

บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม:
กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี



นางสาวสุธาวรรณ เทพอารักษ์

สถาบันวิทยบริการ

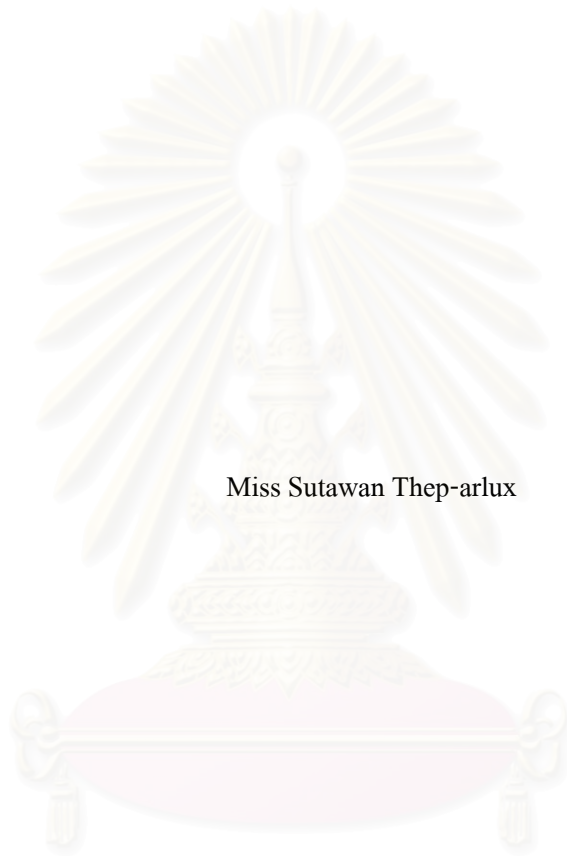
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม(สหสาขาวิชา)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

LEADER ROLES ON THE “ONE TAMBON ONE PRODUCT” DEVELOPMENT PROJECT
OF GROUP MEMBERS’ PERSPECTIVE: A CASE STUDY OF LOPBURI PROVINCE



Miss Sutawan Thep-arlux

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Human and Social Development

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี
โดย	นางสาวสุธาวรรณ เทพอาร์กย์
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ศิริเชษฐ์ ตั้งขะมาน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ร.ว.กัลยา ดิงสภักดิ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.สุภางค์ จันทวานิช)

.....
(ดร.ศิริเชษฐ์ ตั้งขะมาน)

.....
(นางสาวศิริวรรณ ศิริบุญ)

.....
(นางทรายแก้ว ทิพากร)

ศุทธาวรรณ เทพอารักษ์: บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะ
 ของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี. (LEADER ROLES ON THE "ONE TAMBON
 ONE PRODUCT" DEVELOPMENT PROJECT OF GROUP MEMBERS' PERSPECTIVE:
 A CASE STUDY OF LOPBURI PROVINCE) อ. ที่ปรึกษา: คร.ศิริเชษฐ์ สังขะมาน, 130 หน้า.

การศึกษานี้ต้องการทราบถึงบทบาทผู้นำที่อาจมีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ
 หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยบทบาทผู้นำที่ศึกษา ได้แก่ บทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการ
 วางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้ง
 นี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจำนวน 383 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 30 กลุ่มผู้ผลิต ในเขตพื้นที่จังหวัด
 ลพบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบาย
 ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง 2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อศึกษาความ
 แตกต่างของบทบาทผู้นำในแต่ละกลุ่มสินค้าตามระดับความรู้ที่ได้รับ และ 3) การวิเคราะห์ความถดถอย
 อย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จใน
 การพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ 1) บทบาทผู้นำด้านการ
 ประสานงาน 2) บทบาทผู้นำด้านการวางแผน 3) บทบาทผู้นำด้านการจูงใจ 4) บทบาทผู้นำด้านการให้
 คำแนะนำปรึกษา และ 5) บทบาทผู้นำด้านการตลาด กับตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการพัฒนา
 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับ
 บุคคล 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิ
 ปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากร
 ของมนุษย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สาขาวิชา.....พัฒนามนุษย์และสังคม.....ลายมือชื่อนิสิต.....ศุทธาวรรณ เทพอารักษ์.....
 ปีการศึกษา.....2549.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ศิริเชษฐ์

4689174020: MAJOR HUMAN AND SOCIAL DEVELOPMENT

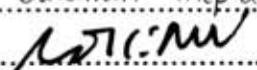
KEY WORD: LEADER ROLES/ ONE TAMBON ONE PRODUCT

SUTAWAN THEP-ARLUX: LEADER ROLES ON THE "ONE TAMBON ONE PRODUCT" DEVELOPMENT PROJECT OF GROUP MEMBERS' PERSPECTIVE: A CASE STUDY OF LOPBURI PROVINCE. THESIS ADVISOR: SIRICHET SANGKAMAN, Ph.D., 130 pp.

The study is aimed to investigate the leaders' roles on the success of a One Tambon One Product project. The role of leader are coordinating , planning role, motivating role, consulting role and marketing role. Sample are 383 members of 30 local-production groups in Lopburi province. The statistical methods used are 1) Descriptive Statistics 2) One-Way ANOVA and 3) Simple Regression Analysis. The Descriptive Statistics is used to explain the characters of the sample. The One-Way ANOVA is applied to study the differences of the roles of the leaders in each product-group according to it's level. The Simple Regression Analysis is used to study the relation between the leaders' roles and the success of the projects.

The study found that there are relationships between the independent variables; namely, 1) coordinating role, 2) planning role, 3) motivating role, 4) consulting role, and 5) marketing role and the dependent variables; success of the development of a One Tambon One Product project, 1) promoting quality of life of individual, 2) strengthening group's self-sufficiently, 3) promoting local wisdom and creativity of the group and 4) promoting human resource development. The correlations were statistically significant at 0.05 level.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Field of study...Human and Social Development...Student's signature...Sutawan Thep-arlux
Academic year ... 2006... Advisor's signature...

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณดร.ศิริเชษฐ์ สังขะมาน และอาจารย์ศิริวรรณ ศิริบุญ ที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยชี้แนะแนวทาง และช่วยแก้ไขปัญหาให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณศาสตราจารย์ ดร.สุภางค์ จันทวานิช (ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์) และอาจารย์ทรายแก้ว ทิพากร ที่ชี้แนะแนวทางให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณนายนิพนธ์-นางสุวดา เทพอารักษ์ (เตี่ยและแม่ของลูก) ที่คอยส่งเสริมสนับสนุนด้านการศึกษา เป็นแรงผลักดันให้เรียนปริญญาโท เป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ และอดทนรอคอยต่อความสำเร็จของลูก

ขอขอบคุณพี่สาวที่แสนดีพี่ป๋ม พี่แป้ม พี่เอ๋ม และพี่เกมส์ คุณพลิชฐ์ธร และคุณอารี ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผลงานวิจัย หนังสือ บทความ และแหล่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นแหล่งต่อขอความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

และสุดท้ายขอขอบคุณภูมิปัญญาชาวบ้านที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีตจนเป็นสิ่งมีคุณค่าในปัจจุบัน ตลอดจนผู้นำกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการจนกลุ่มประสบผลสำเร็จอย่างดียิ่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 นิยามศัพท์.....	5
1.6 สมมติฐานในการวิจัย.....	7
1.7 กรอบแนวคิด.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้นำ.....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการประสานงาน.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการวางแผน.....	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการจูงใจ.....	17
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา.....	20
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการตลาด.....	25
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต.....	31
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง.....	32
2.9 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	36
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.....	37
2.11 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1	ประชากรในการศึกษา.....	42
3.2	กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา.....	42
3.3	การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา.....	43
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	46
3.5	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	48
3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
3.8	ข้อจำกัดในการศึกษา.....	51

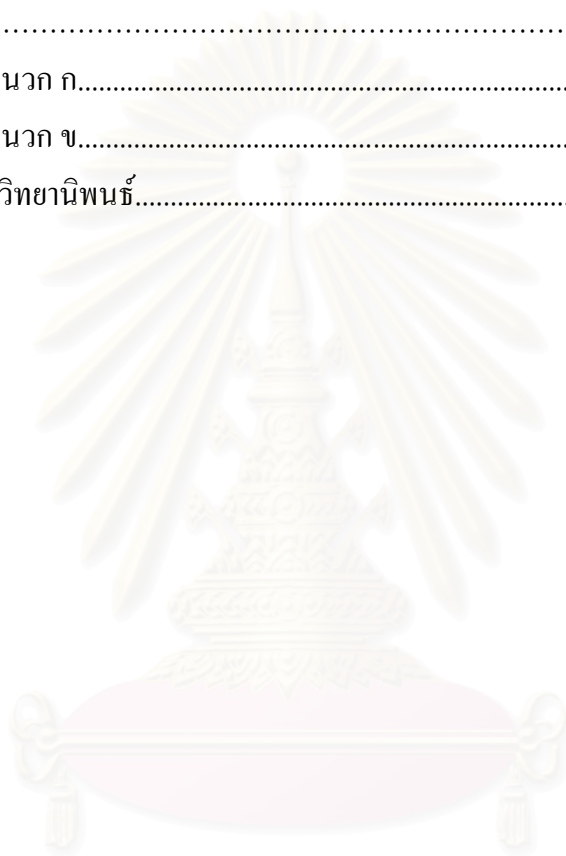
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัยและอภิปรายผล

4.1	โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย.....	52
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	56
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
4.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง.....	65
4.5	ผลการวิเคราะห์การแสดงผลบพบาทผู้นำ กับระดับผู้นำกลุ่มสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	66
4.6	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบพบาทผู้นำกับความสำเร็จ ในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	71

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปผลการศึกษา.....	95
5.1.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	96
5.1.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	98
5.1.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง.....	98
5.1.4	ผลการวิเคราะห์บพบาทผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	98
5.1.5	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบพบาทผู้นำกับความสำเร็จ ในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	99
5.1.6	ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างต่ออนาคตกลุ่ม.....	102

5.2	ข้อเสนอแนะ.....	103
5.2.1	ข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	103
5.2.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....	106
5.2.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป.....	107
	รายการอ้างอิง.....	109
	ภาคผนวก	115
	ภาคผนวก ก.....	116
	ภาคผนวก ข.....	123
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	130



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. การแสดงยอดการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย.....	2
2. การแสดงยอดการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลพบุรี.....	3
3. รายชื่อกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำแนกตามระดับกลุ่มสินค้า.....	44
4. จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มผู้ผลิตชุมชน.....	45
5. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	60
6. การกระจายความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าต่ำสุด-สูงสุดของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	64
7. การกระจายความถี่ ร้อยละ ของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับกลุ่มสินค้า.....	66
8. การแสดงคะแนนเฉลี่ยของการแสดงบทบาทผู้นำกับระดับผู้นำ กลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	67
9. ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบทบาทด้านการประสานงาน.....	75
10. ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบทบาทด้านการวางแผน.....	79
11. ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบทบาทด้านการจูงใจ.....	83
12. ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา.....	87
13. ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบทบาทด้านการตลาด.....	91
14. การจัดอันดับความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของผู้นำกับความสำเร็จ ในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านต่าง.....	94

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่อดีตประชากรในประเทศไทยดำรงชีวิตอยู่ด้วยการพึ่งพาอาศัยกัน มีวิถีการผลิตเพื่อการยังชีพ (Self-sufficiency) พึ่งพาตนเองได้ในทุกระดับ มีปัจจัยสี่ในการดำรงชีพที่พอเพียง พออยู่พอมี พอกินพอใช้ การดำรงอยู่และการสืบสานกันมาได้ยาวนานด้วย “ความเป็นวิถีไทย” ที่อยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาไทย หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (ทรงจิต พูลลาภ และคณะ, 2546:1)

เมื่อประเทศไทยได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติขึ้น โดยฉบับแรกเริ่ม ปีพ.ศ. 2504-2509 จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ปีพ.ศ. 2535-2539 ให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าด้านสังคมและวัฒนธรรม จนกระทั่งประเทศไทยต้องประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปีพ.ศ. 2540 และในปีเดียวกันนี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ส่งผลให้แนวคิดเศรษฐกิจพึ่งตนเองกลับมามีความสำคัญต่อประชาชนชาวไทยอีกครั้ง

รัฐบาลที่บริหารประเทศภายหลังเหตุการณ์ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปีพ.ศ.2540 จึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศขึ้นมาใหม่ โดยมองภาพอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจไทยอย่างมีคุณภาพและมีเสถียรภาพ เน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า และการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทันภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี รัฐบาลจึงได้จัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นในปีพ.ศ.2544 ซึ่งได้กำหนดนโยบายในการดำเนินโครงการดังกล่าวเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่น และมีมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545: 9) จึงเป็นการนำภูมิปัญญาที่ได้รับการละเลยในอดีตกลับมาใช้แก้ปัญหาเศรษฐกิจและเป็นการวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้มีความมั่นคงในทุกระดับ

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก เห็นได้จากยอดการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นทุกปี นับตั้งแต่คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) ได้เริ่มดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงาน ผลปรากฏว่ามียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 (ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ. 2545) รวม 9 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 16, 714,848,168 บาท มียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2546 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2545-กันยายน พ.ศ. 2546) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 33,276,963,039 บาท มียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2546-กันยายน พ.ศ. 2547) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 46,362,571,156 บาท และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2547-กันยายน พ.ศ. 2548) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 54,447,559,711 บาท (กรมการพัฒนาชุมชน, เอกสารอัดสำเนา) ดังปรากฏตามตาราง

ตารางที่ 1 การแสดงยอดการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย

ปีงบประมาณ	ยอดการจำหน่าย
2545 (ม.ค.45-ก.ย.45)	16,714,848,168 บาท
2546 (ต.ค.45-ก.ย.46)	33,276,963,039 บาท
2547 (ต.ค.46-ก.ย.47)	46,362,571,156 บาท
2548 (ต.ค.47-ก.ย.48)	54,447,559,711 บาท

ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

การดำเนินงานของกลุ่มในชุมชนจะสำเร็จได้หรือไม่จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายนอกได้แก่ หน่วยงานภายนอก การประสานเครือข่ายด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการตลาด และการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม และปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้นำหรือคณะกรรมการกลุ่ม สมาชิกกลุ่มหรือคนในชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติหรือวัตถุดิบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544: 37-39) โดยปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของหน่วยงานคือ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้นำ หัวหน้า ผู้บังคับบัญชา หรือผู้บริหารของหน่วยงานนั้น (เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์, 2525: 1) เนื่องจากผู้นำเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลในกลุ่มหรือองค์กร ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ดังนั้นผู้นำจึงถือเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อผลสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลุ่มหรือสังคมที่เกี่ยวข้อง องค์กรที่มีผู้นำที่ดีก็จะนำพาองค์กรให้เจริญก้าวหน้า แต่ถ้าวัดองค์กรใดมีผู้นำที่ไม่ดี องค์กรก็มักจะประสบความล้มเหลว จึงกล่าวได้ว่าผู้นำจัดเป็นบุคคลที่มี

ความสำคัญยิ่ง (เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และจินดา ขลิบทอง, 2544: 100) ซึ่งการจะเป็นผู้นำที่ดีนั้น ผู้นำจำเป็นต้องแสดงออกในหลายบทบาท ตามแต่สถานการณ์และวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ บทบาทผู้นำจึงมีความสำคัญเพราะหากผู้นำที่รู้จักบทบาทและหน้าที่ของการเป็นผู้นำที่ดีด้วยแล้วจะยิ่งทำงานพัฒนาประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น บทบาทของผู้นำจึงมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรหรือกลุ่ม

การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาถึงบทบาทของผู้นำว่าบทบาทด้านใดที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยเลือกศึกษาสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสมาชิกเป็นผู้ทำงานใกล้ชิดกับผู้นำกลุ่ม จึงทราบถึงบทบาทที่ผู้นำแสดงออกในการดำเนินงานของกลุ่ม สมาชิกกลุ่มจึงเป็นตัวแทนที่น่าเชื่อถือได้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรีเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป็นกลุ่มที่มีการร่วมกันผลิต การบริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน ในส่วนของจังหวัดลพบุรีนั้นเป็นจังหวัดหนึ่งที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เห็นได้จากยอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยมียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 (ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ. 2545) รวม 9 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 59,170,141 บาท มียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2546 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2545-กันยายน พ.ศ. 2546) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 148,381,945 บาท มียอดจำหน่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2546-กันยายน พ.ศ. 2547) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 328,017,091 บาท และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2547-กันยายน พ.ศ. 2548) รวม 12 เดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 553,303,362 บาท (กรมการพัฒนาชุมชน, เอกสารอัครสำเนา) ดังปรากฏตามตาราง

ตารางที่ 2 การแสดงยอดการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลพบุรี

ปีงบประมาณ	ยอดการจำหน่าย
2545 (ม.ค.45-ก.ย.45)	59,170,141 บาท
2546 (ต.ค.45-ก.ย.46)	148,381,945 บาท
2547 (ต.ค.46-ก.ย.47)	328,017,091 บาท
2548 (ต.ค.47-ก.ย.48)	553,303,362 บาท

ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้นไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทผู้นำแต่ละด้าน ได้แก่ บทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และบทบาทด้านการตลาด ว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่มีผลต่อความแตกต่างในระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาถึงบทบาทผู้นำแต่ละด้านว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พื้นที่ในเขตจังหวัดลพบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การศึกษาบทบาทผู้นำ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาด และความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาข้อมูลการจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ.2544 จนถึง ปีพ.ศ. 2549

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่มีผลต่อความแตกต่างในระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ทำให้ทราบว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาบทบาทผู้นำหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.5 นิยามศัพท์

ผู้นำ หมายถึง ผู้ที่ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่ม หรือหัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

สมาชิก หมายถึง ผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และไม่มี การจดทะเบียน โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน

บทบาทผู้นำ หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของประธานกลุ่ม หรือหัวหน้ากลุ่ม ในการ พัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) บทบาทด้านการประสานงาน 2) บทบาทด้านการวางแผน 3) บทบาทด้านการจูงใจ 4) บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และ 5) บทบาทด้านการตลาด

บทบาทด้านการประสานงาน หมายถึง บทบาทของผู้นำในการประสานงานภายในกลุ่ม ได้แก่ ประสานผู้นำกับสมาชิกกลุ่ม ประสานผู้นำกับสิ่งที่ทำ ประสานคนกับคน ประสานทรัพยากร ภายในกลุ่ม และการประสานงานภายนอกกลุ่ม ได้แก่ การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ทั้ง หน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชน ในการขอความช่วยเหลือ การระดมทรัพยากร และการนำความรู้ ใหม่ ๆ มาเสนอแนะสมาชิกกลุ่ม

บทบาทด้านการวางแผน หมายถึง บทบาทของผู้นำในการกำหนดแผนการทำงาน การสร้าง ความเข้าใจในแผนงานร่วมกับสมาชิก และการติดตามและประเมินผลแผนการทำงาน

บทบาทด้านการจูงใจ หมายถึง บทบาทของผู้นำในการชักจูงสมาชิกกลุ่มโดยใช้วิธีการที่ แตกต่างกันตามแต่ละสถานการณ์ เพื่อกระตุ้นสมาชิกกลุ่มให้ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และกำลัง ความคิด ในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ

บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา หมายถึง บทบาทของผู้นำในการให้คำปรึกษา ได้แก่ การรับฟังปัญหา ซึ่งแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหา และติดตามประเมินผลผู้ที่มาขอรับการ ปรึกษา และบทบาทการสอนแนะ ได้แก่ การสอนแนะการปฏิบัติงาน และการพัฒนาทักษะการ ทำงานให้กับสมาชิกกลุ่ม

บทบาทด้านการตลาด หมายถึง บทบาทของผู้นำในการรวมสมาชิกภายในกลุ่ม โดยเป็น สื่อกลางระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม และบทบาทในการพัฒนา กลยุทธ์และกิจกรรมด้านการตลาด โดยการให้ความรู้ด้านการตลาด การเจรจาต่อรองซื้อขายสินค้า การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้า และการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

การพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ได้แก่ การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชุมชน 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล หมายถึง สมาชิกกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีภาระหนี้สินลดลงหลังการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ หมายถึง สมาชิกกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสามัคคีปรองดองกันในการทำงานกลุ่ม มีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมของกลุ่ม รวมถึงกลุ่มมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก และสามารถจัดการกับทรัพยากรท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้

ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม หมายถึง กลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นำความรู้เดิมที่มีในท้องถิ่น และ/หรือนำมาผสมผสานกับความรู้ใหม่มาใช้ในการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการนำทรัพยากรที่หาได้ในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิต และมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม

ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ หมายถึง กลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จัดการฝึกอบรม หรือสอนแนะสมาชิกกลุ่ม สนับสนุนสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมการสัมมนาดูงาน ส่งเสริมให้สมาชิกมีกำลังใจ รักงาน และปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น และสนับสนุนให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

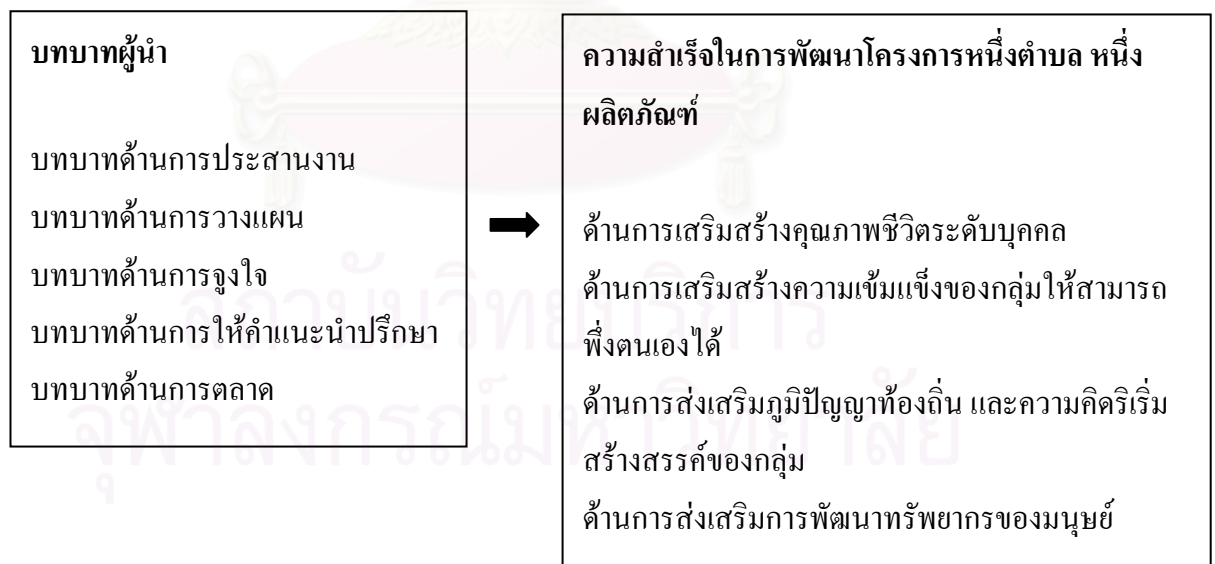
1.6 สมมติฐานในการวิจัย

1. บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.7 กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษา จ.ลพบุรี” มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้นำ
2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการประสานงาน
3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการวางแผน
4. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการจูงใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา
6. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการตลาด
7. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต
8. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง
9. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
10. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
11. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้นำ

บทบาทผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญในการนำพากลุ่มหรือองค์กรไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จ ตามนโยบายของกลุ่มที่ตั้งไว้ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงบทบาทผู้นำในการพัฒนากลุ่มให้ประสบผลสำเร็จ ดังนี้

ภาควิชาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึง บทบาท หรือหน้าที่ของผู้นำ โดยสรุปดังนี้ {[http://www.cdswtu.com\(24/7/48\)](http://www.cdswtu.com(24/7/48))}

1. สร้างความสามัคคีในหมู่คณะให้กลุ่มหรือองค์กรมีเอกภาพ
2. กระตุ้นให้สมาชิกแสดงออกหรือให้สิ่งที่เกิดประโยชน์แก่หมู่คณะ
3. พัฒนาสมาชิกในองค์กรหรือในกลุ่มให้เกิดการพัฒนาทั้งทางความรู้ ทักษะและความคิด
4. ร่วมกับสมาชิกกำหนดเป้าหมายของกลุ่มหรือนโยบายของกลุ่ม หรือทำให้สมาชิกเข้าใจ และยอมรับนโยบายและเป้าหมายของกลุ่ม
5. บริหารงานหรือประสานงานระหว่างหน่วยย่อยภายในหมู่คณะหรือองค์กร
6. ให้คำแนะนำ ปรึกษาหารือ หรือชี้แนวทางให้แก่สมาชิก
7. เป็นผู้ให้คุณให้โทษ

8. บำรุงขวัญสมาชิก โดยมุ่งให้กำลังใจ ขจัดความเดือดร้อนแก่สมาชิกทั้งหมด
9. เป็นตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อหรือประสานงาน หรือปฏิสัมพันธ์กับกลุ่ม องค์กร หรือสถาบันอื่น

10. รับผิดชอบต่อผลเสียที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของสมาชิก

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543: 251) กล่าวถึง บทบาทผู้นำในงานพัฒนาสามารถแบ่งได้เป็น บทบาทภายนอก หมายถึง บทบาทในการประสานภายนอกชุมชน คือ การศึกษาแนะนำเอาความรู้ใหม่ๆ โครงการใหม่ๆ มาเสนอแนะให้ชาวบ้านเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้ดีขึ้น เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ภายนอก และบุคคลภายนอก เพื่อถึงความช่วยเหลือเข้ามาสู่ชุมชนและบทบาทภายใน หมายถึง บทบาทในการประสานงานภายในชุมชน คือการชักจูงชาวบ้านให้ร่วมมือกันในการทำงานพัฒนาหมู่บ้าน การสร้างสาธารณประโยชน์ การรับผิดชอบงานในหมู่บ้านและทำงานร่วมกับชาวบ้าน เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ชาวบ้านทั้งในด้านความประพฤติส่วนตัวและการทำงาน แนะนำ ตักเตือนให้ชาวบ้านทำความดี และเป็นผู้ประกอบพิธีทางศาสนาหรือพิธีกรรม และประเพณีต่างๆ ในชุมชน

ชวาลาวุฒ ไชยนุวัติ (2538: 545-556) กล่าวถึง บทบาทหรือหน้าที่ของผู้นำ โดยสรุปดังนี้

1. บทบาทในการพัฒนาการผลิต แบ่งออกเป็น 4 บทบาท ได้แก่ บทบาทสนับสนุนการผลิต บทบาทในการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ บทบาทเป็นผู้เสียสละ และบทบาทเป็นผู้ช่วยเหลือราชการ
2. บทบาทในการบริการข่าวสาร เป็นผู้คอยรับข่าวสาร เป็นผู้รวบรวมวิเคราะห์และประยุกต์ข่าวสาร และเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสาร
3. บทบาททางด้านการตลาด แบ่งออกเป็น 2 บทบาท คือ บทบาทในการรวมกลุ่มและบทบาทในด้านการตลาด

สนธยา พลศรี (2533: 88-89) กล่าวว่า ผู้นำท้องถิ่นจะต้องมีบทบาทในการพัฒนาชุมชน 5 ประการ ดังนี้

1. เป็นผู้ให้การศึกษาแก่ชุมชน (educator) โดยการแนะนำความรู้ ความคิดใหม่ๆ สู่ชุมชน สนับสนุน และส่งเสริมบรรยากาศแห่งการเรียนรู้
2. เป็นผู้จัดรวมกลุ่ม (organizer) ให้สมาชิกชุมชนทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน แก้ไขปัญหา ร่วมกัน และสร้างอำนาจต่อรอง
3. เป็นผู้ประสานงาน (co-ordinator) ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับต่างๆ ทั้งของรัฐ เอกชน และประชาชน
4. เป็นผู้ร่วมปฏิบัติ (catalystor) โดยมีส่วนร่วมปฏิบัติงานกับประชาชนทั้งในการวางแผน การปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผลต่างๆ

5. เป็นผู้ส่งเสริมและเผยแพร่ (extension worker) คือ ทำหน้าที่ในการฝึกอบรม สาธิต และ ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนยอมรับการดำเนินงานต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน

ผู้วิจัยจึงสรุปบทบาทผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้ 1) บทบาทด้านการ ประสานงาน 2) บทบาทด้านการวางแผน 3) บทบาทด้านการจูงใจ 4) บทบาทด้านการให้คำแนะนำ ปรีกษา และ 5) บทบาทด้านการตลาด

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการประสานงาน

การทำงานร่วมกันหลายฝ่าย หลายหน่วยงาน การทำงานเป็นทีมนั้น การประสานงานนับว่า เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่ง ผู้นำจึงต้องพยายามหาวิธีสร้างให้เกิดการประสานงานขึ้น เพื่อให้การ ปฏิบัติงานดำเนินไปโดยราบรื่น รวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ (สมคิด บางโม, 2545: 190)

2.2.1 ความหมายการประสานงาน

สมคิด บางโม (2545: 190-191) วิจิตร อวาทกุล (2542:248) ระวีง เนตรโพธิ์แก้ว (2537: 93) และทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ (2534: 75) ได้ให้ความหมายการประสานงานคล้ายกัน คือ การจัด ระเบียบการทำงานไม่ว่าจะเป็นคน เงิน วัสดุ วิธีการ จิตใจ ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงานเข้าใจว่า จะต้องทำอะไร เพื่ออะไร ทำให้งานไม่ซ้ำซ้อนกันหรือขัดแย้งกัน เกิดความร่วมมือร่วมใจในการ ทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานราบรื่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

นอกจากนี้ เกษม สุวรรณกุล (2534: 30) ได้กล่าวถึงความหมายของการประสานงานเพิ่มเติม คือ การที่บุคคลในองค์กรทำงานร่วมกับบุคคลอื่นหรือหน่วยงานอื่นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า การประสานงาน คือ การประสานการดำเนินงานด้านต่างๆของกลุ่มหรือ องค์กร ระหว่างหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอกเพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิผล สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

2.2.2 บทบาทผู้นำกับการประสานงาน

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานนับว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของงาน ซึ่งมีผู้กล่าวถึง บทบาทผู้นำในการประสานงานไว้ ดังนี้

พระธรรมปิฎก (2543: 6-8) กล่าวว่า ผู้นำมีหน้าที่ในการประสานงาน คือ

1. ประสานตัวผู้นำเองกับคนที่ร่วมไปด้วย ผู้นำจะต้องมีคุณความดี ความรู้ ความสามารถ ที่จะทำให้เขาเกิดศรัทธา คือ ความมั่นใจในตัวผู้นำว่าสามารถนำพาพวกเขาไปให้ถึงจุดหมายได้ และ เมื่อเกิดศรัทธาขึ้นมาแล้ว ศรัทธานั้นก็จะเป็เครื่องนำเอาผู้ที่ร่วมไปด้วยเข้ามาประสานกับตัวผู้นำ

2. ประสานคนกับสิ่งที่จะทำ ผู้นำต้องทำให้เขาเกิดความมั่นใจในตัวเองว่าเขา มีศักยภาพ มีทุนแห่งความสามารถที่จะนำเอามาปรับมาจัด เอามาพัฒนาให้สามารถทำกิจการงานนี้ให้สำเร็จ คือสามารถร่วมไปด้วยกันได้

3. ประสานคนกับคน คือ การชักนำให้เกิดความสามัคคี พร้อมเพรียงกัน ทั้งประสานมือ และประสานใจ หรือร่วมมือร่วมใจกัน

บทบาทผู้นำดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับศิริอร ชันธหัตถ์ (2545: 154-155) ที่กล่าวถึง บทบาทของผู้ประสานงานว่าต้องประสานนโยบาย ใจ แผน งานที่รับผิดชอบ คน และทรัพยากร

อย่างไรก็ตามปาริชาติ วัลย์เสถียร (2543: 251) กล่าวถึงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานที่แตกต่างออกไปกล่าวคือ นอกจากการประสานงานภายในกลุ่มหรือในชุมชนแล้ว ผู้นำยังมีบทบาท ในการประสานงานภายนอกชุมชน ได้แก่ การศึกษาและนำเอาความรู้ใหม่ๆ โครงการใหม่ๆ มา เสนอแนะให้ชาวบ้าน เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆภายนอก และบุคคลภายนอก เพื่อดึง ความช่วยเหลือมาสู่ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับสนธยา พลศรี (2533: 88-89) ที่กล่าวว่าผู้นำเป็นผู้ ประสานงานระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆทั้งของรัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อระดมทรัพยากรที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ผู้วิจัยจึงสรุปบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ดังนี้

1. บทบาทการประสานงานภายในกลุ่ม ได้แก่

1.1 ประสานผู้นำกับสมาชิกกลุ่ม ผู้นำต้องมีคุณความดี ความรับผิดชอบ ความรู้ ความสามารถ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มยอมรับ และร่วมมือปฏิบัติตามผู้นำ

1.2 ประสานผู้นำกับสิ่งที่ทำ ผู้นำต้องประสานนโยบาย แผน และงานที่ รับผิดชอบให้กับสมาชิกกลุ่ม เพื่อบรรลุผลสำเร็จในการทำงาน

1.3 ประสานคนกับคน ผู้นำต้องประสานความร่วมมือร่วมใจ ระหว่างสมาชิก กลุ่มเพื่อให้การทำงานคล่องไปด้วยดี

1.4 ประสานทรัพยากรภายในกลุ่ม ได้แก่ เงิน วัสดุอุปกรณ์ และอาคารสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน

2. บทบาทการประสานงานภายนอกกลุ่ม ผู้นำต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกทั้ง หน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชน ในการขอความช่วยเหลือ การระดมทรัพยากร และการนำความรู้ ใหม่ๆมาเสนอแนะ เพื่อสนับสนุนการทำงาน และการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม

2.2.3 หลักการประสานงาน

ศิริอร ชันรหัตต์ (2545: 155-156) กล่าวถึง หลักการประสานว่ามีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

1. จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในองค์กร หรือคนนอกองค์กร ควรได้มีการกำหนดตัวบุคคล เครื่องมือสื่อสาร วัน เวลา และสถานที่ตลอดจน หมายเลขโทรศัพท์ ในการติดต่อสื่อสาร
2. จัดให้มีระบบของความร่วมมือที่ดี โดยกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรมีความเต็มใจที่จะร่วมมือ (Willing to cooperation) ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีน้ำใจไมตรีต่อกันเพื่อให้งานขององค์กรดำเนินไปด้วยดีและบรรลุเป้าหมายขององค์กร รวมถึงการฝึกทักษะในการปฏิบัติงาน (Skill to work) ให้แก่สมาชิกขององค์กรด้วย
3. จัดให้มีระบบการประสานงานที่ดี ควรจัดให้เป็นระบบทั้งการประสานงานจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง จากเบื้องล่างสู่เบื้องบน และในระดับเดียวกัน
4. จัดให้มีการประสานงานนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรให้สอดคล้องกัน
5. จัดให้มีการประสานงานในรูปกระบวนการบริหารที่ครบวงจร เริ่มต้นจากการวางแผนที่ดี กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติตามกำหนดเวลาและสถานที่ตลอดจนผู้รับผิดชอบ ทำให้ผู้เกี่ยวข้องทราบว่าในวันเวลาใด ใครทำอะไร ที่ไหน และทำอย่างไร เป็นการสะดวกแก่ทุกฝ่ายในการติดต่อประสานงาน

วิจิตร อวาทกุล (2542: 251-255) กล่าวถึงหลักหรือวิธีการต่างๆที่เข้ามาช่วยเพื่อให้การประสานงานได้รับความสำเร็จ ดังนี้

1. ใช้แผนผังและกำหนดหน้าที่ (a general plan of organization structure and function) โดยจัดทำแผนผังการทำงานการแบ่งหน้าที่การทำงาน รวมทั้งการกำหนดหน้าที่การทำงานของแต่ละหน่วยงานนั้นๆไว้ชัดเจน
2. จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่สะดวก (Efficiency Communication System) เช่น โทรศัพท์ คนเดินหนังสือ วิทยุติดต่อ รถที่จะใช้ติดต่อ เป็นต้น
3. การใช้วิธีตั้งคณะกรรมการ (Committee) จัดตั้งกรรมการจากฝ่ายต่างๆที่จะร่วมมือกันทำงาน จะก่อให้เกิดการประสานงาน
4. จัดให้มีการประชุม (Meeting) พบปะ มีการชุมนุมสังสรรค์ ปรีกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเป็นกันเองก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน
5. ใช้การนิเทศ (Supervision) หมายถึง การตรวจงาน เพื่อให้การแนะนำปรึกษาและปรับปรุงแก้ไขวิธีทำงาน
6. จัดให้มีที่ปรึกษาหรือหน่วยแนะนำทางวิชาการ (Advisory Staff)
7. การใช้เจ้าหน้าที่ประสานงานติดต่อ (Liaison Officer)

8. ใช้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล (Training) การฝึกอบรมเป็นการพัฒนาบุคคลเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความสามารถในการทำงานสูงขึ้น

9. การจัดทำคู่มือแนะนำในการปฏิบัติงาน (Brochure) การมีหนังสือคู่มือการทำงาน จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความเข้าใจและปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียว

10. การจัดทำงานให้เป็นระบบ (Working Systems and Procedures) การจัดการทำงานให้เดินไปตามสายงานที่ถูกต้องรวดเร็ว มีระบบระเบียบที่แน่นอนชี้แจง และทำแผนการทำงานจากไหนไปไหน มีการทำงานเป็นขั้นเป็นตอน

11. ใช้การมอบอำนาจหน้าที่ (Delegation of Authority) จัดให้มีการกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจหน้าที่แก่เจ้าหน้าที่ชั้นรองๆไป จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถติดต่อดำเนินงานได้รวดเร็ว เกิดการประสานงานได้เป็นอย่างดี

12. ใช้วิธีการงบประมาณ (Budgeting) โดยใช้วิธีงบประมาณปฏิบัติการ (Performance Budget) และงบประมาณแบบโครงการ (Program Budgeting) เป็นการจัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานต่างๆเติบโตอย่างมีเหตุผลและสัมพันธ์กัน

13. การจัดการบำรุงขวัญ (Morale) การประสานงานจะไม่เกิด ถ้าขวัญของผู้ทำงานไม่ดี ผู้วิจัยจึงสรุปหลักการประสานงาน ดังนี้

1. การประสานงานในองค์กร มีหลักการดังนี้ ใช้แผนผังและกำหนดหน้าที่ การจัดระเบียบงาน ระบบการติดต่อสื่อสารที่ดี การใช้วิธีตั้งคณะกรรมการ การประชุม การนิเทศ การจัดให้มีที่ปรึกษา การใช้เจ้าหน้าที่ประสานงาน การฝึกอบรม การจัดทำคู่มือแนะนำในการปฏิบัติงาน การมอบอำนาจหน้าที่ ใช้วิธีการงบประมาณ การจัดการบำรุงขวัญ และการติดต่ออย่างไม่เป็นพิธีการ

2. การประสานงานระหว่างองค์กร มีหลักการดังนี้ ตั้งคณะกรรมการผสมหรือคณะกรรมการกลาง กำหนดสิทธิและหน้าที่ขององค์กรอย่างชัดเจน ใช้วิธีการงบประมาณ และการประชุมร่วมกัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการวางแผน

การที่จะประสบผลสำเร็จในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องกำหนดขอบเขตการแข่งขัน และทิศทางที่จะไปให้ถึงในอนาคตให้ชัดเจนก่อน เพื่อจะได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักและเป็นหน้าที่แรกๆที่ผู้นำต้องคิดและกระทำก่อนที่จะมีการดำเนินงานใดๆ (ชูศักดิ์ เศษเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ, 2545: 89)

2.3.1 ความหมายการวางแผน

ธงชัย สันติวงษ์ (2545: 99) สมคิด บางโม (2545: 81) และ Koonth et al. (1984 อ้างถึงใน พยอม วงศ์สารศรี 2542: 69) ให้ความหมายการวางแผนว่า การคิดวิเคราะห์และตัดสินใจกำหนดแผนงาน เป้าหมายและแนวทางปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2544: 3) และระวีง แก้วโพธิ์เนตร (2537: 54) อธิบายเพิ่มเติมว่าการวางแผน คือ การเตรียมการไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรทางการบริหาร ได้แก่ คน เงิน วัสดุ ข้อมูล ข่าวสาร รวมถึงการจัดวางโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และการจัดสายงานการบังคับบัญชา เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์

อย่างไรก็ตาม อินสอน บัวเขียว (2546: 63) กล่าวถึงการวางแผนแตกต่างออกไป คือ การสร้างความมั่นใจ ซึ่งจะช่วยให้แน่ใจได้ว่าการใช้ทรัพยากรเพื่อทำงานจะไม่ผิดพลาด เสียหาย และลดการเสี่ยงภัย

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า การวางแผน คือ การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะ เป็นโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ คน เงิน วัสดุ ข้อมูล ข่าวสาร โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงานถูกต้อง และบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

2.3.2 บทบาทผู้นำกับการวางแผน

ยงยุทธ เกษสาคร (2544: 43) กล่าวถึง บทบาทผู้นำในการวางแผน คือ การกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของกลุ่มและการวางนโยบายเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย แหล่งที่มาของนโยบาย อาจมาจาก 3 แห่ง คือ มาจากเบื้องบนหรือเจ้านายที่มีตำแหน่งสูงกว่าผู้นำ มาจากเบื้องล่างโดยคำแนะนำหรือติชมของผู้ใต้บังคับบัญชา และมาจากผู้นำกลุ่มเอง

นนทพล นิมสมบุรณ์ (2543: 84) กล่าวเพิ่มเติมว่า ในการวางแผนให้ประสบผลสำเร็จผู้นำ ต้องคำนึงถึงระยะเวลา และทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในแต่ละกิจกรรมที่ทำ แล้วนำข้อมูลเหล่านี้มา กำหนดแผนและกำหนดตารางเวลา เมื่อกำหนดการวางแผนแล้วสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การติดตามและประเมินผลทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคของแผนงานที่วางไว้

