาณ 100,000 บาท ต่อมาได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ได้มาอบรมหลักสูตรระยะสั้นพร้อมงบประมาณสนับสนุน ปัจจุบันใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน และได้รับการสนับสนุนโครงการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

1.3 เป้าหมาย

เป้าหมายหลักของกลุ่ม คือเพื่อให้ชาวบ้านมีงานอดิเรกทำและมีรายได้เสริมนอกเหนือจากการทำนา เป็นการใช้ผักตบชวาซึ่งเป็นวัชพืชให้มีประโยชน์ และเป็นกิจกรรมให้ชาวบ้านได้ใช้เวลาร่วมกัน

1.4 ปัญหาด้านแรงงาน

ยังคงขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือในการจักสาน ไม่ค่อยมีผู้เข้ามาศึกษาเรียนรู้วิธีการจักสานผักตบชวา และไม่มีเครื่องจักรที่ทันสมัยไว้ทุ่นแรงในการผลิตสินค้า

1.5 การพัฒนาบุคลากร

สมาชิกบาคนเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานต่าง ๆ และสมาชิกบางคนที่ไม่สะดวกเดินทางจะเรียนรู้และสอนกันเองในกลุ่ม และภายในชุมชน

1.6 พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมด้านใด

สิ่งที่ทางกลุ่มอยากให้มีการพัฒนา คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ให้ตรงกับความต้องการของตลาด การประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน และการตกแต่งสถานที่ในการขายสินค้าและการบริการ (การเปิดหน้าร้าน)

1.7 ที่ตั้งชุมชน

ทำเลที่ตั้งของกลุ่มฯ ห่างไกลจากตลาด ยังไม่มีหน้าร้าน ส่วนใหญ่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ที่ตั้งกลุ่มฯไม่โดดเด่น และการคมนาคมค่อนข้างห่างไกลจากตัวเมือง

1.8 ภาวการณ์แข่งขัน (คู่แข่ง)

ปัจจุบันในจังหวัดสิงห์บุรีน่าจะเป็นผู้นำทางการตลาด เนื่องจากมีมีกลุ่มรับทำจักสานผักตบชวา เพียง 3 กลุ่ม จังหวัดใกล้เคียงจะมีกลุ่มทางชัยนาทและอ่างทอง แต่ก็ผลิตภัณฑ์สินค้าคนละแบบกับทางกลุ่ม

1.9 ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า มีทั้งขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง และขายปลีก โดยการออกจำหน่ายตามงานโอทอป (OTOP) รวมไปถึงออกบูธในงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังมีช่องทางออนไลน์ ได้แก่ facebook : Pakchavaa shop, Shopee: Pakchavaa shop, Line Official: Pakchavaa และ Instragram: Sing Chava

2. ด้านกระบวนการผลิต

2.1 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิตเครื่องจักสาน

นำผักตบชวาที่เป็นต้นและซีกซึ่งตากแห้งแล้ว มาทำการผลิต

ขั้นตอนที่ 1 ตัดผักตบชวาให้เท่ากันตามขนาดที่ต้องการ (พบปัญหาการตัดขนาดของผักตบชวาให้มีขนาดเท่ากัน) แล้วนำไปรีดด้วยเครื่องรีด

ขั้นตอนที่ 2 เอาผักตบชวามาสานตามแบบไม้ที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 3 ตัดตกแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อเก็บรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 4 ผสมกาวลาเท็กซ์ ให้เข้ากับน้ำเปล่าคนให้เข้ากัน นำผลิตภัณฑ์จุ่มลงไป แล้วนำไปตากให้แห้งโดยแขวนกับราวไม้ หรือวางบนพื้นปูน

ขั้นตอนที่ 5 นำผลิตภัณฑ์ไปอบกับกำมะถันในตู้ไม้ (เพื่อป้องกันเชื้อรา)

ขั้นตอนที่ 6 ตกแต่งพร้อมจำหน่าย

ขั้นตอนการผลิตผักตบชวาหั่น

ขั้นตอนที่ 1 นำต้นผักตบชวามาตัดแต่งลำทำความสะอาด

ขั้นตอนที่ 2 นำมาหั่นตามขนาดที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 3 ตากแดดให้แห้ง

ขั้นตอนที่ 4 นำมาร่อนเศษผงออก

ขั้นตอนที่ 5 ชั่งน้ำหนัก บรรจุใส่ถุงตามขนาด พร้อมจำหน่าย

2.2 กำลังการผลิต

จากการศึกษาพบว่า ผลิตกระเป๋าสาน ได้ประมาณ 50 ชิ้น/เดือน (รวมทั้งกลุ่มชุมชน) และผักตบชวาหั่น ได้ประมาณ 400 กิโลกรัม/เดือน

2.3 การเก็บสำรองผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า มีการเก็บสำรองไว้ แต่จำนวนไม่มาก การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ยังไม่ค่อยดี พบปัญหาในการเกิดเชื้อรากับวัตถุดิบได้แก่ ต้นผักตบชวา โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน ต้นผักตบชวาจะขาดแคลนเนื่องจากไม่สามารถตากแห้งได้

2.4 มาตรการในการควบคุมวัตถุดิบ

จากการศึกษาพบว่า มีโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ลดอัตราการเกิดเชื้อราของผักตบชวาและการบรรจุใส่ถุงพลาสติก

2.5 ของเสียจากขบวนการผลิต

จากการศึกษาพบว่า มีเศษผักตบชวาที่เหลือจากการผลิตจำนวนมากที่ยังไม่ได้เพิ่มมูลค่า

2.6 การคิดต้นทุน และการตั้งราคา

จากการศึกษาพบว่า ที่ใส่ดินสอ ต้นทุน 5 บาท ขายส่ง 10 บาท ขายปลีก 20 บาท/ชิ้น (คิดกำไร 1 เท่าตัว) กระเป๋าจักสาน ต้นทุน 100 – 200 บาท ขายส่ง 200-300 บาท ขายปลีก 200-400 บาท ผักตบชวาหั่น ต้นทุน 60 บาทต่อกิโลกรัม ขาย 100 บาทต่อกิโลกรัม

2.7 วางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิตจะผลิตทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

2.8 จุดแข็งด้านการผลิต

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ราคาถูก สินค้ามีความคงทนแข็งแรง

2.9 จุดอ่อนด้านการผลิต

เชื้อราที่เกิดกับต้นผักตบชวา ในช่วงฤดูฝนต้นผักตบชวาตากแห้งราคาสูง และไม่สามารถตากแห้งได้ ทำเลที่ตั้งไม่ดี การจัดวางสินค้าขายหน้าร้านยังไม่เป็นที่ดึงดูดลูกค้า และขาดกำลังคนและเครื่องจักรในการผลิต

3. ด้านการจัดการผลิตภัณฑ์

3.1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

สามารถผลิตรูปแบบได้ประมาณ 30 แบบ และมีหลายขนาด ส่วนใหญ่เน้นกระเป๋ากระเช้าของขวัญ กระเป๋าใส่ข้าวสาร 1 กิโลกรัม และกระเป๋าสะพายไม่กี่รูปแบบ

3.2 ตราผลิตภัณฑ์

มีตราผลิตภัณฑ์ (logo) เป็นของตัวเอง และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกมาออกแบบตรายี่ห้อ

3.3 การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์

มีการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของลูกค้า

3.4 ปัญหาการจัดการผลิตภัณฑ์

การออกแบบยังไม่ทันสมัย

4. ด้านการกำหนดราคา

ผลิตภัณฑ์แต่ละขนาดจะคิดกำไรเป็นหนึ่งเท่าของต้นทุน ราคาสูงขึ้นตามต้นทุน และไม่มีปัญหาในการกำหนดราคา

5. ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

แหล่งตลาดมีทั้งลูกค้าประจำ/ลูกค้าไม่ประจำ ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยลูกค้ามาซื้อในชุมชน ตลาดออนไลน์บางส่วน และออกบูธประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

6. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก และมีการออกรายการ TV ถ้าซื้อเยอะจะขายราคาส่งเป็นการส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

7. การจัดการเงินแหล่งเงินทุน

ปัจจุบันใช้เงินส่วนตัวระดมหุ้นกัน มีเงินทุนหมุนเวียนพอ ไม่มีการวางแผนการใช้เงินล่วงหน้า (ต้นทุนถูก) ไม่มีปัญหาด้านการเงิน

8. ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อองค์การ

จากการศึกษาพบว่า รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน เศรษฐกิจไม่ดี หน้าแล้งน้ำแห้งผักตบชวาจะมีน้อยและคุณภาพไม่ดี

2. การประเมินศักยภาพ

หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหาร

ด้านผู้นำ

กลุ่มมีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายหลัก เพื่อให้ชาวบ้านมีงานอดิเรกทำและมีรายได้เสริมนอกเหนือจากการทำนา เป็นการใช้ผักตบชวาซึ่งเป็นวัชพืชให้มีประโยชน์ และเป็นกิจกรรมให้ชาวบ้านได้ใช้เวลาร่วมกัน โดยการนัดพบกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ **1** ครั้ง และสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้ประมาณ 10 ปี อย่างต่อเนื่อง และเป็นกิจกรรมที่ไม่มีกระบวนการทำลายสิ่งแวดล้อม อีกทั้งได้รับความความไว้วางใจจากลูกค้า เรื่องความซื่อสัตย์ และคุณภาพของสินค้า เห็นได้จากการรีวิวในช่องทาง Shopee มีลูกค้าเข้ามารีวิว จำนวน 725 คน ได้คะแนนรีวิว 4.9 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน และมีลูกค้าประจำ