John Adair (2546:31-32) และภาควิชาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ {<http://www.cdswtu.com> (24/7/48)} ได้กล่าวถึง บทบาทผู้นำที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มกล่าวคือ ผู้นำร่วมกับสมาชิกกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือนโยบายของกลุ่ม รวมถึงการทำให้สมาชิกเข้าใจและยอมรับนโยบายและเป้าหมายของกลุ่มที่จำเป็นต้องกำหนดไว้

ผู้วิจัยจึงสรุปบทบาทผู้นำด้านการวางแผน ดังนี้

1. บทบาทการกำหนดแผนการทำงาน โดยผ่านการเห็นชอบ หรือตกลงร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มที่ตั้งไว้
2. บทบาทการสร้าง ความเข้าใจในแผนงานร่วมกับสมาชิก เพื่อให้สมาชิกยอมรับนโยบาย และเป้าหมายของกลุ่ม และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
3. บทบาทการติดตามและประเมินผลแผนการทำงาน เพื่อนำมาปรับปรุง และวางแผนการทำงานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3.3 หลักการวางแผน

หลักการวางแผนนับว่ามีส่วนสำคัญในการวางพื้นฐานทางความคิดในการวางแผนให้กับกลุ่มหรือองค์กรประสบผลสำเร็จ

ธงชัย สันติวงษ์ (2545: 146-147) ได้ให้หลักการวางแผนที่มีประสิทธิภาพโดยสรุป ดังนี้

1. ต้องพยายามระบุจุดมุ่งหมายให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และเฉพาะเจาะจง
2. ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน
3. ต้องมีการทำทั้งแผนระยะยาวและแผนระยะสั้น
4. พยายามให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
5. พยายามค้นหาทางเลือกที่ดีที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้ต้นทุนน้อยแต่มีผลได้มาก
6. หมั่นตรวจสอบปัญหาที่จะมีผลกระทบต่อ การปฏิบัติตามแผน และรับรู้ว่าเข้าหาทางแก้ไข
7. รับรู้ข้อจำกัดและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น
8. พยายามหลีกเลี่ยงกิจกรรมรายละเอียดในแผน สนใจแต่เฉพาะส่วนที่เป็นสาระและกลไกของแผน
9. ต้องมีการประสานแผนอย่างดีระหว่างหน่วยงาน และบุคคลที่จะช่วยกันปฏิบัติตามแผน
10. กำหนดมาตรการที่จะใช้วัดและติดตามผลการปฏิบัติตามแผน
11. ต้องให้แผนงานมีความคล่องตัวและเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวการณ์

วรรณารด แสงมณี {2544: (3-4)-(3-6)} กล่าวถึง หลักการพื้นฐานที่สำคัญซึ่งผู้วางแผนจะต้องพิจารณาสำหรับการวางแผนที่ดีโดยสรุป ดังนี้

1. การวางแผนต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือเป็นการสนับสนุนเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ตามที่วางไว้

2. ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรจะต้องทำการวางแผนในขอบเขตของอำนาจหน้าที่ที่แตกต่างกัน และขณะเดียวกันก็มีความรับผิดชอบในการควบคุมงานที่กำลังดำเนินการอยู่นั้นให้ประสบผลสำเร็จ

3. การวางแผนที่ดีจะต้องคำนึงถึงสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่อาจมากระทบกับองค์กรทั้งหลาย เช่น สภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมและสังคม เศรษฐกิจ คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เป็นต้น

4. ผู้บริหารต้องระลึกไว้ว่า แผนงานที่วางไว้เป็นเพียงความเหมาะสมในสถานการณ์ ณ เวลานั้น ดังนั้นแผนทุกแผนจึงควรมีลักษณะที่ยืดหยุ่นได้พร้อมที่จะได้รับการแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันได้อยู่ตลอดเวลา

5. ผู้บริหารต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่าไม่มีการวางแผนใดที่จะดีที่สุด ดังนั้นผู้วางแผนจึงควรกำหนดวิธีให้เลือกไว้พอสมควร เพื่อจะได้เลือกใช้ให้เหมาะสมและได้ผลตามวัตถุประสงค์

6. ควรรวบรวมบุคคลที่มีความสามารถในการวางแผนตามลักษณะของงานในแผนนั้น

7. ควรมอบหมายให้กับผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงาน และทราบปัญหาต่างๆ ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการวางแผน

8. ชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผน โดยการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

9. ควรตระหนักว่าการวางแผนอาจมีความเป็นอิสระมากเกินไปจากข้อผูกพันต่างๆ ในเรื่องแนวความคิด ดังนั้นผู้มีอำนาจอนุมัติแผนจึงกำหนดมอบหมายนโยบายและกฎข้อบังคับต่างๆ ให้กับผู้มีหน้าที่วางแผน

ผู้วิจัยจึงสรุปหลักการวางแผน ดังนี้

1. ด้านแผนงาน แผนงานที่กำหนดต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป็นแผนที่มียุทธศาสตร์ระยะยาวและระยะสั้น ยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ รวมถึงต้องคำนึงถึงสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องด้วย

2. ด้านผู้นำ ผู้นำต้องเลือกแผนงานที่ดีที่สุด วัดและติดตามผลการปฏิบัติตามแผนเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และทราบถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข มอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านเป็นผู้วางแผนในเรื่องนั้นๆ ควบคุมการวางแผนงานให้สอดคล้องกับนโยบายของกลุ่ม ชี้แจงและอธิบายแผนงานให้บุคคลเข้าใจอย่างชัดเจน และประสานแผนงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร

3. ด้านสมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนการวางแผน สามารถนำแผนงานไปปฏิบัติได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการจูงใจ

2.4.1 ความหมายการจูงใจ

สุรพล พยอมแย้ม (2541: 26) และพี.ที.ยัง (P.T.Young) (อ้างถึงใน ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ 2532: 37) ให้ความหมายของการจูงใจ คือ กระบวนการของการกระตุ้นพลังที่ซ่อนอยู่ภายในของแต่ละบุคคลให้เกิดการกระทำที่สนับสนุนการทำงานจนบรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร พยอม วงศ์สารศรี (2540: 211) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงกระบวนการของการกระตุ้นพลังงาน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การทำตัวให้ตื่นตัว (arousal) การคาดหวัง (expectancy) การใช้เครื่องล่อ (incentives) และการลงโทษ (punishment) นอกจากนี้สงวน ช้างฉัตร (2541: 128) และวิจิตร อาวะกุล (2542: 234) ได้กล่าวถึงการจูงใจไปในทิศทางเดียวกันว่าการจูงใจนั้นไม่เพียงเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการกระทำของบุคคลเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางใจด้วยเช่นกัน

สรุปความหมายการจูงใจ คือ การกระตุ้นให้บุคคลใช้พลังที่ซ่อนอยู่ภายในให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งทางการกระทำและทางใจ โดยใช้ปัจจัยจูงใจทางบวกหรือทางลบตามแต่สถานการณ์ในการสนองตอบความต้องการของบุคคล เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.4.2 บทบาทผู้นำด้านการจูงใจ

สุรพล พยอมแย้ม (2541: 111) กล่าวถึง หน้าที่ของผู้นำด้านการจูงใจ คือ ชักจูงให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาของตนทำงานด้วยความกระตือรือร้น ทুমเทแรงกาย แรงใจและกำลังความคิด แก่องค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

พงศ์ ทรดาล (2540: 77-78) กล่าวถึง ภารกิจหรือบทบาทผู้นำด้านการจูงใจว่า ผู้นำต้องควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ตลอดจนดูแลช่วยเหลือ และนำ จูงใจให้คนงานทำงานเต็มความสามารถและสัมฤทธิ์ผล

John W. Gardner (1990 อ้างถึงใน สายฟ้า พลวายุ 2546: 52) กล่าวถึง ภารกิจหรือบทบาทผู้นำในการจูงใจว่า ผู้นำไม่ได้สร้างการจูงใจขึ้นมาจากอากาศธาตุ แต่พวกเขาปลดปล่อยหรือสร้างช่องทางให้กับสิ่งจูงใจที่มีอยู่ ทุกกลุ่มล้วนมีสิ่งจูงใจที่ปะปนกันอยู่เป็นจำนวนมาก โดยผู้นำจะเลือกใช้สิ่งจูงใจที่ปะปนกันอยู่เป็นจำนวนมาก และผู้นำจะเลือกใช้สิ่งจูงใจที่สามารถสนองวัตถุประสงค์แห่งการกระทำร่วม เพื่อดำเนินรอยตามเป้าหมายที่มีอยู่ร่วมกัน

ผู้วิจัยจึงสรุปบทบาทผู้นำด้านการจูงใจ ดังนี้ ผู้นำกลุ่มชักจูงสมาชิกกลุ่มโดยใช้วิธีการที่แตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ เช่น การช่วยเหลือ แนะนำ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มทุ่มเทร่างกาย แรงใจ และกำลังความคิด ในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.4.3 หลักการจูงใจ

การจูงใจให้บุคคลปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ต้องใช้หลักการจูงใจที่แตกต่างกันตามลักษณะของงานและบรรยากาศในการทำงาน

วิตกร อวะกุล (2542: 235) กล่าวถึง หลักการแสวงหาความร่วมมือในการจูงใจทำได้ โดยสรุปดังนี้

1. อ่างสวรรค์บัญชา (God) เป็นการอ้างว่าเป็นความปรารถนาของภูตปิศาจ เจ้าพ่อ พระเจ้า ว่ามีความประสงค์เช่นนั้น ถ้าไม่ปฏิบัติตามจะได้รับภัยพิบัติต่างๆ ทำให้ทุกคนเกิดความกลัวและปฏิบัติตาม
2. ใช้ขนบธรรมเนียมประเพณี (Culture) การประพุดติปฏิบัติสืบต่อกันมา ใครประพุดติ นอกเหนือออกไปก็จะได้รับการตำหนิติเตียน
3. การใช้กำลัง (Power) อำนาจข่มขู่บังคับ ใช้อิทธิพลในทางตรงและทางที่ไม่ถูกธรรมเนียมอง คลองธรรม ทำให้เกิดความกลัวเกรง
4. ใช้สิ่งแลกเปลี่ยน (Purchase) ใช้เงินจ้าง หรือรางวัลล่อใจ เพื่อให้เกิดความโลภอยากได้ และประพุดติปฏิบัติตามความประสงค์
5. ใช้วิธีจูงใจ (Persuasion) หรือการกระตุ้นให้กำลังใจ (Motivation) ด้วยวิธีการต่างๆ ให้บุคคลประพุดติปฏิบัติตาม

สงวน ช่างฉัตร (2541: 143) กล่าวถึง หลักการหรือเทคนิควิธีการจูงใจ ดังนี้

1. การจูงใจทางบวก (Positive Motivation) คือ จูงใจให้บุคคลหรือผู้ร่วมงาน โดยวิธีการให้รางวัล หรือส่งเสริมกำลังใจในการปฏิบัติงาน
2. การจูงใจทางลบ คือการจูงใจบุคคลหรือผู้ร่วมงาน โดยวิธีขู่เข็ญบังคับและลงโทษ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นปฏิบัติตาม โดยอาศัยความเกรงกลัวเป็นพื้นฐาน

ผู้วิจัยจึงสรุปหลักการจูงใจ ดังนี้

1. การจูงใจโดยอาศัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ อ่างสวรรค์บัญชา ใช้ขนบธรรมเนียมประเพณี

2. การจูงใจโดยอาศัยสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ การจูงใจทางบวก คือ การให้กำลังใจ และการให้รางวัล และการจูงใจทางลบ คือ การใช้อำนาจข่มขู่บังคับ และการลงโทษ

2.4.4 แนวคิดและทฤษฎีการจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

1. แนวทางตามเนื้อหา (Content Approach) กล่าวถึงความต้องการ (needs) หรือพลังขับ (drives) ว่ามีอะไรกันบ้างที่จะจูงใจให้คนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (วิโรจน์ สารรัตน์ : [http://ednet.kku.ac.th\(13/10/48\)](http://ednet.kku.ac.th(13/10/48))) ซึ่งทฤษฎีแนวทางตามเนื้อหาที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ เฮอรัซเบอร์ก (Herzberg) เป็นทฤษฎีแรงจูงใจที่กล่าวถึงสาเหตุจูงใจบุคคลให้ทำงาน พบว่ามี 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยกระตุ้น (Motivators Factors) เป็นปัจจัยจูงใจให้บุคคลทำงาน ทำให้คนมีความรู้สึกพอใจเกี่ยวกับงานที่ทำ และปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่มุ่งลดความไม่พอใจของคนในการทำงาน ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรใช้ปัจจัยจูงใจกระตุ้นให้คนทำงานมากที่สุดเพื่อผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายและเป้าหมายขององค์กร

2. แนวทางตามกระบวนการ เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงกระบวนการความคิดของคนงานที่มีต่อการจูงใจ ซึ่งทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 ทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory)

เสนอโดย James Stacy Adams ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอิทธิพลจากปัจจัยในระบบการทำงานที่บุคคลรับรู้และเกิดความรู้สึกเปรียบเทียบผลตอบแทนที่บุคคลต่างๆได้รับ ผลที่ได้จะออกมาเป็น 3 ประการคือ 1) สภาพที่เป็นธรรม ผลที่ตามมาคือจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม 2) ความไม่เป็นธรรมโดยผู้ที่เปรียบเทียบเสียเปรียบ ผลที่ตามมาคือลดความพยายามลง เรียกร้องค่าจ้างเพิ่มขึ้น และ 3) ความไม่เป็นธรรมโดยผู้ที่เปรียบเทียบได้เปรียบ ผลที่ตามมาคือบุคคลรู้สึกได้รับความเป็นธรรมเกินกว่ารางวัลที่ได้รับก็จะพยายามมากขึ้น

2.2 ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

พัฒนามาจากแนวความคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ และการวางเงื่อนไขในการเรียนรู้ของ B.F.Skinner โดยแนวคิดนี้มีความเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกจะมีรากฐานมาจากความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่แสดงออกและผลของพฤติกรรมดังกล่าว (Richard L. Daft 1993: 526 อ้างถึงใน วันชัย มีชาติ, 2548: 99) การเสริมแรงจึงเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงปรารถนาและหยุดพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาของคนในองค์กร โดยมีความเชื่อว่า

พฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงทางบวกจะก่อให้เกิดการแสดงผลพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก ในทางตรงกันข้ามหากพนักงานได้รับแรงกระตุ้นซึ่งแสดงผลพฤติกรรมแล้วได้รับผลในทางที่ไม่พึงปรารถนา ก็จะมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา นั้น โดยหยุดการแสดงผลออกหรือหยุดพฤติกรรมดังกล่าว (วันชัย มีชาติ, 2548: 100-101)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องระยะเวลาในการเสริมแรงหลังการแสดงผลพฤติกรรม กล่าวคือหากมีระยะเวลาในการเสริมแรงห่างจากการแสดงผลพฤติกรรมมากเกินไป ก็จะทำให้ไม่เกิดการเรียนรู้และไม่แสดงผลพฤติกรรมนั้นอีก ซึ่งระยะเวลาในการเสริมแรงมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ การเสริมแรงแบบต่อเนื่อง (Continuous Reinforcement Schedules) และการเสริมแรงแบบเป็นช่วง (Partial Reinforcement) ดังนั้นการดำเนินการเสริมแรงเพื่อให้บุคคลแสดงผลพฤติกรรมที่พึงปรารถนา ควรจะใช้วิธีการต่างๆประกอบกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจที่กล่าวมาทั้งหมดจะมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านการนำไปใช้ ทั้งนี้เพราะแนวความคิดในด้านเนื้อหาสาระ จะบอกถึงสิ่งที่บุคคลต้องการ ส่วนแนวความคิดในเชิงกระบวนการจะบอกถึงวิธีการในการที่จะนำความต้องการไปใช้ในการจูงใจคนในทางปฏิบัติ เช่น ต้องรู้ว่าบุคคลมีความคาดหวังหรือต้องการอะไร ซึ่งสิ่งที่บุคคลคาดหวังได้แก่ความต้องการของบุคคล แล้วนำความหวังหรือความต้องการเหล่านี้มากำหนดเป็นเป้าหมายและเครื่องจูงใจคน โดยการจูงใจคนต้องพิจารณาถึงความเป็นธรรมชาติที่แต่ละคนได้รับจากสิ่งตอบแทน และอาศัยระบบการเสริมแรงเป็นรูปแบบในการให้สิ่งตอบแทน เป็นต้น (วันชัย มีชาติ, 2548: 109)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา

มาลี จูทา (2544: 91) กล่าวถึง บทบาทของผู้นำในการให้คำปรึกษาในหน่วยงานหรือองค์กร ดังนี้

1. ศึกษาและทำความเข้าใจกับพนักงานในองค์กรธุรกิจ
2. ศึกษาพฤติกรรมของพนักงานที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน
3. ให้คำปรึกษาแก่พนักงานที่มาขอรับคำปรึกษา
4. ชี้แนะแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมแก่พนักงานเพื่อการป้องกัน และแก้ไขปัญหา
5. ติดตามผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานที่มาขอรับคำปรึกษา
6. วางแผนร่วมกับฝ่ายบริหารองค์กรธุรกิจในการจัดบริการให้คำปรึกษาแก่พนักงาน
7. สรุปปัญหาและความต้องการของพนักงานที่มีต่อองค์กรธุรกิจ
8. ส่งเสริมและพัฒนาความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายจัดการขององค์กรธุรกิจและพนักงาน

ปริญญา ตันสกุล (2543:233) กล่าวว่า ผู้นำจะเป็นที่ปรึกษาที่ดีนั้นจะมีหน้าที่หลัก 2 ประการ คือ รับฟังปัญหา และช่วยแก้ปัญหา ซึ่งหน้าที่หลัก 2 ประการนี้ เป็นความรับผิดชอบของผู้นำที่จะละเว้นอย่างใดอย่างหนึ่งมิได้ กล่าวคือ ผู้นำจะต้องใส่ใจดูแลลูกน้องทุกๆคนของตน ให้มีความสมดุลทางอารมณ์ มีไฟ มีกำลังใจและมีความสามารถในการทำงานที่พวกเขารับผิดชอบได้อย่างราบรื่นไม่สะดุดติดขัด ในอันที่จะก่อให้เกิดความเบื่อก่อนายท้อแท้ขึ้นมาได้

มหาวิทยาลัยเปิดต่างประเทศเพื่อพัฒนาผู้นำวิชาชีพ “ยูเน็ต” (ประเทศไทย) (2545: 4) กล่าวถึงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาแตกต่างออกไป กล่าวคือ นอกจากการให้คำปรึกษาข้างต้นแล้วผู้นำยังมีบทบาทในการสอนแนะการทำงาน ซึ่งในการสอนแนะนั้นผู้นำควรควบคุมให้น้อยลงและช่วยเหลือให้มากขึ้น ทำงานอย่างใกล้ชิดกับลูกน้องแต่ละคน/แต่ละทีมในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งสอนความรู้ ทักษะใหม่ๆและทัศนคติที่ดีให้ในการสนับสนุนปรับปรุงระเบียบการทำงานให้ดีขึ้น

จากบทบาทของผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาข้างต้น สามารถสรุปบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา ดังนี้

1. บทบาทการให้คำปรึกษา คือ การรับฟังปัญหา ซึ่งแนวทางในการป้องกันและแก้ไข ปัญหา ติดตามและประเมินผลผู้ที่มาขอรับการปรึกษา และนำมาสรุปผลเพื่อวางแผนการให้คำแนะนำปรึกษาต่อไป
2. บทบาทการสอนแนะ คือ การสอนแนะการทำงาน และการพัฒนาทักษะการทำงานให้กับสมาชิกกลุ่ม

1. บทบาทการให้คำปรึกษา

1.1 ความหมายการให้คำปรึกษา (Counselling)

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2546: 19) กล่าวว่า การให้คำปรึกษา คือ กระบวนการทำให้ปัญหากระจ่างชัดโดยการช่วยเหลือของคนอื่น ทำให้ผู้มาปรึกษาเกิดความสามารถเห็นปัญหาของตนได้ชัด ยอมรับในปัญหา และรู้ทางแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

มาลี จุฑา (2544: 88) เสนอแนะว่า การให้คำปรึกษา คือ กระบวนการกลุ่มของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาและการพัฒนาพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร ให้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสังคม สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานได้เป็นอย่างดี

ธีรวุฒิ บุญยโสภณ (มปป.: 87) ให้ความหมายว่า การให้คำปรึกษา คือ กระบวนการช่วยเหลือ และสร้างความสัมพันธ์เป็นรายบุคคลระหว่างผู้ให้คำปรึกษา และผู้รับคำปรึกษา เพื่อช่วยให้ผู้รับคำปรึกษาเข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อมได้ดีขึ้น พร้อมทั้งสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆได้ด้วยตนเอง

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า การให้คำปรึกษา คือ กระบวนการระหว่างผู้ให้คำปรึกษาและผู้รับคำปรึกษา ในการช่วยเหลือผู้รับคำปรึกษาให้มองเห็นปัญหาและหาแนวทางแก้ไขด้วยตนเอง ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้

1.2 หลักการให้คำปรึกษา

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2546: 118-119) กล่าวถึง หลักการปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ทำให้พนักงานในหน่วยงานทราบว่า หากมีปัญหาผู้บังคับบัญชาพร้อมที่จะให้คำปรึกษา
2. ให้การต้อนรับพนักงานที่มาขอคำปรึกษาหรือด้วยความเต็มใจและจริงใจ
3. สร้างบรรยากาศและมีท่าทีที่ทำให้พนักงานสบายใจ อยากพูดอยากจะทำคำปรึกษา
4. ต้องเปิดโอกาสและกระตุ้นให้พนักงานได้พูด ได้อธิบายปัญหาของตนอย่างเต็มที่และอย่าขัดจังหวะ โดยไม่จำเป็น
5. ตั้งใจรับฟังปัญหา หรือคำอธิบายของพนักงานอย่างจริงจัง
6. แสดงความสนใจและเข้าใจในอุปสรรค ปัญหา และความคับข้องใจของพนักงาน
7. พยายามกระตุ้นให้พนักงานสรุปประเด็นที่เป็นปัญหาให้ชัดเจน
8. พยายามกระตุ้นให้พนักงานหาสาเหตุของปัญหา และให้การชี้แนะตามความจำเป็น
9. กระตุ้นให้พนักงานคิดหาทางแก้ไขปัญหาหลายๆทาง
10. กระตุ้นให้พนักงานตัดสินใจเลือกทางแก้ไขปัญหาให้ถูกต้องและแก้ปัญหาานั้นได้
11. พยายามให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการแก้ปัญหาของพนักงานตามความจำเป็นและอย่างจริงจัง
12. ติดตามประเมินผลการแก้ไขปัญหาคือข้อขัดข้องของพนักงาน และให้คำปรึกษาหรือพร้อมแนะนำเพิ่มเติมจนกว่าปัญหาของพนักงานจะหมดไป

สุรพล พยอมแย้ม (2541: 68) กล่าวถึง หลักการให้คำปรึกษา ดังนี้

1. หัวหน้างานเป็นฝ่ายเริ่มก่อน เทคนิคที่ควรใช้ คือความมุ่งที่ “ตัวปัญหา” มากกว่า พูดถึง “ตัวบุคคล” ควรใช้คำพูดและท่าทีอาการแสดงออกให้ลูกน้องรู้ว่า เรามุ่งหวังที่จะแก้ไข ปัญหาที่จะเกิดขึ้น มิใช่มุ่งหวังที่จะทำให้เสียหน้าหรือขาดการยอมรับศักดิ์ศรีของบุคคล

2. ผู้มีปัญหาหรือลูกน้องเป็นฝ่ายเริ่มก่อน หัวหน้าจะต้องทำความเข้าใจให้ได้ว่า ปัญหาที่แท้จริงที่ต้องให้คำปรึกษาคืออะไร ดังนั้นหัวหน้าจะต้องรู้จักวิธีการที่จะวิเคราะห์วินิจฉัย ปัญหาด้วยการใช้เทคนิคสะท้อนกลับ (reflection) ด้วยการใช่วิธีการทวนคำ สรุป จับประเด็น โดย แสดงท่าทีและคำพูดที่ตอบรับและยอมรับถึงความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ของเจ้าของปัญหา ประกอบด้วย

ผู้วิจัยจึงสรุปหลักการให้คำปรึกษา ดังนี้ หัวหน้าหรือผู้นำต้องตั้งใจรับฟังปัญหา เข้าใจในปัญหา และพร้อมให้คำปรึกษาแก่ผู้มาขอรับคำปรึกษา ซึ่งการให้คำปรึกษานั้นควรกระตุ้น ให้ผู้รับคำปรึกษารู้จักแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

2. บทบาทการสอนแนะ (Coaching)

2.1 ความหมายการสอนแนะหรือการสอนงาน (Coaching)

เกรียงศักดิ์ นิรัติพัฒนะศัย (2546: 51) กล่าวว่า การสอนแนะ คือ การที่บุคคลหนึ่ง พัฒนา ทักษะ/ความรู้/ทัศนคติ ของอีกฝ่าย ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มคน เพื่อให้พฤติกรรม เป็นไปตามความคาดหวัง ใช้ได้ทั้งพนักงานใหม่และเก่า หรือพนักงานที่มีผลงานดีและพนักงานที่ ควรปรับปรุง

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2546: 61) กล่าวว่า การสอนแนะ คือ การที่ผู้บังคับบัญชา สอนหรือแนะนำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะงาน วิธีปฏิบัติงาน และมีพฤติกรรม ในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถทำงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2546: 58) กล่าวว่า การสอนแนะ คือ กระบวนการที่ผู้บริหารชี้แนะ ฝึกอบรมให้ผู้ปฏิบัติรู้และเข้าใจวิธีปฏิบัติงานให้ทำงานได้ผลดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า การสอนแนะ คือ กระบวนการที่ผู้บังคับบัญชาสอนวิธีปฏิบัติงาน รวมถึงการฝึกทักษะการทำงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุ วัตถุประสงค์

2.2 หลักการสอนแนะ

วิชัย โสสุวรรณ (2546: 63) กล่าวถึง หลักในการสอนแนะหรือสอนงานว่าหัวหน้าควรปฏิบัติตามขั้นตอน ดังนี้

1. สบายใจ ผู้สอนต้องทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกสบายใจ ไม่คิดว่าการสอนงานเป็นการบังคับ แต่เป็นการเรียนเพื่อประโยชน์ของผู้เรียนเอง
2. เข้าใจ การเข้าใจอาจทำได้โดยใช้วิธีการสอนที่น่าสนใจ มีการเตรียมการสอนที่ดี และใช้อุปกรณ์การสอนช่วยสนับสนุน
3. เข้าใจ การสร้างความเข้าใจในเรื่องที่สอนนั้น ผู้สอนควรเริ่มต้นจากสิ่งที่ผู้เรียนได้เรียนรู้มาบ้างแล้ว และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่เขาารู้เคยเดิมกับงานใหม่ หรือเริ่มจากสิ่งที่เข้าใจง่ายก่อนแล้วจึงนำไปสู่เรื่องที่ยากหรือสลับซับซ้อน
4. เข้ามีส่วนร่วม การที่ผู้เรียนจะสามารถเข้าใจและจดจำได้ดีรวมทั้งนำไปปฏิบัติได้นั้น ผู้เรียนจะต้องได้โอกาสฝึกหัดทำด้วยตัวเอง
5. การนำความรู้ไปปฏิบัติ เมื่อสอนแล้วผู้เรียนควรได้มีโอกาสนำความรู้นั้นไปปฏิบัติจริง โดยระยะแรกผู้สอนอาจช่วยกำกับดูแลและให้คำแนะนำจนสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องเป็นนิสัย และเกิดความมั่นใจจนสามารถทำงานด้วยความชำนาญได้ต่อไป

เกรียงศักดิ์ นิรัติพัฒนะศัย (2546: 57-59) ได้ให้คำแนะนำหรือหลักในการสร้างงานสำหรับการสอนงานโดยสรุปดังนี้