ด้านโครงสร้างและกฎระเบียบ

ทางกลุ่มมีการแบ่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนในการบริหารจัดการกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย และมีการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับร่วมกัน ของกลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย โดยมีเนื้อหาเรื่อง วัตถุประสงค์ คุณสมบัติของสมาชิก การสมัครเข้าเป็นสมาชิก การขาดจากการเป็นสมาชิก ที่มาของเงินทุนกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่ม การดำเนินงานของคณะกรรมการ การพ้นจากตำแหน่งของสมาชิกและกรรมการ การกำหนดหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง การปันผล

ด้านการเงินและบัญชี

กลุ่มมีการระดมหุ้น และจดบันทึกบัญชี รายรับ-รายจ่าย เพื่อใช้ดูรายละเอียดในการปรับแผนการประชาสัมพันธ์สินค้าขายดี และตรวจสอบต้นทุน มีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ แบ่งเป็น 2 กรณี คือ รับเป็นค่าแรงหลังจากส่งสินค้า และรับเป็นเงินปันผล 3 เดือนครั้ง

ด้านสวัสดิการสมาชิกและชุมชน

ร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น อบต. พาณิชย์จังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด เป็นต้น ส่วนใหญ่จะร่วมจัดบูธนิทรรศการ สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับค่าใช้จ่ายพิเศษในการไปออกบูธนิทรรศการ กลุ่มมีการผลิตตามคำสั่งของลูกค้า และมีการประชุมประจำเดือน มีการปรับแผนตามสถานการณ์

หมวดที่ 3 การบริหารตลาด

หากเป็นผลิตภัณฑ์จักสาน ลูกค้าจะเป็นพ่อค้าคนกลาง และผู้หญิงวัยทำงาน ผ่านช่องทางขายตรงและออกบูธ แต่ถ้าเป็นผักตบชวาหั่น ลูกค้าจะมาจากช่องทางออนไลน์ ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ขายหนังสือ น้ำหอม และลูกค้าที่เลี้ยงสัตว์ (นำไปรองกรงสัตว์) จะขายกระเป๋าให้กับพ่อค้าคนกลางจากสุพรรณบุรีซึ่งเป็นเครือข่ายกัน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน ที่สนับสนุนช่องทางการจำหน่าย ออกบูธ ช่องทางติดต่อกับลูกค้า คือ Facebook, Line และ Shopee ลูกค้าจะรีวิวและแจ้งความต้องการผ่านทางข้อความ กลุ่มมีมีตราสินค้าชัดเจน บอกคุณสมบัติของสินค้า มีการบริการตกแต่งกระเป๋า และมีบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องจักสาน รวมทั้งมีช่องทางการตลาดหลายช่องทาง

หมวดที่ 4 ด้านการผลิตและให้บริการ

กลุ่มมีการผลิตเครื่องจักสาน และผักตบชวาหั่น ซึ่งมีขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจน มีการตรวจสอบเครื่องจักสานก่อนออกจำหน่ายในเรื่องของลวดลาย ความแข็งแรง

หมวดที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือพนักงาน

กลุ่มจะส่งสมาชิกเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ได้รับโอกาสเข้าร่วมงานกับหน่วยงานภายในจังหวัดอย่างต่อเนื่องทำให้เป็นที่รู้จักภายในจังหวัดสิงห์บุรีเป็นอย่างดี และช่องทาง Facebook มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมัคร และสมาชิกให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี

หมวดที่ 6 ผลลัพธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน

ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของผู้ประกอบการชุมชน

สมาชิกที่มีความชำนาญ สามารถสร้างรายได้จากการผลิตได้เพิ่มขึ้น สมาชิกสามารถชวนสมาชิกในครอบครัวตัดผักตบชวามาส่งขายเพื่อเป็นรายได้เสริมได้ โดยไม่ต้องมีทักษะการจักสาน ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น

ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 98 จากการรีวิวในตลาดออนไลน์ และทางกลุ่มมีการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาจำนวนมาก แต่ของกลุ่มจะมีจุดเด่นที่ความคงรูปของกระเป๋า เก็บไว้ได้นาน ส่วนผักตบชวาหั่น เน้นความสะอาดและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สร้างความเสียหายขณะขนส่ง

ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

กลุ่มพยายามหาเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต และได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เช่น โรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยลดระยะเวลาการตากแห้ง ส่งผลให้ประหยัดค่าแรงงานในการตากและเก็บ และใช้วัสดุที่ราคาถูกมาทำเป็นโครงกระเป๋า มีฝ่ายตรวจสอบสินค้าก่อนนำขาย หากไม่ได้มาตรฐานจะไม่ส่งออกจำหน่าย ซึ่งได้ชี้แจงกับทางสมาชิก ทำให้สมาชิกผลิตสินค้าอย่างระมัดระวัง

ด้านการพัฒนากลุ่ม

กลุ่มมีความเข้มแข็งของสมาชิกในการทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกัน การมีเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนและมีช่องทางการขายออนไลน์ที่มีเด็กรุ่นใหม่มาช่วยเป็นผู้ดูแลระบบ และกิจกรรมของกลุ่มยังเป็นประโยชน์กับชุมชน ดังนี้

1. ช่วยกำจัดผักตบชวาที่อยู่ในคลองชลประทานและลำบึงพักทัน
2. กระจายรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อย สามารถตัดผักตบชวามาจำหน่ายให้กับทางกลุ่มได้
3. เป็นรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน ในช่วงว่างจากการทำนา
4. สร้างสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

หมวดที่ 7 การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ช่วงแรกได้รับการถ่ายทอดความรู้จาก กศน. ต่อมาได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก อบต. เป็นทุนอุปกรณ์ หลังจากนั้นมีพัฒนาชุมชนเข้ามาต่อยอดจดเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP และในปี 2562 ถึงปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เข้ามาช่วยพัฒนา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การจัดการคลังสินค้า พัฒนากระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ที่ให้กลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเช่นกัน รวมถึงวัดโคนอนซึ่งเป็นวัดในพื้นที่เข้ามาช่วยส่งเสริมสนับสนุนประชาสัมพันธ์ให้กับทางกลุ่ม และมีการออกไปเป็นวิทยากรให้ความรู้กับกลุ่มอื่น หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ โดยในบางครั้งถ่ายทอดให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

3. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบจังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน

จากการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสิงห์ชวา บ้านทุ่งกลับน้อย พบว่า มีปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบจังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน ในรูปแบบ SING CHAVA Model ดังนี้

S : Support การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน กศน. วัดในพื้นที่ อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านองค์ความรู้ และทุนสนับสนุน

I : Integrity ยึดมั่นในคุณธรรม ซื่อสัตย์กับลูกค้า

กลุ่มมีความซื่อสัตย์กับลูกค้า ในการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพเท่านั้น จึงได้รับการยอมรับและไว้วางใจ มีลูกค้าประจำ และขายได้อย่างต่อเนื่อง

N : Natural ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาหั่นการป้องกันการกระแทก ที่ทางกลุ่มจำหน่ายก็เพื่อทดแทนการใช้วัสดุอื่นที่ยากต่อการย่อยสลายและกลายเป็นขยะ หลังจากใช้แล้วสามารถนำไปใส่ต้นไม้เพื่อเป็นปุ๋ยหมักได้

G : Goods ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการยอมรับเรื่องฝีมือการจักสาน และความแข็งแรง คงทนของผลิตภัณฑ์ สวยงามและสามารถใช้งานได้ยาวนาน

C : Check ตรวจสอบ

ผลิตภัณฑ์มีการตรวจสอบคุณภาพ จากสมาชิกภายในกลุ่มซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาด้านการจักสานก่อนออกจำหน่ายทุกครั้ง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ไว้ตรวจสอบการลงทุน

H : Handmade งานฝีมือ

ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น เป็นงานฝีมือที่ผลิตขึ้นใหม่ ซึ่งงานฝีมือเป็นอาชีพเสริมที่ลงทุนเพียงแค่แรงงาน แต่ต้องอาศัยทักษะความชำนาญ และความเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการสาน

A : Access เข้าถึงง่าย

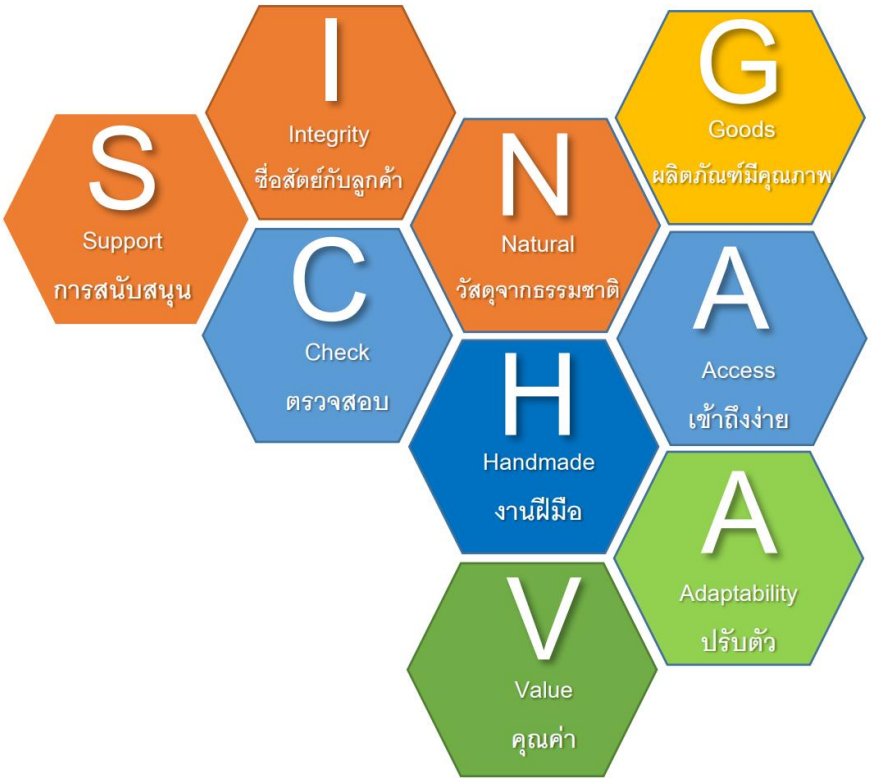
กลุ่มมีช่องทางการจัดจำหน่ายและติดต่อสื่อสารหลายช่องทาง รวมไปถึงออกบูธในงานแสดงสินค้า มีช่องทางออนไลน์ ได้แก่ facebook : Pakchavaa shop, Shopee: Pakchavaa shop, Line Official: Pakchavaa และ Instragram: Sing Chava

V: Value คุณค่าของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เป็นงานฝีมือของคนในชุมชน มีการพัฒนาเครื่องจักสานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค่าโดยการผลิตตามรูปแบบที่ลูกค้าสั่ง และวัสดุที่ผลิตก็เป็นวัสดุจากธรรมชาติ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

A : Adaptability ปรับตัวพร้อมกับโลกที่เปลี่ยนแปลง

กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ และรับนโยบายของภาครัฐมาปรับและคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ อีกทั้งทางกลุ่มยังมีสมาชิกรุ่นลูกมาช่วยในเรื่องของช่องทางออนไลน์ และเป็นคนรุ่นใหม่ที่มาช่วยเติมเต็มการบริหารจัดการธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน



ภาพ 4.1 แสดง SING CHAVA Model

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565 จังหวัดสิงห์บุรี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อสังเคราะห์ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี 2) เพื่อศึกษาศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบในจังหวัดสิงห์บุรี

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุป

1. ผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีจัดสรรงบประมาณให้ดำเนินโครงการในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ทั้งสิ้น 25 โครงการ ขอยกเลิกดำเนินงาน จำนวน 4 โครงการ เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีโครงการที่ดำเนินการในพื้นที่/กลุ่มเดิมอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 3 ปี จำนวน 5 โครงการ เป็นโครงการประเภทอาหาร 11 โครงการ ของตกแต่งของที่ระลึก 7 โครงการ ผ้าและเครื่องแต่งกาย 5 โครงการ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 โครงการ และอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้าพวกได้อีก 1 โครงการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพทั่วไป 19 กลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5 กลุ่ม และเป็นหน่วยงาน (สหกรณ์การเกษตร) 1 กลุ่ม ลักษณะการดำเนินโครงการใหญ่เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม มีจัดทำตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมการจำหน่ายหรือการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

ผลการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี ปีงบประมาณ 2562 – 2565 โดยภาพรวมทุกโครงการประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่โดยภาพรวมยังประสบปัญหาเรื่องการตลาดโดยเฉพาะช่องทางการตลาดออนไลน์ การเรียนรู้วิธีการสร้างคอนเทนต์และสื่อต่าง ๆ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ โดยพบว่าการให้บริการวิชาการโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่ของอำเภอบางระจัน อำเภออินทร์บุรี เมืองสิงห์บุรี อำเภอค่ายบางระจัน และอำเภอท่าช้าง ตามลำดับ โดยพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมมากที่สุดคือตำบลไม้ดัด อำเภอบางระจัน และโดยภาพรวมกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมยังไม่มีความหลากหลาย

2. ศักยภาพในการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565

2.1 กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเข้าไปส่งเสริม พื้นฐานอาชีพส่วนใหญ่ทำเกษตรกรรม และเป็นผู้สูงอายุ เกิดการรวมกลุ่มขึ้นเพื่อต้องการหารายได้เสริมหลังฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร และมีบางกลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักโดยการนำทรัพยากรเอกลักษณ์ของจังหวัดคือปลาช่อนแม่ลามาสร้างเป็นอาชีพ เช่น การเพาะพันธุ์ปลาช่อนแม่ลาจำหน่าย และการแปรรูปจากปลาช่อนแม่ลา ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุเป็นการรวมตัวเพื่อหากิจกรรมทำร่วมกันและมีรายได้เสริม

2.2 การให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในทุกระดับอย่างแท้จริง โดยเฉพาะระดับชาวบ้านที่ไม่มีเงินทุนหรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนต่าง ๆ ได้ถือเป็นการให้โอกาสประชาชนที่มีทุนน้อยหรือคนอื่นมองไม่เห็นศักยภาพของประชาชน/ชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมในครอบครัว โดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้ว่างงาน บางรายสามารถนำไปสร้างเป็นอาชีพหลักของตนเองได้อย่างแท้จริง มีการนำผลิตภัณฑ์ไปพัฒนาให้มีคุณภาพและได้รับการรับรอง ไปทดสอบมาตรฐาน เตรียมการขอจดทะเบียน ขอรับสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจ

ศักยภาพของกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริม โดยภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพ มีความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะในการสร้างอาชีพ มีความสนใจเป็นทุนเดิม แต่จะมีปัญหาเรื่องช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะการออกจำหน่ายนอกสถานที่ และการทำการตลาดออนไลน์ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ การสอนให้ผลิตสื่อหรือการทำการตลาดรูปแบบต่าง ๆ จึงค่อนข้างเป็นอุปสรรค ความไม่เข้าใจการเลือกใช้บรรจุให้เหมาะสมแก่การจำหน่ายแต่ละช่องทาการจำหน่าย

2.3 ปัญหาอุปสรรคสำคัญของกลุ่มคือความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดในระดับที่สูงขึ้นและมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย การทำการตลาด การสร้างช่องทางจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ขาดเครือข่ายในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีอายุสั้น อุปสรรคในการเดินทางและสุขภาพเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงทำให้พลาดโอกาสในการเปิดตัวสินค้า ขาดสมาชิกรุ่นใหม่สืบทอด

ปัญหาอุปสรรคของผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการคือการเบิกจ่ายงบประมาณ เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านบริการวิชาการโดยตรง และไม่มีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือเรื่องการเบิกจ่าย ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการด้วยตนเองทุกอย่างผ่านคณะวิชาที่สังกัด และเป็นการเบิกแบบโครงการ ไม่ใช่เบิกแบบการวิจัย มีความยุ่งยากเรื่องเอกสาร ขั้นตอนการเบิกจ่าย รายการ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่สามารถเบิกได้หรือเบิกไม่ได้ ทั้ง ๆ ที่รายการวัสดุหรือการดำเนินการบางอย่างมีการดำเนินการจริงแต่ก็ไม่สามารถเบิกตามความจริงได้มี ความเสี่ยงเรื่องการถูกตรวจสอบ การกำหนดจำนวนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องตอบตัวชี้วัดภาพรวมของมหาวิทยาลัยว่าต้องได้จำนวนกี่คน แต่ในสภาพความเป็นจริงแต่ละกลุ่มที่เข้าไปส่งเสริมมีความหลากหลาย ทั้ง

รูปแบบวิสาหกิจ กลุ่มจัดตั้งทั่วไป กลุ่มไม่เป็นทางการ กลุ่มตามความสนใจ ครอบครัว หน่วยงาน ซึ่งมีจำนวนสมาชิกไม่เท่ากัน แต่ต้องกำหนดจำนวนว่าไม่ต่ำกว่ากี่คน เช่น 15, 20, 30 คน ส่งผลให้ต้องไปหาประชาชนที่อาจไม่ได้เกี่ยวข้องมาร่วมกิจกรรมเพื่อต้องการลายเซ็นเบิกจ่ายให้ครบ

2.4 ความต้องการได้รับส่งเสริมสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ได้แก่ การต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ครบวงจรด้วยทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน การคิดหากิจกรรม/งานที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุหรือชาวบ้านที่ไม่มีงานทำ การช่วยในการรวมกลุ่ม/จัดตั้งกลุ่ม/บริหารจัดการกลุ่ม การช่วยเหลือด้านการตลาด การขอรับสนับสนุนด้านการบรรจุภัณฑ์ การพาไปศึกษาดูงานแหล่งต่าง ๆ แนวทางการให้บริการวิชาการหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยควรมุ่งเน้นส่งเสริมชาวบ้านหรือกลุ่มที่ขาดแคลนทั้งกำลังทรัพย์และโอกาสมากกว่าการมุ่งไปส่งเสริมกลุ่มที่มีศักยภาพแล้ว โดยสำรวจความต้องการได้รับการช่วยเหลือจากประชาชนให้ทั่วถึงในทุก ๆ พื้นที่ของจังหวัด แล้วจัดลำดับในการเข้าไปส่งเสริมหรือพัฒนา ซึ่งจะทำให้ชุมชนได้ประโยชน์และช่วยเหลือคนได้ตรงปัญหามากกว่า

2.5 การบูรณาการการทำงาน แต่ละหน่วยงานก็มีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณต่าง ๆ แต่ก็มีศักยภาพหรือความถนัดเฉพาะของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้น หากมีการวางแผนล่วงหน้า มีการศึกษาความต้องการล่วงหน้าว่ามหาวิทยาลัยจะเข้าไปส่งเสริมเรื่องใด ทางหน่วยงานอาจสามารถหาหนทางในการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนหรือบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยให้ข้อสังเกตว่าพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรีโดยภาพรวมได้รับการส่งเสริมน้อย ไม่หลากหลายอำเภอหรือตำบล โครงการส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในบางตำบลหรือบางอำเภอมากกว่า และเมื่อสำรวจดูแล้วมักเป็นอาจารย์ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสิงห์บุรี ดังนั้น อาจใช้วิธีทำงานในลักษณะเป็นคณะทำงานร่วมกับหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นโอกาสให้ได้รับการส่งเสริมหลากหลายพื้นที่ในจังหวัดสิงห์บุรีมากยิ่งขึ้น