1. สร้างความไว้วางใจ เชื่อใจให้เกิดขึ้นเสียก่อน ความไว้วางใจของผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้นำนั้นมาจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น มีความรู้ในเรื่องที่จะสอน มีความเข้าใจในมนุษย์ มีทักษะการสื่อสารที่ดี เป็นต้น
2. การจัดเตรียมการสอน ก่อนการสอนต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานว่ามีพื้นฐานอย่างไรในแง่ข้อมูล ความรู้ ความชำนาญ
3. ระวังที่จะไม่ใช่ตัวผู้สอนเป็นบรรทัดฐาน
4. จุดมุ่งหมายของการสอนงานคือ การปรับปรุงให้ดีขึ้น มิใช่ความสมบูรณ์แบบหรือหวังจะสอนเพียงครั้งเดียวเพื่อให้เขาเก่งเท่ากับตัวผู้สอนงาน
5. สร้างความเป็นกันเอง ให้ความเป็นกันเองกับผู้เรียนในระหว่างการสอนงาน ความเป็นกันเองจะทำให้ผ่อนคลาย การเรียนรู้ของผู้ใหญ่จะทำได้ดีหากเขาอยู่ในภาวะอารมณ์ที่ปกติและไม่วิตกกังวล
6. เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมเสมอ การมีส่วนร่วมสามารถทำได้โดยการใช้คำถามถามเขาว่ามีความเข้าใจในเรื่องที่เราสอน คำถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ดีต้องเตรียมการมาก่อน โดยถามถึงวิธีการหรือขั้นตอนที่สอน

7. สอนและฝึกทีละเรื่อง

ผู้วิจัยจึงสรุปหลักการสอนแนะ ดังนี้ ผู้นำต้องเตรียมการสอนเพื่อให้เนื้อหาและวิธีการสอนเป็นที่น่าสนใจ โดยการสอนนั้นควรสอนและฝึกทีละเรื่องอย่างเป็นขั้นตอน และให้ผู้เรียนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ควรสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองกับผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความสบายใจ และควรระวังไม่ใช่ตัวผู้สอนเป็นบรรทัดฐาน

2.6 บทบาทด้านการตลาด

2.6.1 ความหมายการตลาด

คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (อ้างถึงในวรรณารถ แสงมณี, 2544: 10-1) ให้ความหมายว่า การตลาด คือ กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคเพื่อที่ว่าผู้บริโภคจักได้รับความพึงพอใจและขณะเดียวกันก็เพื่อสามารถประสบความสำเร็จในวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วย

อัจฉิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2544: 4) ให้ความหมายว่า การตลาด คือ การกระทำของมนุษย์ที่มุ่งให้เกิดความพอใจในการสนองความต้องการ โดยกระบวนการการแลกเปลี่ยน

สมคิด บางโม (2541: 101) ให้ความหมายว่า การตลาด คือ ระบบการดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าและบริการเปลี่ยนมือจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าในเวลา สถานที่ รูปลักษณะ และเป็นเจ้าของสินค้าตามต้องการ

Philip Kotler (ฟิลลิป คอทเลอร์: 2000) ให้ความหมายว่า การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆในกระบวนการแลกเปลี่ยน คือ การซื้อขายสินค้าและบริการ ซึ่งมุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภค

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การตลาด คือ กิจกรรมทางธุรกิจที่เกิดจากกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจในสินค้า หรือบริการเหล่านั้น รวมถึงผู้ผลิตได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กลุ่มหรือองค์กรตั้งไว้เช่นกัน

2.6.2 บทบาทผู้นำด้านการตลาด

บทบาทผู้นำด้านการตลาดนับว่ามีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการผลิตสินค้าหรือบริการขึ้นมาจำเป็นต้องมีผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น ดังนั้นผู้นำกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ในด้านการตลาด ซึ่งมีผู้กล่าวถึงบทบาทผู้นำที่ประสบผลสำเร็จด้านการตลาด ดังนี้

ชวาลวุฒ ไชยนิวดี (2538: 255-256) กล่าวถึง บทบาทผู้นำด้านการตลาดโดยสรุปดังนี้ บทบาทผู้นำด้านการตลาดแบ่งออกเป็น 2 บทบาท คือ 1) บทบาทผู้นำด้านการรวมกลุ่ม ได้แก่ เป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลภายในกลุ่ม เป็นสื่อกลางระหว่างกลุ่ม และเป็นผู้ดำเนินงานจัดทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม 2) บทบาทด้านการตลาด ได้แก่ ติดตามศึกษาข่าวสารข้อมูลทางการตลาด เป็นผู้นำในการติดต่อซื้อขาย และต่อรองราคาวัสดุ ให้คำแนะนำสมาชิกกลุ่มในเรื่องระบบการตลาด หาวิธีการบรรจุและขนส่งสินค้าที่ไปถึงพ่อค้าคนกลางให้มีประสิทธิภาพและราคาถูก และเผยแพร่ความรู้อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

นิตย์ สัมมาพันธ์ (2546: 99-100) กล่าวถึง บทบาทผู้นำด้านการตลาดโดยสรุปดังนี้ ผู้นำมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้เกิดการกำหนดความต้องการ ความคาดหวัง และความนิยมของลูกค้า และการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจได้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยเปิดต่างประเทศเพื่อการพัฒนาผู้นำวิชาชีพ“ยู-เน็ต” (ประเทศไทย) (2545:6) ที่กล่าวว่าผู้นำต้องมีความต่อเนื่องในการติดต่อกับลูกค้าทั้งลูกค้าภายในและภายนอกตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ลูกค้าภายใน ได้แก่ ส่วนหนึ่งส่วนใดหรือฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในองค์กร ลูกค้าภายนอก ได้แก่ ส่วนหนึ่งส่วนใดหรือกลุ่มใดที่ไม่ใช่บริษัทหรือองค์กร

อย่างไรก็ตามวรรณารถ แสงมณี {2544: (10-1)-(10-2)} และสมยศ นาวิการ (2540: 332-333) ได้กล่าวถึง บทบาทหรือหน้าที่ผู้นำด้านการตลาดที่แตกต่างออกไปโดยเน้นไปที่การบริหาร กล่าวคือ ผู้นำต้องวางแผนและกำหนดแผนงาน การจัดองค์กร การสั่งการ การควบคุม และการพัฒนากลยุทธ์ และกิจกรรมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยจึงสรุปบทบาทผู้นำด้านการตลาด ดังนี้

- 1) บทบาทในการรวมสมาชิกภายในกลุ่ม โดยเป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม
- 2) บทบาทการพัฒนากลยุทธ์และกิจกรรมด้านการตลาด โดยการให้ความรู้ด้านการตลาด การเจรจาต่อรองซื้อขายสินค้า การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้า และการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2.6.3 กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) เป็นขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตลาดและบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร (Schoell and Guiltinan, 1990: 750 อ้างถึงใน ปณิศา ศัญชานนท์, 2548: 39) กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย 1) การหาเป้าหมายตลาดที่ธุรกิจมุ่งความพยายามทางการตลาดไปสู่ และ 2) การพัฒนาส่วนประสมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลต่างๆ ในเป้าหมายตลาด (สมยศ นาวิการ, 2540: 333) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์การหาเป้าหมายตลาด

1.1 การวิจัยการตลาด เป็นกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และยังสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการเลือกเป้าหมายตลาด

1.2 การเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย เป็นการเข้าถึงกลุ่มของบุคคลซึ่งมีความจำเป็นหรือความต้องการ หรือที่สามารถซื้อสินค้าหรือบริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการตามกลุ่มของบุคคลได้อย่างถูกต้องซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการแบ่งส่วนตลาดในการกำหนดตลาดเป้าหมาย

2 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจำหน่าย (Channel of distribution) การกำหนดราคาสินค้า (Pricing) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) (วรรณารถ แสงมณี, 2544: 10-5) ซึ่งมีส่วนสำคัญยิ่งในการดำเนินการด้านการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ โดยกลยุทธ์เหล่านี้จะต้องมีการออกแบบให้เกิดประสิทธิผลในสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดในบรรดาส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด แม้ธุรกิจจะใช้ความพยายามด้วยกลยุทธ์อื่นอย่างไรก็ไม่ประสบผลสำเร็จในระยะยาว ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ลูกค้าคาดหวังได้ ดังนั้นการจัดการผลิตภัณฑ์จึงเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ธุรกิจขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มสำหรับวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจขนาดย่อมมี 4 แนวทาง (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณະวรรณ, 2545: 55-59) โดยสรุป ดังนี้

- 1) เติมความสร้างสรรค์แปลกๆใหม่ๆและความเป็นไทยลงไป เช่น วัฒนธรรม ศิลปหัตถกรรม หรือรูปวาด
- 2) เน้นการออกแบบ ดีไซน์ รูปลักษณ์ รูปแบบ สมัยนิยม เก๋ เท่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคา โดยดูแนวโน้มจากแฟชั่นต่างๆแล้วนำมาผสมผสานเข้ากับความชำนาญของเราเอง
- 3) เน้นการนำเทคโนโลยีมาช่วยให้ผลิตได้มาก และมีมาตรฐานเหมือนกันในทุกหน่วยผลิต
- 4) การให้บริการต่างๆ ต่อยอด เช่น ทัวร์สุขภาพ นวดแผนไทย เป็นต้น

2. ตรา ยี่ห้อ (Brand) มีผลต่อภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์และธุรกิจเป็นอย่างมาก การเลือกตรา ยี่ห้อควรมีลักษณะดังนี้ (กัตัญญู หิรัญสมบุญ, 2545: 108)

- 1) เลือกชื่อที่ออกเสียงและจดจำง่าย และควรใช้ชื่อที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์
- 2) ใช้ชื่อที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่นหรือคล้ายคลึงกับผู้ที่จดทะเบียนลิขสิทธิ์ตรายี่ห้ออื่นไว้แล้ว
- 3) เลือกชื่อที่สามารถส่งเสริมการขายได้ง่ายโดยไม่ยาวเกินไปจนเรียกยาก เขียนยาก
- 4) เลือกชื่อที่สามารถใช้ในสายผลิตภัณฑ์ต่างๆที่คล้ายคลึงกันได้
- 5) ตรา ยี่ห้อมักอยู่ในรูปของเครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่มีลักษณะเฉพาะตัว จดจำง่ายและเกี่ยวข้องกับสินค้านั้น
- 6) หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นส่วนสำคัญของสินค้า เพราะเป็นสิ่งที่ใช้ปกป้องรักษาสินค้า และสามารถเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้จึงต้องมีตรา ยี่ห้อที่ออกแบบสวยงามและมีเอกลักษณ์จะช่วยให้สินค้าโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้ง่าย
- 7) ฉลาก เป็นเครื่องแสดงตรา ยี่ห้อที่สื่อสารกับลูกค้าได้ ฉลากต้องมีส่วนที่บอกวิธีใช้ ส่วนผสม วิธีดูแลรักษาสินค้า และรายละเอียดอื่นๆเกี่ยวกับสินค้า โดยต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายระบุไว้

2.2 ช่องทางการจำหน่าย (Channel of distribution)

เป็นองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย ช่องทางตรง (Direct channel) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งนำสินค้าและบริการส่งตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และช่องทางอ้อม (Indirect channel) เป็นช่องทางที่ผลิตภัณฑ์ต้องผ่านคนกลางก่อนที่จะถึงผู้บริโภค คนกลาง เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตัวแทน เป็นต้น

(สมชาย หิรัญกิตติ, 2542: 183) ซึ่งชูศักดิ์ เศษเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ (2545:140-147) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. การขายเอง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้าเฉพาะในพื้นที่หรือต้องการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด โดยมีทางเลือก 3 ทาง ได้แก่ ร้านค้าปลีกหรือร้านเรือธง (Flagship Store Model) การขายโดยใช้พนักงานขายส่ง (Key Account Model) และการขายโดยการสร้างร้านค้าเสมือนจริงหรือร้านค้าออนไลน์ (Virtual Mall/ Brick & Motar)

2. การใช้พันธมิตรช่วยกระจายสินค้า การพึ่งพาคนกลางเข้ามาช่วยขยายช่องทางการตลาดในส่วนที่ไม่ชำนาญหรือคุ้นเคย มี 6 ลักษณะ คือ 1) การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Trade Model) 2) การขายผ่านห้างสรรพสินค้า (Department Store Model) 3) การขายผ่านห้างค้าส่ง (Discount Model) 4) การขายผ่านร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Model) 5) การขายผ่านเครือข่ายร้านสะดวกซื้อ (Conveniences store Model) และ 6) การขายผ่านบริษัทขายตรง (Direct Sale Team Model)

3. การร่วมทุนเพื่อสร้างตลาดใหม่ มี 3 ลักษณะ ดังนี้

1) Franchise Model เป็นการขยายร้านเรือธงให้กับนักลงทุนผู้อยากมีธุรกิจของตนเอง

2) Concessionaire Model เป็นวิธีสร้างธุรกิจเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกพื้นที่ เป็นการให้สิทธิทางการค้าเพื่อผูกขาดหรือให้สัมปทานในการดูแลพื้นที่เฉพาะ

3) Horizontal Integration Model เป็นวิธีทำการตลาดโดยสร้างตัวแทนคู่ค้าหรือพันธมิตร เพื่อสร้างกระบวนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบหรือแหล่งผลิต การทำตลาด การจัดจำหน่าย การขนส่ง การจัดเก็บสินค้า การให้บริการ และสร้างชุมชนลูกค้า

2.3 ราคา (Pricing)

ราคาเป็นจำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ และเป็นสิ่งที่แสดงถึงคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ายอมรับ ดังนั้นการกำหนดราคาจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กรเพื่อให้สามารถกำหนดราคาที่เหมาะสมระหว่างต้นทุนขององค์กรและคุณค่าที่ตลาดยอมรับ โดยมีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาให้เห็นผลชัดเจนมี 3 แบบ

(บุญเลิศ เข็นคงคา และคณะ, 2544: 124-125) ดังนี้

1. กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าสูงกว่าตลาด (Pricing above the market) จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีสิ่งที่มาทดแทนกับราคาที่ตั้งสูงกว่าตลาดอย่างมีเหตุมีผล ซึ่งสิ่งที่มาทดแทนส่วนต่างราคาที่นิยมมี 4 ประการ คือ 1) เน้นการบริการดีเยี่ยม 2) สถานที่ตั้งที่สะดวกในการซื้อสินค้า 3) เป็นสินค้าพิเศษ และ 4) ชดเชยส่วนต่างของราคาโดยการขยายเวลาการให้บริการ

2. กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ณ ระดับใกล้เคียงกับตลาด (Pricing at market level) ใช้ได้ในสภาวะของตลาดที่มีการแข่งขันไม่รุนแรง

3. กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำกว่าตลาด (Pricing below the market) จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีโครงสร้างต้นทุนสินค้าและต้นทุนการดำเนินการต่ำ รวมถึงยอดขายต้องสูงมากจนสามารถต่อรองกับผู้ผลิตในการลดราคาต้นทุนให้ต่ำ

2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูง ใจ บอกรถ้าว และย้าเตือนลูกค้า ถึงผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจนำเสนอซึ่งสามารถกระทำได้โดยใช้บุคคลและไม่ใช้บุคคลอันประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ (กัตัญญู หิรัญสมบุรณ์, 2545: 109)

1. การโฆษณา เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บุคคล หรือองค์กร โดยสร้างสรรค์งานโฆษณา และทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อเคลื่อนที่ต่างๆ และป้ายโฆษณา เป็นต้น

2. การใช้พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานขายและผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท รวมถึงกิจกรรมต่างๆตั้งแต่การให้ข่าวสารและการรับคำสั่งซื้อจากผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของบริษัทโดยอาศัยสื่อกลางต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปรษณีย์ และป้ายประกาศ

3. การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายมักเกิดที่ร้านค้าปลีก ตัวอย่างของการส่งเสริมการขาย คือ การแสดงสินค้าภายในร้าน การแสดงภาพ และการแข่งขันของผู้บริโภค

4. การประชาสัมพันธ์ เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายโดยผ่านทางสื่อสารมวลชนที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น (สมยศ นาวิการ, 2540: 384)

ธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีขนาดเล็กและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะ จึงมีวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่เหมาะสมแตกต่างกับของธุรกิจขนาดใหญ่ การโฆษณาโดยใช้สื่อโทรทัศน์ สำหรับธุรกิจขนาดย่อมอาจเป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเกินความจำเป็น แต่การใช้พนักงานขายเข้าพบลูกค้าเฉพาะรายจะได้ผลมากกว่าโดยเฉพาะกรณีที่สินค้ามีรายละเอียดมาก การส่งเสริมการขายจะได้ผลดีกว่าที่สินค้าราคาต่อหน่วยต่ำ และการประชาสัมพันธ์ร้านมักอยู่ในรูปแบบต่างๆที่ใช้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาของชุมชน (กัตัญญู หิรัญสมบุรณ์, 2545: 109)

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตมีผู้นิยามไว้หลากหลายมิติ ทั้งมิติเดียว หลายมิติ และระหว่างมิติ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเรียนรู้ ประสบการณ์และผู้ที่ให้ความหมายจะนำไปเกี่ยวข้องกับขอบเขตและความหมายในแง่ใด อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ถึงแม้จะมีขอบเขตและการนำไปใช้กับบุคคล กลุ่มบุคคล สถานที่และเวลาที่แตกต่างกันบ้าง

2.7.1 ความหมายคุณภาพชีวิต

ยูเนสโก (UNESCO) (อ้างถึงใน มัลลิกา จินาคำ 2541: 30) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตเป็น ความรู้สึกของการอยู่อย่างพึงพอใจ (มีความสุข มีความพอใจ) ต่อองค์ประกอบต่างๆของชีวิตซึ่งมีส่วนสำคัญมากที่สุดของบุคคล

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543: 57) คุณภาพชีวิต หมายถึง ชีวิตของบุคคลที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างเหมาะสม ไม่เป็นภาระและไม่ก่อให้เกิดปัญหาให้แก่สังคม เป็นชีวิตที่มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสามารถดำเนินชีวิตที่ซอซอธรรม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ค่านิยมของสังคมสามารถแก้ไขปัญหา ตลอดจนการแสวงหาสิ่งที่ตนปรารถนาให้ได้มาอย่างถูกต้อง ภายใต้อุปกรณ์และทรัพยากรที่มีอยู่

กมลกิจ ประศาสน์วุฒิ (2543: 29) กล่าวว่า คุณภาพชีวิต คือ ความเป็นอยู่ที่ดี อย่างมีความสุข ความพึงพอใจ ในช่วงเวลาหนึ่งๆซึ่งต้องไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่น โดยมีองค์ประกอบทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม เป็นหลัก

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิต คือ การดำเนินชีวิตของบุคคลที่พึงพอใจต่อองค์ประกอบของชีวิต ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ภายใต้อุปกรณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละสังคม ซึ่งความพึงพอใจที่ได้มานั้นต้องไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับสังคม

2.7.2 องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต

องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต ไม่ได้ประกอบด้วยปัจจัยเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่างๆซึ่งแต่ละองค์ประกอบย่อมมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติของบุคคล ค่านิยม และสภาพแวดล้อมของแต่ละสังคม

ยูเนสโก (UNESCO, 1981 อ้างถึงใน กมลกิจ ประศาสน์วุฒิ 2543: 30) กล่าวถึงองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต ดังนี้

1. อาหาร
2. สุขภาพอนามัยและโภชนาการ

3. การศึกษา
4. สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร
5. ที่อยู่อาศัยและการตั้งถิ่นฐาน
6. การมีงานทำ
7. ค่านิยม ศาสนา จริยธรรม กฎหมาย และปัจจัยด้านจิตวิทยา

กมลกิจ ประศาสน์วุฒิ (2543: 32) กล่าวถึง องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต โดยสรุป ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านร่างกายและสติปัญญา ได้แก่ การมีร่างกายที่สมบูรณ์ครบถ้วนสุขภาพแข็งแรง มีระดับการพัฒนาสติปัญญาเป็นปกติ สามารถคิดไตร่ตรองเหตุผลต่างๆ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้
2. องค์ประกอบด้านปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิต หมายถึง ความสามารถที่จะจัดหาสิ่งจำเป็นต่างๆ ที่จะช่วยดำรงอยู่ได้ด้วยดีตามฐานะของตน ตลอดจนสภาพสังคม เศรษฐกิจ และยุคสมัย
3. องค์ประกอบทางด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นกลไกภายในจิตใจ และร่างกายซึ่งช่วยให้มนุษย์เกิดความรู้สึกอึดอัดใจ ได้แก่ ความมีศักดิ์ศรี ความพึงพอใจ เป็นต้น
4. องค์ประกอบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การสนองความต้องการบริการทางด้านสังคมพื้นฐานที่จำเป็นทางด้านวัตถุโดยเฉพาะการให้บริการทางด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา และการคมนาคม เป็นต้น

จากองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงแบ่งองค์ประกอบคุณภาพชีวิตออกเป็น 2 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบคุณภาพชีวิตในระดับบุคคล 2) องค์ประกอบคุณภาพชีวิตในระดับสังคม ซึ่งผู้วิจัยเลือกศึกษาองค์ประกอบคุณภาพชีวิตระดับบุคคล โดยเน้นไปที่เรื่องเศรษฐกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเรื่องการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชุมชน

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง

แนวคิดชุมชนเข้มแข็งนั้นมีหลากหลายแนวคิด หลายระดับ เริ่มจากกลุ่ม องค์กรชุมชนหรือองค์กรชาวบ้าน นำมาสู่ลักษณะความร่วมมือที่หลากหลายเป็นพหุภาคีหรือเป็นประชาสังคม และท้ายสุดมีการเสนอภาคสังคมชุมชนในอุดมคติ คือ แนวคิดประชาสังคม อย่างไรก็ตามทั้ง 3 แนวคิดมีส่วนที่คล้ายคลึงกันคือ ศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง อุดมการณ์ร่วม และความร่วมมือเพื่อบ่มงูคุณภาพชีวิตที่ดี (ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์, 2543: 61)

2.8.1 ความหมายชุมชนเข้มแข็ง

ประเวศ วะสี (2541: 65) กล่าวว่า ชุมชนเข้มแข็ง คือ การที่ประชาชนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีอุดมการณ์ร่วมกัน หรือมีความเชื่อร่วมกันในบางเรื่อง มีการติดต่อสื่อสารกัน หรือมีการรวมกลุ่มกัน จะอยู่ห่างกันก็ได้ มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้กันในการทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน และมีการจัดการที่มีการรวมตัวของกลุ่มคนจนกลายเป็นชุมชนนั้น ก่อให้เกิดพลังในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งดีงามทุกอย่างทั้งในด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมือง และสุขภาพ

ศูนย์วิจัยนโยบายการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541: 14) ให้ความหมายว่า ชุมชนเข้มแข็ง คือ ความผาสุกปรองดองของสมาชิก หรือความมั่นคงยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความสามารถในการสืบสานวัฒนธรรมและวิถีชีวิตหรือมีความสามารถธำรงรักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (เอกสารอัดสำเนา: 18) ให้ความหมายว่า ชุมชนเข้มแข็ง คือ การที่ประชาชนในชุมชนต่างๆของเมืองหรือชนบทรวมตัวกันเป็น “องค์กรชุมชน” โดยมีการเรียนรู้การจัดการ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของคนในชุมชน แล้วถึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนตลอดจนมีผลกระทบต่อภายนอกชุมชนที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยจะเรียกชุมชนนี้ว่า กลุ่ม สหกรณ์ บริษัท องค์กรชาวบ้าน เครือข่าย หรืออื่นๆที่มีความหมายแสดงถึงการร่วมมือช่วยเหลือกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน และด้วยความเอื้ออาทรต่อชุมชนอื่นๆในสังคมด้วย

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ชุมชนเข้มแข็ง คือ การรวมกลุ่มกันของบุคคลที่มีความต้องการเหมือนกัน โดยผ่านการดำเนินกิจกรรมทุกด้านร่วมกัน ส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงส่งผลกระทบต่อชุมชนภายนอกให้ดีขึ้นด้วย

2.8.2 ลักษณะชุมชนเข้มแข็ง

กาญจนา แก้วเทพ (2540: 53-59 อ้างถึงใน ชีระพงษ์ แก้วหาญ 2543: 52-54) กล่าวถึงความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนว่าพิจารณาได้จาก

1. ตัวบุคคลหรือทุนมนุษย์ คือการเจริญเติบโตในเชิงปริมาณและคุณภาพขององค์กร เจริญปริมาณคือมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น และมีการสืบทอดคนรุ่นใหม่ๆเข้ามารับผิดชอบต่อช่วงภาระงาน ส่วนเชิงคุณภาพดูได้จากความรู้ความสามารถของสมาชิกและผู้นำ รวมถึงพลังสร้างสรรค์ของสมาชิกในการคิดค้นและทำกิจกรรม

2. ปริมาณและคุณภาพของกิจกรรม ผลงานหรือกิจกรรมของกลุ่มมีความต่อเนื่อง ดำเนินการอย่างเป็นเครือข่าย และขยายกิจกรรมใหม่ นอกจากนี้พิจารณาได้จากความสามารถในการจัดการกับปัญหาที่องค์กรเผชิญในภาวะวิกฤต

3. ปริมาณและคุณภาพของทุนที่เป็นวัสดุอุปกรณ์หรือสภาพแวดล้อม พิจารณาจากทุนด้านปริมาณของวัตถุที่เพิ่มมากขึ้นหรือได้มา เช่น กลุ่มสมุนไพรมีการรักษาพันธุ์พืชและป่าตามธรรมชาติ เป็นต้น ส่วนเชิงคุณภาพพิจารณาจากความยั่งยืนของทุน เช่น ระบบการบริหารจัดการที่ทำให้สามารถเพิ่มวัตถุและสภาพแวดล้อมที่เป็นทุน เป็นต้น

4. ทุนเพื่อนหรือเครือข่าย เชิงปริมาณพิจารณาจากเครือข่ายสมาชิกที่มีกว้างขวางมากขึ้น ในเชิงคุณภาพพิจารณาจากความสามารถในการจัดการกับเครือข่ายในลักษณะของความร่วมมือในการปฏิบัติ และลักษณะของอำนาจในการเจรจาต่อรอง หรือประสานงาน

5. สถานภาพขององค์กรชุมชน คือ การประเมินการยอมรับต่อองค์กรชุมชนจากกลุ่มบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องว่าให้การยอมรับในเรื่องอะไรและมากน้อยเพียงใด

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล (2544: 20) กล่าวถึงลักษณะหรือองค์ประกอบที่ทำให้องค์กรชุมชนเข้มแข็ง โดยสรุป ดังนี้

1. การมีอุดมการณ์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน อุดมการณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ยึดเหนี่ยวทิศทางของกลุ่มไว้ได้

2. การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน เป้าหมายและวัตถุประสงค์ต้องชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก จะทำให้ชุมชนมีการรวมตัวกันได้ดียิ่งขึ้น

3. การมีผลประโยชน์ร่วมกันและมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

4. สมาชิกขององค์กรชุมชนและคนทั่วไปในชุมชน กล่าวคือ มีผู้นำองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง และสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งความคิด การวางแผน การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผล

5. การบริหารจัดการ นับเป็นหัวใจสำคัญของความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ประกอบด้วยการตัดสินใจของคนในองค์กร ในเรื่องที่สำคัญๆ โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน กฎกติการ่วมกัน การสื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิก การควบคุมตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส

6. กิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรชุมชน มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการแก้ปัญหาและความต้องการของสมาชิก

7. งบประมาณการดำเนินงาน การดำเนินกิจกรรมใดๆขององค์กรชุมชนต้องระดมเงินจากภายในและภายนอกชุมชน

ผู้วิจัยจึงสรุปลักษณะชุมชนเข้มแข็ง ดังนี้

1. ด้านการรวมกลุ่ม เป็นกลุ่มที่สมาชิกมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความสามัคคีปรองดองกัน และมีการจัดการที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความยุติธรรม
2. ด้านทรัพยากรบุคคล จำนวนสมาชิกกลุ่มเพิ่มมากขึ้น และมีทักษะในการทำงานสูงขึ้น
3. ด้านทรัพยากรการผลิต สามารถจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ หรือมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น
4. ด้านกิจกรรมกลุ่ม มีการจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่องสอดคล้องกับการแก้ปัญหาและความต้องการของสมาชิก โดยสมาชิกมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมของกลุ่ม
5. ด้านกลุ่มเครือข่าย มีกลุ่มเครือข่ายในการประสานความร่วมมือ เช่น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญา เป็นคำที่ใช้กันในหมู่นักการศึกษามานานแล้ว ส่วนคำว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หรือ “ภูมิปัญญาไทย” มีผู้สนใจพูดถึงกันมากขึ้นเมื่อทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งองค์กรภาครัฐ (GO) และองค์กรภาคเอกชน (NGO) ซึ่งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้นำแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการด้วยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดของแนวคิดดังนี้