2.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายดำเนินโครงการในปีงบประมาณต่อ ๆ ไป ควรใช้วิธีให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องได้รับความช่วยเหลือกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มเพื่อแสดงความต้องการได้รับการพัฒนาหรือช่วยเหลือ และทำการประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยทั้งสามจังหวัด จากนั้นจึงนำข้อมูลความต้องการที่ได้รับมาจำแนกแต่ละจังหวัด/หมวดหมู่/จัดลำดับ โดยนำข้อมูลความต้องการนี้ประชาสัมพันธ์และใช้เป็นโจทย์ในการเขียนข้อเสนอโครงการให้กับอาจารย์ที่มีความสนใจ การดำเนินการตามกระบวนการนี้ จะทำให้มหาวิทยาลัยสามารถตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและเข้าส่งเสริมสนับสนุนได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

2.7 มหาวิทยาลัยยังไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลด้านการบริการวิชาการที่เป็นระบบ ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลโครงการหรือกลุ่มที่เคยดำเนินการแล้วตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นมา ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบควรวางระบบในการจัดเก็บข้อมูลโครงการบริการวิชาการ จำแนกตามปี ตามจังหวัด ประเภทโครงการ ผลที่เกิดจากการดำเนินโครงการ ฯลฯ แล้วนำส่งต่อให้มหาวิทยาลัย (ฝ่ายที่

รับผิดชอบ) ดำเนินการสร้างฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ลิงก์ข้อมูลใช้กันได้ทั้งมหาวิทยาลัย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะยื่นข้อเสนอโครงการใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการพัฒนาต่อยอดงาน และเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการพิจารณาทุนเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนหรือให้บริการที่ไม่ตรงกับความต้องการ

3. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในปีงบประมาณ 2562 - 2565

ผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรีที่ถูกคัดเลือกมาเป็นกรณีศึกษาเพื่อเป็นผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบของจังหวัดสิงห์บุรี คือ กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย หมู่ที่ 7 ตำบลพักทัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เบอร์โทรติดต่อ 061-563-3192 ก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2556 แรกเริ่มอำเภอบางระจันได้สนับสนุนวัสดุและอุปกรณ์ในการทำผลิตภัณฑ์ งบประมาณ 100,000 บาท ต่อมาได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) มาอบรมหลักสูตรระยะสั้นพร้อมงบประมาณสนับสนุน ปัจจุบันใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน และได้รับการสนับสนุนโครงการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ปัจจุบันมี นางวรรณดี สมัครการ เป็นประธานกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์จากผักตบชวาได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรี เป้าหมายหลักของกลุ่ม คือเพื่อให้ชาวบ้านมีงานอดิเรกทำและมีรายได้เสริมนอกเหนือจากการทำนา เป็นการใช้ผักตบชวาซึ่งเป็นวัชพืชให้มีประโยชน์ และเป็นกิจกรรมให้ชาวบ้านได้ใช้เวลาร่วมกัน

กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ประมาณ 30 แบบ และมีหลายขนาด ส่วนใหญ่เน้นกระเป๋ากระเช้าของขวัญ กระเป๋าใส่ข้าวสาร 1 กิโลกรัม และกระเป๋าสะพายไม่กี่รูปแบบ มีกำลังการผลิตกระเป๋าสานได้ประมาณ 50 ชิ้น/เดือน (รวมทั้งกลุ่มชุมชน) และผักตบชวาหั่น ได้ประมาณ 400 กิโลกรัม/เดือน โดยมีมาตรการในการควบคุมวัตถุดิบคือโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ลดอัตราการเกิดเชื้อราของผักตบชวา และการบรรจุใส่ถุงพลาสติก การวางแผนการผลิตจะผลิตทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีการคิดต้นทุน และการตั้งราคา ที่ใส่ดินสอ ต้นทุน 5 บาท ขายส่ง 10 บาท ขายปลีก 20 บาท/ชิ้น (คิดกำไร 1 เท่าตัว) กระเป๋าจักสาน ต้นทุน 100 – 200 บาท ขายส่ง 200-300 บาท ขายปลีก 200-400 บาท ผักตบชวาหั่น ต้นทุน 60 บาทต่อกิโลกรัม ขาย 100 บาทต่อกิโลกรัม มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง และขายปลีก โดยการออกจำหน่ายตามงานโอทอป (OTOP) รวมไปถึงออกบูธในงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังมีช่องทางออนไลน์ ได้แก่ facebook : Pakchavaa shop, Shopee: Pakchavaa shop, Line Official: Pakchavaa และInstragram: Sing Chava ปัจจุบันยังไม่มีคู่แข่งในจังหวัด

อุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม เช่น 1) ปัญหาด้านแรงงานที่มีฝีมือในการจักสานไม่ค่อยมีผู้เข้ามาศึกษาเรียนรู้วิธีการจักสานผักตบชวา และไม่มีเครื่องจักรที่ทันสมัยไว้ทุ่นแรงในการ

ผลิตสินค้า 2) การพัฒนาบุคลากร สมาชิกบางคนที่ไม่สะดวกเดินทางจะเข้าอบรมสัมมนากับหน่วยงานภายนอก 3) สถานที่ตั้งของกลุ่ม ห่างไกลจากตลาด ยังไม่มีหน้าร้าน ส่วนใหญ่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ที่ตั้งกลุ่มฯไม่โดดเด่น และการคมนาคมค่อนข้างห่างไกลจากตัวเมือง 4) การเก็บสำรองผลิตภัณฑ์ พบปัญหาในการเกิดเชื้อราโดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน ต้นผักตบชวาจะขาดแคลนเนื่องจากไม่สามารถตากแห้งได้ 5) การออกแบบยังไม่ทันสมัย 6) หน้าแล้งน้ำแห้งผักตบชวาจะมีน้อยและคุณภาพไม่ดี และ 6) ของเสียจากกระบวนการผลิตมีเศษผักตบชวาที่เหลือจากการผลิตจำนวนมากที่ยังไม่ได้เพิ่มมูลค่า

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสิงห์ชวา บ้านทุ่งกลับน้อย สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน โดยใช้ SING CHAVA Model ดังนี้

S : Support การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี วัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน กศน. วัดในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านองค์ความรู้ และทุนสนับสนุน

I : Integrity ยึดมั่นในคุณธรรม ซื่อสัตย์กับลูกค้า การจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพเท่านั้นจึงได้รับการยอมรับและไว้วางใจ มีลูกค้าประจำ และขายได้อย่างต่อเนื่อง

N : Natural ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาหั่นป้องกันการกระแทกที่ทางกลุ่มจำหน่ายก็เพื่อทดแทนการใช้วัสดุอื่นที่ยากต่อการย่อยสลายและกลายเป็นขยะ หลังจากใช้แล้วสามารถนำไปใส่ต้นไม้เพื่อเป็นปุ๋ยหมักได้

G : Goods ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับเรื่องฝีมือการจักสาน และความแข็งแรง คงทนของผลิตภัณฑ์ สวยงามและสามารถใช้งานได้ยาวนาน

C : Check ตรวจสอบ มีการตรวจสอบคุณภาพจากสมาชิกภายในกลุ่มซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาด้านการจักสานก่อนออกจำหน่ายทุกครั้ง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ไว้ตรวจสอบการลงทุน

H : Handmade งานฝีมือ ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น เป็นงานฝีมือที่ผลิตขึ้นใหม่ ซึ่งงานฝีมือเป็นอาชีพเสริมที่ลงทุนเพียงแค่แรงงาน แต่ต้องอาศัยทักษะความชำนาญ และความเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการสาน

A : Access เข้าถึงง่าย กลุ่มมีช่องทางการจัดจำหน่ายและติดต่อสื่อสารหลายช่องทาง รวมไปถึงออกบูธในงานแสดงสินค้า มีช่องทางออนไลน์

V: Value คุณค่าของผลิตภัณฑ์ เป็นงานฝีมือของคนในชุมชน มีการพัฒนาเครื่องจักสานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค่าโดยการผลิตตามรูปแบบที่ลูกค้าสั่ง และวัสดุที่ผลิตก็เป็นวัสดุจากธรรมชาติ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

A : Adaptability ปรับตัวพร้อมกับโลกที่เปลี่ยนแปลง กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ และรับนโยบายของภาครัฐมาปรับและคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ อีกทั้งทางกลุ่มยังมีสมาชิกรุ่นลูกมาช่วยในเรื่องของช่องทางออนไลน์ และเป็นคนรุ่นใหม่ที่มาช่วยเติมเต็มการบริหารจัดการธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่มีเป้าหมายหลักเพื่อติดตามผลและประเมินผลการดำเนินยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยเข้าไปบริการวิชาการแก่ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ในปีงบประมาณ 2562 – 2565 ซึ่งเป็นไปตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับการติดตามและการประเมินผล โดยไตรรันต์ โภคพลากรณ์ (2565, หน้า 292 - 295) อธิบายว่า ประเมินผลโครงงาน จะมีแนวคิดสำคัญ 2 ประการ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การติดตาม (monitoring or follow up) และการประเมินผล (evaluation) สำหรับการติดตามได้แก่ การสังเกต ติดตามความก้าวหน้าของกิจกรรมตามแผนงานอย่างเป็นระบบด้วยการรวบรวม และบันทึกข้อมูลการดำเนินกิจกรรมความเปลี่ยนแปลง และหรือการใช้จ่ายงบประมาณ ฯลฯ เป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบความก้าวหน้าและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแผนงานที่กำหนดไว้ ช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์การทำงานที่เกิดขึ้น การพิจารณาว่ามีการใช้ทรัพยากรในการดำเนินกิจกรรมเหมาะสมหรือไม่ ช่วยในการระบุปัญหาและแนวทางแก้ไข ฯลฯ ส่วนการประเมินผลเป็นกระบวนการตัดสินคุณค่าของกิจกรรมหรือโครงการ โดยใช้ฐานข้อมูลจากการติดตามงานและมุ่งหาคำตอบว่ากิจกรรมหรือโครงการที่ทำนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ มีประสิทธิผลและผลกระทบอย่างไร เพื่อระบุข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ ตลอดทั้งกำหนดแนวทางการป้องกัน แก้ไขในการดำเนินงานในอนาคต ตรวจสอบความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร (งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล) กับการบรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อสังเคราะห์บทเรียนจากการทำงานเพื่อนำไปเป็นแนวทางสำหรับการวางแผนทำกิจกรรมหรือโครงการอื่นต่อไป

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการประเมินผสมผสานกันระหว่าง โดยมีความสอดคล้องกับรูปแบบซิป (CIPP model) ครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การประเมินบริบท (context evaluation หรือ C) 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (input evaluation หรือ I) 3) การประเมินกระบวนการ (process evaluation หรือ P) และ 4) การประเมินผลผลิต (product evaluation หรือ P) และรูปแบบการประเมินของเบ็นเน็ตต์ (Bennett’s model) หรือเรียกว่ารูปแบบการประเมินผลเชิงประจักษ์ (evidence model) เป็นการประเมินผลที่ครอบคลุมตัวแปรหรือปัจจัยของโครงการมุ่งเน้นการประเมินผลความสำเร็จของโครงการ 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (input) กิจกรรม (activity) การมีส่วนร่วมของเกษตรกร (involvement of farmer) ปฏิกิริยาตอบสนอง

(reaction) การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และความหวัง (change in learning) และผลลัพธ์สุดท้ายและผลได้ (outcome and result) (สิน พันธุ์พินิจ, 2555, หน้า 145 – 146, 150)

ผลการศึกษาพบว่าโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยเข้าไปบริการวิชาการแก่ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรีตลอดระยะเวลา 4 ปี (ปี 2562 – 2565) มีโครงการที่มีความหลากหลายทั้งประเภทของกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมทั้งรูปแบบวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพ กลุ่มครอบครัว หน่วยงาน ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมมีทั้งอาหาร ผ้าและเครื่องแต่งกาย สมุนไพร ของใช้ของที่ระลึก ฯลฯ สอดคล้องกับข้อมูลของ จินตนา กาญจนวิสุทธ์ (2563, หน้า 38 - 42) อธิบายว่า โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ One Tambon One Product (OTOP) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) OTOP ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งหนึ่งตำบลไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจมาจากหลายชุมชนหรือหลายเครือข่าย และไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดหรือภาคเดียวกัน และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัท เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มุ่งเน้นเป้าหมายเดียวกัน คือ การสร้างรายได้ และกำไรให้กับชุมชนตนเอง สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีคุณภาพ

จากกรณีศึกษาผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบของจังหวัดสิงห์บุรี คือ กลุ่มสิงห์ชวาบ้านทุ่งกลับน้อย ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลากหลายด้านทั้งผู้นำกลุ่ม การบริหารจัดการ เงินทุน การได้รับการส่งเสริมสนับสนุน คุณภาพของผลิตภัณฑ์/สินค้า การใช้ทรัพยากร/วัตถุดิบในชุมชนให้เกิดมูลค่า การทำการตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของพิสิฐ ลี้อาธรรม, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, และพิมลพรรณ บุญเสนา (2559, หน้า 17 - 19) อธิบายว่ากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีความยั่งยืนได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ด้านสินค้า ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา ด้านการตลาด การตั้งราคาที่เหมาะสม มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย และมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ดี นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทักษญา สง่าโยธิน (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ค้นพบเรียงตามระดับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบการบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมการผลิตและการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้างเครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชัย ชันประสิทธิ์

(2560, บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าประกอบด้วย ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการเงินและการบัญชี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการแรงงาน ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านผู้นำด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. มหาวิทยาลัยควรร่วมกับหน่วยงานในจังหวัดและหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจความต้องการในการได้รับการบริการวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยนำยุทธ์ศาสตร์มหาวิทยาลัยและจังหวัดมาประกอบการตัดสินใจ แล้วนำข้อมูลมาสังเคราะห์จัดเรียงลำดับเพื่อจัดสรรงบประมาณเข้าไปส่งเสริม สนับสนุน

2. มหาวิทยาลัยควรจัดทำฐานข้อมูลการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ ไว้อย่างเป็นระบบ สามารถสืบค้นได้ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน เป็นข้อมูลสำหรับการต่อยอดพัฒนา หรือติดตามผลการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาและใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพียงอย่างเดียว ประกอบกับยังเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไม่ครบ โดยเฉพาะผู้ซื้อหรือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มหาวิทยาลัยเข้าไปดำเนินโครงการ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้ครบโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค

2. ในการศึกษาเพื่อหาผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบ ควรมีการจำแนกประเภทผู้ประกอบการ/กลุ่มแต่ละประเภท เนื่องจากแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกันทั้งการจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบริหารจัดการที่มีความแตกต่างกัน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยความต้องการในการได้รับบริการวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ให้ครอบคลุมทุกอำเภอ เพื่อจะได้ดำเนินการส่งเสริมหรือพัฒนาได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

กรมความร่วมมือระหว่างประเทศ. (2563). **หลักการประเมินผลโครงการ.** สืบค้น กรกฎาคม 12, 2566, จาก https://tica-thaigov.mfa.go.th/th/pageหลักการประเมินผลโครงการ?menu=5f3640be32ac261704141e1c

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). **แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน.** สืบค้น มิถุนายน, 3, 2566, จาก http://www.nan.doae.go.th/scanbook122554/v0255.2.pdf

จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. (2559). **เส้นทางวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

_____. (2563). **ธุรกิจชุมชน: เส้นทางการพัฒนาอาชีพและการวิจัยในชุมชน.** กรุงเทพฯ: มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

ทักษญา สง่าโยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. **วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 12(2),** 11 - 25.

ประวิต เอราวรรณ์. (2562). **การออกแบบโครงการทางการศึกษาและการประเมินแบบเร่งด่วน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปวีณา เจะอารง, อัปสร อีซอ, ศุภมาศ รัตนพิพัฒน์, ธีรยุทธ มูเล็ง, และกัลยรัตน์ พินิจจันทร์. (2563). **รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอทอปจังหวัดปัตตานีตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

พชรพร วงษ์วาน. (2563). แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 15(1)**, 100 - 101.

พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์, และคนอื่น ๆ. (2563). **รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

พิสิฐ ลี้อาธรรม, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, และพิมลพรรณ บุญเสนา. (2559). การประเมินความยั่งยืนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน. **วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 20(1),** 1-43.

เพชรไพรริน อุปปิง, และฐานิตย์ เกสร. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดสกลนคร. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 35(3)**, 1 - 13.

ภัทรภร พุฒพันธ์, และพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี. (2566). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี. **วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(1)**, 12 - 24.

มะลิวัลย์ รอดกำเนิด, พรรณพิมล ก้านกนก, ปาจรีย์ ผลประเสริฐ, และณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ. (2562). รูปแบบการจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารในเขตภาคเหนือ. **สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 25(2),** 106 - 119.

รติมา พงษ์อริยะ, และสุภาค์พรรณ ตั้งตรงไพโรจน์. (2563). โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) กับการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว้า ตำบลวังหว้า อำเภอแกลง จังหวัดระยอง. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6(1),** 25 - 38.

ฤดี เสริมชยุต, และวันทนีย์ แสนภักดี. (2562). การศึกษาเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนโดยใช้ องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของใช้อรัญญิก ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 8(3),** 222 - 232.

วันชัย ซันประสิทธิ์. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. **วารสารสารสนเทศ, 16(2)**, 147 - 158.

ศศิชา หมดมลทิล. (2563). **ยกระดับฐานรากด้วยสินค้าชุมชน.** สืบค้น กรกฎาคม 7, 2566, จาก https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/03/GR_hotissue_yok_ra_darp_1_63_detail-1.pdf

ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์. (2563). **การจัดการธุรกิจชุมชน**. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

ศิณาภรณ์ หู้เต็ม. (2564). ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี. **วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 13(1),** 112 - 124.

ศิรินทร เลียงจินดาภาวร, และเขมิกา แสนโสม. (2560). **รายงานการวิจัยเรื่อง รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากร.** มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

สิน พันธุ์พินิจ. (2555). **เทคนิคการวางแผนและประเมินผลโครงการ.** กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

อัจจิมา ศุภจริยาวัตร, และสิทธิ จิตติชานนท์. (2562). **รายงานการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้วเพื่อการส่งออก.** ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (ตัวแทนหน่วยงานในพื้นที่)

1. นางสาวสุลาวัลย์ นิ่มบุตร นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
2. นายกฤษณ สิงห์พรหมมาศ นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ อบต.ไม้ดัด
3. นางสาวจำลองลักษณ์ สุขสโมสร หัวหน้าสำนักปลัด อบต.ไม้ดัด
4. นายธนพันธ์ พันธุ์น้อยกุล นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
5. นายรังสรรค์ บุญมาแคน ครู กศน.ตำบลไม้ดัด

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (ผู้นำชุมชน)

1. พระครูปลัดสุรพล ปภาโส วัดโฉมศรี
2. นายปราโมช จันทร์งาม กำนันตำบลไม้ดัด
3. นายทวี รุ่งโรจน์
4. นายธนวรรษ อินทร์สุวรรณ
5. นางสาวใบศรี ฉิมพาลี

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (ผู้ประกอบการชุมชน)

1. นายศุภลักษณ์ ช่วยบุญ
2. นางสาวจำลองลักษณ์ สุขสโมสร
3. นางสมพิศ ร่วมรักษ์
4. นางสาวเรณู สนพุ่ม
5. นางสาวชื่นจิตร มีสกุล
6. นางสาวสมงาม สารีสาย
7. นางปราณี บัวพนัส
8. นางจินตนา แสงวิไลสาธร
9. นางพิรุฬห์ลักษณ์ อินทวารี

10. นางประยูร เอี่ยมละออ
11. นางปราณี ตรีเพ็ชร
12. นางลั่นทม จันทร์ทอง
13. นางจำลอง จันดาห์
14. นางจิราวรรณ ศรีสังข์
15. นางคำแสน สุขเลี้ยว
16. นางพรรณี วิพันธุ์เงิน
17. นางสาวจิณัฐตา ขอนทอง
18. นางวรรณดี สมัครการ
19. นางสมจิตร เส็งผล
20. นางสาวสำรวย แก้วเกิด
21. นางสาวมยุรฉัตร กรรณิกา
22. นางทัศนีย์ อินทร์กลับ

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ)

1. อาจารย์กิตติวัลย์ ทองอร่าม
2. ผศ.ดร.ณัฏฐชา หน่อทอง
3. ผศ.ดร.จิราวรรณ สมหวัง
4. ผศ.ดร.จุติรัช อนุกูล
5. รศ.ดร.ดวงใจ บุญกุศล
6. อาจารย์สนธยา สุขอิ่ม
7. อาจารย์ณฤทธิ์ ประจงแต่ง
8. อาจารย์กานต์ เชื้อวงศ์
9. อาจารย์ ดร.ดวงพร ไม้ประเสริฐ
10. อาจารย์สายสุนีย์ มากแจ้ง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

1. แบบสัมภาษณ์ : ผู้ประกอบการชุมชน (ประธาน/สมาชิกกลุ่ม)

ประเด็นคำถามวิจัยหลัก : 1. ชุมชนทำงานกับใครบ้าง

2. ผู้ประกอบการชุมชนได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างจากโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

3. ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างจากโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

คำถามหลัก	**คำถามเจาะลึก** **What, when, why, who, where, how**
Ice-breaking 1. คุณเกิดที่นี่หรือเปล่า อยู่ที่นี่มากี่ปีแล้ว 2. อาชีพหลักๆ ของคนที่นี่เขาทำอาชีพอะไรกันแล้วตัวคุณทำอาชีพหลักอะไร 3. สภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ของชุมชนเป็นอย่างไรในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา (สภาพความเป็นอยู่) 4. ภายในชุมชนนี้มีปัญหาหรือไม่ ถ้ามี มีปัญหาอะไรบ้าง	- อาชีพหลักที่เลี้ยงชีพ เลี้ยงครอบครัว - อาชีพเสริมที่ช่วยสร้างรายได้ (อะไรเป็นอาชีพหลัก สร้างรายได้คิดเป็นร้อยละเท่าไหร่) - ระบุปัญหา เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาพร้อมอภิปรายเหตุผล - มีหน่วยงานเข้ามาช่วยแก้ปัญหาหรือไม่อย่างไร
ภาพรวมด้านโครงการบริการวิชาการ 1. คิดอย่างไรที่ชุมชนนี้มีสินค้าชุมชนออกจัดจำหน่าย 2. ภาพรวมของลูกค้าทั้งปีเป็นอย่างไร (ปริมาณคน/รายได้) 3. มรภ.เทพสตรี เข้ามาตั้งแต่เมื่อไร และมีบทบาทอะไรในชุมชน 4. นอกจาก มรภ.เทพสตรี มีหน่วยงานอื่นๆ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือไม่ เมื่อไร	- ก่อนที่ มรภ.เทพสตรี เข้ามาเริ่มกิจกรรมชุมชน เคยมีกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือไม่ - มรภ.เทพสตรี มาทำกิจกรรมอะไรกัน ชอบอะไรในชุมชน - มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้างตั้งแต่ มรภ.เทพสตรีเข้ามา - คนในชุมชนมีบทบาทอย่างไรบ้าง มีใครในชุมชน บ้านหลังไหนบ้างที่ทำผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำถามหลัก	คำถามเจาะลึก What, when, why, who, where, how
	- ความแตกต่างในแง่ของการลงทำงานกับชุมชน ระหว่าง มรภ.เทพสตรี กับหน่วยงานอื่นๆ คืออะไร - แต่ละหน่วยงานสร้างรายได้ให้คุณมากน้อยเพียงใด
ประโยชน์ที่ได้รับการทำอาชีพที่เกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์ชุมชน 1. คุณได้เคยเข้าร่วมทำกิจกรรมของ มรภ.เทพสตรีบ้างหรือไม่ กิจกรรมอะไรบ้าง 2. คุณได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากการทำกิจกรรมกับ มรภ.เทพสตรี 3. อาชีพ.....มีคนทำกี่คน 4. ในด้านรายได้ รายได้ที่คุณได้รับจากการมีอาชีพ.....ประมาณเท่าไร 5. ในการทำอาชีพ.....คุณต้องลงทุนเพิ่มหรือไม่ 6. นอกจากรายได้ คุณคิดว่ามีประโยชน์อะไรที่คุณได้รับอีก 7. พอจะสามารถแยกออกได้ไหมว่าผลกระทบอะไรเกิดขึ้นจาก มรภ.เทพสตรีหรือหน่วยงานอื่น	- มีหน่วยงานอื่นที่เข้ามาส่งเสริมกิจกรรมในลักษณะเดียวกันหรือไม่ อย่างไร - ความสามารถ ศักยภาพ ที่เป็นประโยชน์กับอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือเอามาใช้ได้ในอาชีพอื่นๆ และในชีวิตประจำวัน - เกิดรายได้อย่างไร - ต่างกันอย่างไรในแต่ละเดือน เดือนไหนที่มีรายได้/ รายได้ส่วนนี้คิดเป็นสัดส่วนเท่าไหร่ต่อรายได้ทั้งหมดของท่าน - ประโยชน์อะไรจากกิจกรรมของ มรภ.เทพสตรีบ้าง ข้อไหนสำคัญที่สุด /เมื่อก่อน (ปีใด) เป็นอย่างไร และตอนนี้เป็นอย่างไร สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง - เรียงลำดับประโยชน์ พร้อมอภิปรายเหตุผลและอภิปรายว่าใครมีส่วนร่วมสร้างเท่าไร
ผลกระทบจากโครงการของ มรภ.เทพสตรี ต่อชุมชน 1. หลังจากที่ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ในชุมชน คุณเห็นว่าชุมชนเปลี่ยนไปบ้างหรือไม่ มีอะไรที่คิดว่าเปลี่ยนแปลงไปบ้างจากเดิม ที่เกิดมาจากผลิตภัณฑ์ชุมชน 2. การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ (ลองไล่ถึงการเปลี่ยนแปลงไปที่ละอย่าง) คุณคิดว่าเป็นเรื่องดี	- ได้แก้ปัญหาที่กล่าวใน ice-breaking หรือไม่อย่างไร - ลองถามสิ่งเหล่านี้เพิ่มเติมอาจช่วยให้คิดออกมากขึ้น • ด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบของชุมชน กรณีมีคนมาศึกษาดูงานของกลุ่มมากขึ้น

คำถามหลัก	**คำถามเจาะลึก** **What, when, why, who, where, how**
หรือไม่ดี หรือเป็นด้านลบ เพราะอะไร และทำไม	• ด้านทางสังคม เช่น ความสามัคคี การช่วยเหลือกัน ภูมิปัญญาวัฒนธรรม • ด้านเศรษฐกิจ เช่น มีคนย้ายกลับมาทำอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน (...ใคร) /ย้ายถิ่นออกน้อยลง เข้าถึงแหล่งเงินกู้เงินทุน
การทำงานของชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ 1. สถานการณ์ของชุมชนวันนี้เป็นอย่างไร 2. อะไรคือความท้าทายหลักๆ ของชุมชนวันนี้	- คิดว่าที่ผ่านมา โครงการไหน (ไม่ว่าจะเป็นขององค์กรอื่น ของ มรภ.เทพสตรี หรือโครงการที่ชุมชนริเริ่มเอง) มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาชุมชนมากที่สุด ในเรื่องต่างๆไล่ทีละประเด็น - อยากได้รับการสนับสนุนอย่างไร ด้านใด (เช่น เงิน องค์ความรู้ connection)

2. แบบสัมภาษณ์ : ผู้นำชุมชน

ประเด็นคำถามวิจัยหลัก : 1. ชุมชนทำงานกับใครบ้าง

2. ผู้ประกอบการชุมชนได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างจากโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

3. ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างจากโครงการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

คำถามหลัก	**คำถามเจาะลึก** **What, when, why, who, where, how**
Ice-breaking 1. คุณ เกิดที่นี่หรือเปล่า อยู่ที่นี่มากี่ปีแล้ว 2. อาชีพหลักๆ ของคนที่นี่ เขาทำอาชีพอะไรกัน แล้วตัวคุณทำอาชีพหลักอะไร 3. สภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ของชุมชนเป็นอย่างไรในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา (สภาพความเป็นอยู่) 4. ภายในชุมชนนี้มีปัญหาหรือไม่ ถ้ามี มีปัญหาอะไรบ้าง	- อาชีพหลักที่เลี้ยงชีพ เลี้ยงครอบครัว - อาชีพเสริมที่ช่วยสร้างรายได้ (อะไรเป็นอาชีพหลัก สร้างรายได้คิดเป็นร้อยละเท่าไหร่) - ระบุปัญหา เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา พร้อมอภิปรายเหตุผล - มีหน่วยงานเข้ามาช่วยแก้ปัญหาหรือไม่อย่างไร
ภาพรวมด้านโครงการบริการวิชาการ 1. คุณรู้หรือไม่ ว่าชุมชนของคุณมีผลิตภัณฑ์ชุมชน 2. คิดอย่างไรกับการที่เราเป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่าย 3. ชุมชนนี้ มีคนมาดูงานไหม ตั้งแต่ปีไหน ใครเป็นผู้นำมา 4. รู้จัก มรภ.เทพสตรี หรือไม่ มากน้อยแค่ไหนอย่างไร	- ในฐานะผู้นำชุมชนท่านมีบทบาทอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน - ก่อนที่ มรภ.เทพสตรี เข้ามาเริ่มกิจกรรมชุมชนเคยมีกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนก่อนหรือไม - พวกเขามาดู มาทำกิจกรรมอะไรกัน ชอบอะไรในชุมชน - ภาพรวมของ กลุ่มคนมาดูงานในชุมชน ปริมาณคน/รายเดือน - มรภ.เทพสตรี เข้ามาตั้งแต่เมื่อไหร่ และมีบทบาทอะไรในชุมชน

คำถามหลัก	คำถามเจาะลึก What, when, why, who, where, how
	- มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้างตั้งแต่ มรภ.เทพสตรีเข้ามา - คนในชุมชนมีบทบาทอย่างไรบ้าง มีใครในชุมชน บ้านหลังไหนบ้าง ที่เขาทำผลิตภัณฑ์ชุมชน - ความแตกต่างในแง่ของการลงทำงานกับชุมชนระหว่าง มรภ.เทพสตรี กับ หน่วยงานรัฐ/เอกชน / อื่นๆ คืออะไร แต่ละองค์กรสร้างรายได้ให้คุณเป็นสัดส่วน
ผลกระทบจากโครงการของ มรภ.เทพสตรี ต่อชุมชน 1. หลังจากที่ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ในชุมชน คุณเห็นว่าชุมชนเปลี่ยนไปบ้างไหม มีอะไรที่คิดว่าเปลี่ยนแปลงไปบ้างจากเดิม ที่เกิดมาจากผลิตภัณฑ์ชุมชน 2. การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ (ลองไล่ถึงการเปลี่ยนแปลงไปที่ละอย่าง) คุณคิดว่าเป็นเรื่องดีหรือไม่ดี หรือเป็นด้านลบ เพราะอะไร และทำไม 3. พอจะสามารถแยกออกได้ไหมว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นในระดับชุมชนจากมีผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลกระทบอะไรเกิดขึ้นจาก มรภ.เทพสตรี หรือหน่วยงานอื่น ๆ	-ได้แก้ปัญหาที่กล่าวใน ice-breaking หรือไม่อย่างไร -ลองถามสิ่งเหล่านี้เพิ่มเติมอาจช่วยให้คิดออกมากขึ้น • ด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ของชุมชน กรณีมีคนมาศึกษาดูงานของกลุ่มมากขึ้น • ด้านทางสังคม เช่น ความสามัคคี การช่วยเหลือกัน ภูมิปัญญาวัฒนธรรม • ด้านเศรษฐกิจ เช่น มีคนย้ายกลับมาทำอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน (...ใคร) /ย้ายถิ่นออกน้อยลง เข้าถึงแหล่งเงินกู้เงินทุน มีใครได้รับประโยชน์ หรือผลกระทบด้านลบจากสิ่งที่คุณกล่าวมาบ้าง (ในระดับปัจเจกหรือกลุ่ม)
การทำงานของชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ 1. สถานการณ์ของชุมชนวันนี้เป็นอย่างไร 2. อะไรคือความท้าทายหลักๆ ของชุมชนวันนี้	- คิดว่าที่ผ่านมา โครงการไหน (ไม่ว่าจะเป็นขององค์กรอื่น ของ มรภ.เทพสตรี หรือโครงการ

คำถามหลัก	**คำถามเจาะลึก** **What, when, why, who, where, how**
	ที่ชุมชนริเริ่มเอง) มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาชุมชนมากที่สุด ในเรื่องต่างๆ ไล่ทีละประเด็น - อยากได้รับการสนับสนุนอย่างไร ด้านใด (เช่น เงิน องค์ความรู้ connection)

3. แบบสัมภาษณ์ : หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นคำถามวิจัยหลัก : หน่วยงานทำงานร่วมกับ มรภ.เทพสตรีอย่างไร ในการยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนจากโครงการบริการวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

คำถาม

1. ชุมชนมีสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นอย่างไร
    - มีปัญหาอะไรบ้าง อะไรร้ายแรงที่สุด/หนักที่สุด
    - หน่วยงานของท่านได้เข้าไปช่วยเหลือแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

2. รู้หรือไม่ว่าชุมชนที่อยู่ในความรับผิดชอบดูแลมีผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. มีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. รู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี หรือหน่วยงานอะไรบ้าง ที่มาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนในชุมชน (ถ้ามี) หน่วยงานเหล่านั้นเข้ามาทำอะไรในชุมชนบ้าง

5. หลังจากที่ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชุมชนเปลี่ยนไปบ้างไหม มีอะไรที่คิดว่าเปลี่ยนแปลงไปบ้างจากเดิมที่เกิดมาจากผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น
    - ด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ของชุมชน มีคนมาศึกษาดูงานของกลุ่มมากขึ้น
    - ด้านทางสังคม เช่น ความสามัคคี การช่วยเหลือกัน ภูมิปัญญาวัฒนธรรม
    - ด้านเศรษฐกิจ เช่น มีคนย้ายกลับมาทำอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน

6. การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ (ลองไล่ถึงการเปลี่ยนแปลงไปที่ละอย่าง) เป็นเรื่องดีหรือไม่ดี เพราะอะไร

7. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ได้ทำกิจกรรมอะไรกับหน่วยงานภายนอก (พัฒนาชุมชน/เกษตร / อบต ฯลฯ) บ้าง (ที่จะเป็นการกระตุ้น-ชักชวน-ให้ความคิดในการสนับสนุน)

8. ในส่วนของหน่วยงานภายนอก (พัฒนาชุมชน เกษตร /อบต) ได้สนับสนุนงบประมาณหรือกิจกรรมอะไรเพิ่มเติมอีกบ้างหรือไม่

4. แบบสัมภาษณ์

ศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบ

จังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน :

กรณีศึกษาโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปีงบประมาณ 2562-2565

ชื่อผู้ประกอบการ/ชื่อกลุ่ม/หน่วยงาน

.....

ที่ตั้ง เลขที่ .....หมู่ที่.....ตำบล.....……..…….อำเภอ.....……...……..…..

จังหวัด.....

เบอร์โทรติดต่อ..... facebook/Line.....

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นเครื่องมือใช้ในการประเมินศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบ จังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน ในปีงบประมาณ 2562-2565 ที่ได้รับการบริการวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อให้ได้โมเดลต้นแบบในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการชุมชน ในจังหวัดสิงห์บุรี

ข้อมูลการก่อตั้งและที่มาของทุน

การก่อตั้ง /การรวมกลุ่ม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เกิดจากกระบวนการจัดทำแผนแม่บทชุมชน
- ☐ เกิดจากการแก้ไขปัญหาร่วมกันของกลุ่ม
- ☐ เกิดจากการชักชวนของผู้นำ
- ☐ เกิดจากการส่งเสริมของหน่วยงาน ระบุ.....
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

ที่มาของทุนในการประกอบกิจการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ทุนทรัพยากรในชุมชน
- ☐ ทุนทางปัญญาของชุมชน
- ☐ ทุนที่เป็นเงินสด
  - ☐ ได้จากการระดมทุนของสมาชิก
  - ☐ ทุนจากภายนอกชุมชน ระบุ.....
- ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

ประเภทของผลิตภัณฑ์

- ☐ กลุ่มอาหาร
- ☐ กลุ่มเครื่องดื่ม
- ☐ กลุ่มของใช้ ของตกแต่ง
- ☐ กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย
- ☐ กลุ่มสมุนไพรไม่ใช่อาหาร

โครงสร้างแบบสัมภาษณ์ “ศักยภาพและปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการชุมชนต้นแบบ จังหวัดสิงห์บุรี สู่ความสมดุลที่ยั่งยืน : กรณีศึกษาโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปีงบประมาณ 2562-2565”

หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหาร

หมวดที่ 2 เงินทุนและการวางแผน

หมวดที่ 3 การบริหารตลาด

หมวดที่ 4 ด้านการผลิตและให้บริการ

หมวดที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือพนักงาน

หมวดที่ 6 ผลลัพธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน

หมวดที่ 7 การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชน

หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
ผู้นำ	
1. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการชุมชน (วิสัยทัศน์ของผู้นำกลุ่ม)	
2. การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	
3. ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ(วัดความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ โดยดูจากการบริหารจัดการการประชุม)	

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
4. ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน (ดูจากผลประกอบการ)	
5. ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (การใช้ทรัพยากร การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะสิ่งปฏิกูลการดูแลน้ำเสีย)	
6. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าเช่นไม่เอาเปรียบ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีคุณภาพปลอดภัย ฯลฯ)	
โครงสร้างและกฎระเบียบ	
7. การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	
8. การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	

หมวดที่ 2 เงินทุนและการวางแผน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
การเงินและบัญชี	
9. การระดมหุ้น	
10. การจดบันทึกการเงินหรือบัญชี	
11. การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	
12. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	
13. การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	
สวัสดิการสมาชิกและชุมชน	
14. การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	
15. การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	
16. การจัดทำแผนการดำเนินงานของกลุ่ม (แผนบริหารองค์กร และแผนประกอบการ)	
17. การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
18. การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	
19. การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	

หมวดที่ 3 การบริหารตลาด

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
20. การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการ	
21. แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด (เครือข่ายด้านการตลาดหมายถึงเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงหรือขยายตลาดได้ อาจเป็นเครือข่ายที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ)	
22. การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด (การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ทราบข้อมูลความพึงพอใจ ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ)	
23. การพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ	
24. มีการกำการส่งเสริมการตลาดที่เป็นรูปธรรมชัดเจน	

หมวดที่ 4 ด้านการผลิตและให้บริการ

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
25. ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	
26. การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	
27. การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการจนถึงมือลูกค้า	

หมวดที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือพนักงาน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
28. การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนากลุ่มและสมาชิก	
29. การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	
30. การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกกลุ่ม	
31. การพัฒนาสมาชิกกลุ่ม	
32. การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกกลุ่ม	
33. การให้ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มในรอบปีที่ผ่านมา (วัดความร่วมมือของสมาชิก โดยดูจากการให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม)	

หมวดที่ 6 ผลลัพธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของผู้ประกอบการชุมชน	
34. การลดรายจ่ายของสมาชิกกลุ่ม	
35. การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม	
36. การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกกลุ่ม	
ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ	
37. ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	
38. มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ	
39. การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด	
ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	
40. การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม	
41. การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม	
ด้านการพัฒนากลุ่ม	
42. ความสำเร็จของกิจกรรมของกลุ่ม	

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
43. การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะของสมาชิก	
44. ความพึงพอใจของสมาชิก (วัดความพึงพอใจโดยดูจากการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม)	
45. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	

หมวดที่ 7 การปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ประเด็นปัจจัยที่สัมภาษณ์	
46. การเข้ามา/หรือการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	
47. การให้ความร่วมมือในการร่วมจัดกิจกรรมหรือออออกร้าน ร่วมกับหน่วยงานภายนอก 48. การบริจาคช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อสังคม ในนามกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	

ภาคผนวก ข
ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

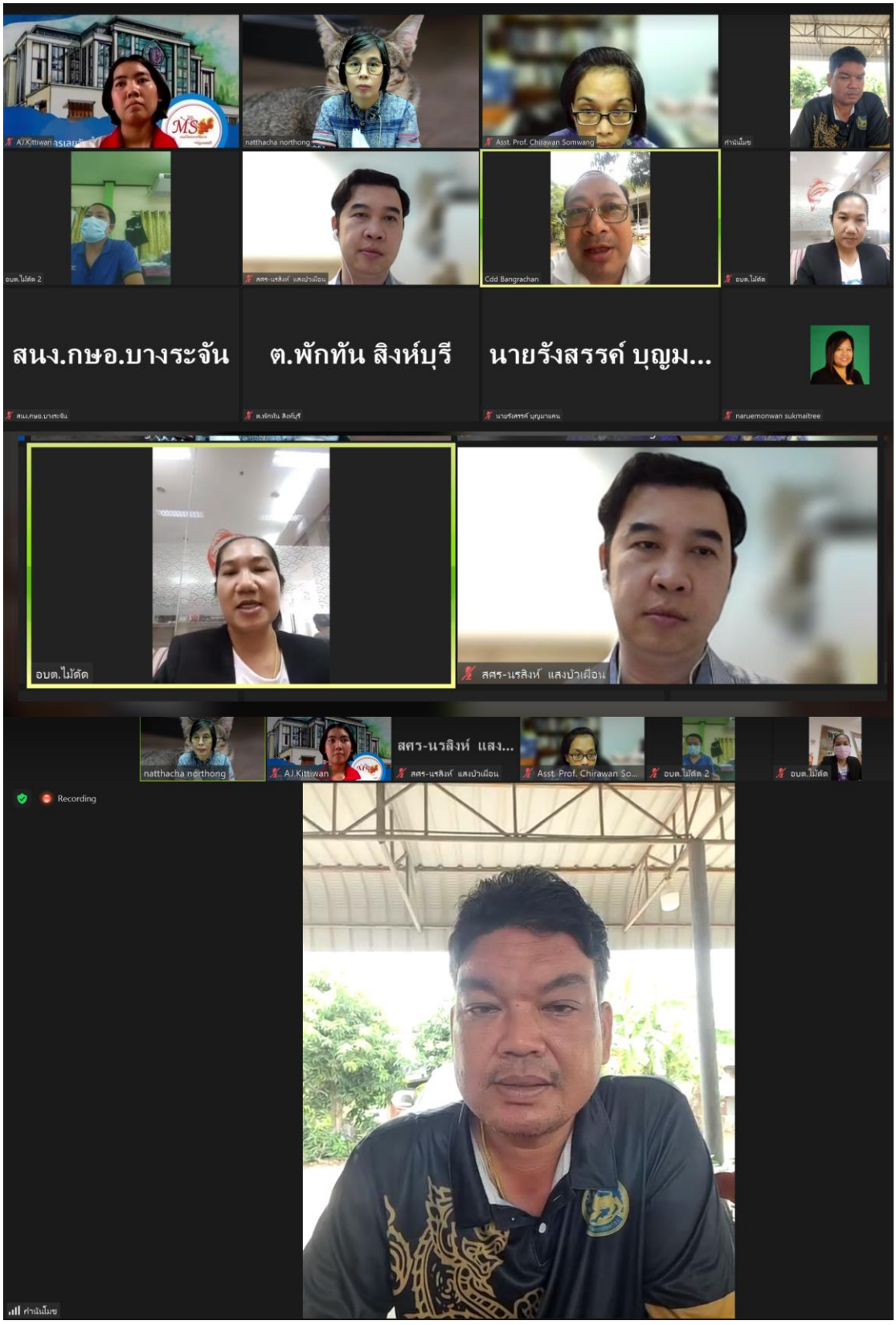
การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกลุ่มจักสานชุมชนคุณธรรมวัดโฉมศรี
ต.ชีน้ำร้าย อ.อินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานงอบไทย-ลาวแง้วทองเอน
ตำบลทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

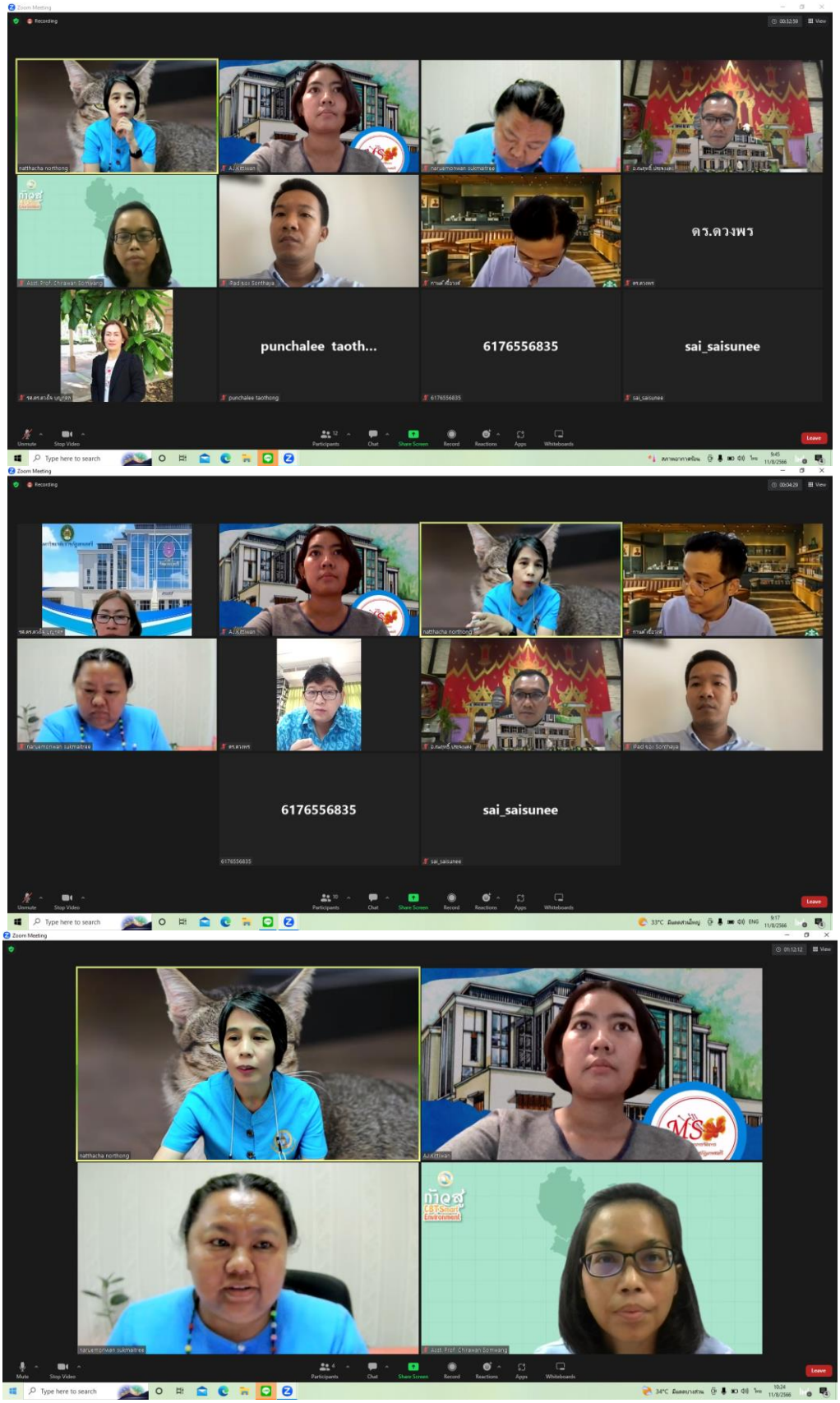
การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกลุ่มขนมกงหัวไผ่พันปี
ตำบลหัวไผ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกลุ่มผู้เพาะเลี้ยงปลาช่อนแม่ลา ป.แดนเกษตรฟาร์ม
ตำบลแม่ลา อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยด้วยการสนทนากลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการชุมชน
ตำบลไม้ดัด ตำบลพักทัน อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
ตำบลโพทะเล อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี



การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยด้วยการสนทนากลุ่มผู้นำชุมชน และตัวแทนหน่วยงาน



การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏทพสตรี

มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ใช้นวัตกรรมต่อยอดภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

321 ถ.นารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000
โทร. 036 427 485 โทรสาร. 036 422 610 www.tru.ac.th