2.9.1 ความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่น

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) สามารถ จันทรสุรีย์ (2536: 146) ไพพรรณ เกียรติโชติชัย (2541: 139) และสารานุกรมเยาวชน {[http://kanchanapisek.or.th\(10/4/49\)](http://kanchanapisek.or.th(10/4/49))} ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้านไปในแนวทางเดียวกันคือ ความรู้หรือทักษะของชาวบ้านที่สั่งสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ผ่านกระบวนการสืบทอด ปรับปรุง พัฒนา และเลือกสรรเป็นอย่างดี ให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างสงบสุขหรือสามารถแก้ปัญหาการดำเนินชีวิตของตนให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ละยุคสมัย

อย่างไรก็ตามนันทสาร สีสลับ และคณะ (2542: 17-20) กล่าวเพิ่มเติมว่านอกจากภูมิปัญญาจะนำมาใช้ดำเนินชีวิตให้สงบสุขแล้ว ยังรวมถึงการสร้างผลงานอีกด้วย

นอกจากนี้สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน {<http://www.cep.go.th> (28/2/49)} ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสินทรัพย์ของประชาชนและชุมชนที่มีการสั่งสมทุนทางปัญญา ความรู้ วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ธรรมชาติของชุมชน ความสงบ วิถีชีวิต วัสดุตามธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้

เป็นพื้นฐานหรือทุนทางสังคมของชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่ได้รับการสร้างสมและสืบทอดต่อ ๆ มาเป็นสมบัติของคนในชุมชน

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ทุนทางสังคมของชุมชนที่มีการสั่งสมมาตั้งแต่อดีต ไม่ว่าจะเป็นปัญญา ความรู้ วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ธรรมชาติของชุมชน ความสงบ วิถีชีวิต วัสดุตามธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการดำเนินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนา เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างสงบสุข ตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมแต่ละยุคสมัย

2.9.2 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ {[http://www.cep.go.th\(28/2/49\)](http://www.cep.go.th(28/2/49))} ดังนี้

1. ลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.1. เกิดจากภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง หรือถ่ายทอดความรู้เดิมจากบรรพบุรุษที่มีอยู่ในท้องถิ่น

1.2. เป็นเรื่องของการเรียนรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) ของคนในชุมชน

1.3. แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ
สิ่งแวดล้อม

1.4. องค์กรหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต

1.5. เรื่องการแก้ไขปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม

1.6. แกนหลัก หรือกระบวนการทัศน์ในการมองชีวิต เป็นพื้นฐานความรู้ในเรื่องต่างๆ

1.7. มีลักษณะเฉพาะตัวและเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

1.8. มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับความสมดุล ในการพัฒนาสังคม

2. ลักษณะของภูมิปัญญาที่มีผลต่อการพัฒนา

2.1 ความรู้เดิมในเรื่องนั้นๆผสมผสานกับความรู้ใหม่

2.2 การสั่งสมหรือการสืบทอดมาจากเรื่องนั้นๆ

- 2.3 ประสบการณ์เดิมที่สามารถเทียบได้กับประสบการณ์ใหม่
- 2.4 สถานการณ์ที่ไม่มั่นคงและหาทางออกไม่ได้
- 2.5 รากฐานทางวัฒนธรรมหรือความเชื่อ

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นวัตถุประสงค์ข้อหนึ่งของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ระบุไว้ภายใต้แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือการจัดสถานอบรม/วิทยาลัยด้านการผลิต การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้บทบาทของสตรีเป็นพลังของการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) โดยมีเนื้อแท้ (Vitality) ของความเป็นตัวตนของตนเองอย่างเป็นอิสระ (คณะอำนาจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545: 6)

2.10.1 ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายและแตกต่างกันไปตามบริบทของปรากฏการณ์ ซึ่งโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้ 2 ระดับ คือ 1) ระดับมหภาค เป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนากำลังคนและการพัฒนาคุณภาพของคนทั้งประเทศ และ 2) ระดับจุลภาค เป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนากำลังคนและการพัฒนาคุณภาพของคนในหน่วยงานหรือองค์กร

เพลส (Pace,1991: 2) สมาน รังสิโยกฤษฎ์ (2544: 83) พยอม วงศ์สารศรี (2545: 166) และสมคิด บางโม (2545: 164) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ การดำเนินการส่งเสริมให้บุคคลมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงทัศนคติที่ดีในการทำงาน เพื่อให้บุคคลมีกำลังใจ รักงาน และปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จก้าวหน้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ (2540: 75) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เป็นการวางแผนการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงานและการทำงานขององค์กรโดยอาศัยโปรแกรมการฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา

อรุณ รักธรรม (2534: 5) กล่าวถึงความหมายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในความหมายกว้าง คือ เป็นกระบวนการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และความสามารถ (Capacity) ของบุคคลทั้งหมดในสังคมใดสังคมหนึ่ง

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ การดำเนินการส่งเสริมและปรับปรุงให้บุคคลเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ รวมถึงทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน โดยอาศัยโปรแกรมการ

ฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา เพื่อให้บุคคลพึงพอใจต่อการทำงาน ส่งผลให้องค์กรหรือสังคม ใดสังคมหนึ่งประสบความสำเร็จ

2.10.2 จุดมุ่งหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Cognitive หรือ Knowledge) ซึ่งเป็นพื้นฐานในการที่จะนำไปสู่ความเข้าใจเพื่อให้มีความสามารถลงมือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ตลอดจนเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตอื่นๆ เป็นจุดมุ่งหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขั้นต้น
2. เพื่อเพิ่มพูนความชำนาญหรือทักษะ (Psychomotor หรือ Skill) ให้สามารถปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งได้ หรือทำได้ถูกต้องมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. เพื่อให้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitudes) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเป็นรากฐานการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล เช่น ถ้าพนักงานมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อฝ่ายบริหารย่อมทำให้พฤติกรรมของผู้นั้นแสดงออกไปในทางที่ไม่ยอมให้ความร่วมมือกับฝ่ายบริหาร เป็นต้น

2.10.3 กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นมี 3 กระบวนการ ได้แก่ การศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งอรุณ รักรธรรม (2534: 5) ได้อธิบายข้อแตกต่างและวิธีการปฏิบัติของทั้ง 3 กระบวนการ ดังนี้

1. การฝึกอบรม เป็นการปรับพฤติกรรมให้เข้ากับงานที่ทำ โดยใช้วิธีการฝึกปฏิบัติ และการสอนแนะนำ
2. การศึกษา เป็นการเตรียมบุคคลเพื่อพัฒนาอาชีพ โดยใช้วิธีการสัมมนา และการดูงาน
3. การพัฒนา เป็นการปรับพฤติกรรมให้เข้ากับการพัฒนาองค์กร โดยใช้วิธีการเรียนรู้ อย่างเป็นระบบ การจัดโครงการแลกเปลี่ยน

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพนั้น บุคคล จะต้องผ่านกระบวนการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านการฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา เพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของแต่ละองค์กรหรือสังคม

2.11 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.11.1 บทบาทด้านการประสานงาน

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2547) ในงานวิจัยเรื่อง “พะเยาท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่น: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว” ผู้วิจัยพบว่า ผู้นำกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จจะแสดงบทบาทการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน เช่น การประสานงานกับข้าราชการในระดับอำเภอและจังหวัด จนได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การฝึกอบรม และการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2540) ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน” ศึกษาองค์กรชาวบ้านที่มีการรวมตัวกันและพัฒนาความเข้มแข็งมาอย่างยาวนานจำนวน 9 องค์กรพบว่า ผู้นำจะมีบทบาทในด้านการประสานงานกับหน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชน ได้แก่ การเจรจาต่อรองกับภายนอก การระดมทุน การบริหารและการร่วมคิดค้นกิจกรรมแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงงานวิจัยของวราพร เจริญประเสริฐ (2542) ในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาการทำงานของผู้นำท้องถิ่น กรณีศึกษากำนันสมร สุขศรี ตำบลขามเปี้ย อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี” โดยศึกษาถึงบทบาทของผู้นำในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น พบว่า ผู้นำเห็นว่าการประสานงานที่ดีประกอบด้วย การประสานคน ประสานงาน และประสานใจ เพื่อให้ทุกฝ่ายร่วมมือกัน โดยนำหลักการสื่อสารสองทาง หลักประชาธิปไตย การประสานงานทุกระดับ และการประสานในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการมาใช้ในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

อย่างไรก็ตาม สิริพงษ์ รัตนบุรี (2547) ในงานวิจัยเรื่อง “ความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: ศึกษากรณีกลุ่มดอกไม้ไผ่ไยบัว ตำบลห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” อัครพล วรรณสุทธะ (2543) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำในการเสริมสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: ศึกษากรณีเปรียบเทียบบ้านศิลารักษ์กับบ้านถิ่นสำราญ อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี” และวรางคณา วงศ์มหาชัย (2535) ในงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณี การพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิอีสาน” พบว่า นอกจากบทบาทด้านการติดต่อประสานงานกับภายนอกกลุ่มแล้ว ผู้นำกลุ่มยังต้องมีบทบาทการประสานงานภายในกลุ่มด้วย นอกจากนี้ อัครพล วรรณสุทธะ (2543: 158) ยังพบว่าผู้นำต้องใช้ความสามารถในการรวมกลุ่มชาวบ้านเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อให้ชาวบ้านมีความสมัครสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน

2.11.2 บทบาทด้านการวางแผน

บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สุดารัตน์ นิราพาธ (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับการพัฒนางานสาธารณสุขของผู้บริหารเครือข่ายบริการโรงพยาบาลภูกระดึง จังหวัดเลย” พบว่า ผู้อำนวยการโรงพยาบาลภูกระดึงใช้บทบาทด้านการวางแผนในการบริหารจัดการองค์กร โดยผู้บริหารมีการพัฒนาและปรับปรุงแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเสมอ เช่น มีการประเมินผลและติดตามผลเพื่อนำมาปรับปรุงแผนปฏิบัติการต่อไป และมีการกำหนดเป้าหมายในระดับผลผลิตและผลลัพธ์ที่ชัดเจนล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย ศรีเสนห์ (2542) ในงานวิจัยเรื่อง “ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารดีเด่น โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี” พบว่า ภาวะผู้นำที่ผู้บริหารแสดงออกมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายการทำงานและนำไปชี้แจงเพื่อให้เพื่อนร่วมงานปฏิบัติ และวางคณา วงศ์มหาชัย (2535) ในงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณี การพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิอีสาน” โดยศึกษาบทบาทของผู้นำที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการพัฒนากลุ่ม พบว่า ผู้นำแสดงบทบาทด้านการวางแผนแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการพัฒนากลุ่ม กล่าวคือ 1) ขั้นการก่อตั้งตัวของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ เป็นผู้วางแผนในการรวมกลุ่ม ร่วมกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งในโครงสร้างที่กำหนด 2) ขั้นการดำเนินการของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ เป็นผู้วางระเบียบแบบแผนดำเนินการและจัดสรรทรัพยากรบุคคลกรให้เหมาะสมกับกิจกรรม บทบาทผู้ติดตามและประเมินผล ติดตามดูแลให้การดำเนินการของกลุ่มเป็นไปตามแผนและบรรลุผลสำเร็จ บทบาทผู้ควบคุมความสัมพันธ์ในกลุ่ม ตัดสินใจโต้เถียงเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น 3) ขั้นการพัฒนาขยายการเจริญเติบโตของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ เป็นผู้ปรับปรุงระเบียบกฎเกณฑ์ และการดำเนินการของกลุ่มให้สอดคล้องกับสถานการณ์

2.11.3 บทบาทด้านการจูงใจ

บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ถาวร เกียรติทับทิว และพรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2540) ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบภาวะผู้นำในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการ : ศึกษาเฉพาะกรณี 6 กระทรวงหลักของไทย” พบว่า ในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการนั้น ผู้บังคับบัญชาหรือผู้นำควรให้บำเหน็จความชอบ ได้แก่ คำชมเชย เครื่องเชิดชูเกียรติรางวัล และการเลื่อนขั้นเงินเดือน การให้โอกาสในการไปศึกษาดูงาน ฝึกอบรม ดูงาน วิจัยในประเทศหรือต่างประเทศมากยิ่งขึ้น การให้ความสำคัญในเรื่องการได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่ง

สอดคล้องกับทฤษฎีความเสมอภาคของ James Stacy Adams ที่กล่าวว่าเมื่อผู้ได้บังคับบัญชาได้รับความเป็นธรรมเกินกว่ารางวัลที่ได้รับก็จะพยายามมากขึ้น ปราณี โรจน์วิโรจน์ (2541) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับความเป็นเลิศด้านการบริหารของผู้บริหารโรงพยาบาลทั่วไปดีเด่น กระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา” พบว่า ผู้นำใช้บทบาทการจูงใจโดยใช้วิธีการดังนี้ 1) การเสริมแรงทางบวกอย่างเหมาะสม ได้แก่ การยกย่องชมเชยต่อหน้าอย่างเปิดเผย และการให้เกียรติซึ่งกันและกัน การให้ผลตอบแทนในรูปของค่าจ้างและรางวัล การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ และเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำงาน และการให้รางวัลดีเด่น และ 2) การเสริมแรงทางลบอย่างเหมาะสม โดยผู้นำจะใช้ระบบตรวจสอบที่มีมารยาท ไม่ทำให้ผู้ที่ถูกตำหนิต่อว่า รู้สึกเสียหน้า ยึดหลักการ “ชนะ-ชนะ” ในการบริหารความขัดแย้ง สุดารัตน์ นิราพาธ (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับการพัฒนางานสาธารณสุขของผู้บริหารเครือข่ายบริการ โรงพยาบาลภูกระดึง จังหวัดเลย” พบว่า ผู้นำจูงใจผู้ได้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติตาม โดยการให้รางวัล แต่หากผู้ได้บังคับบัญชามีการต่อต้านก็จะใช้วิธีการบังคับ ซึ่งต่างจากงานวิจัยของปราณี โรจน์วิโรจน์ ที่เมื่อผู้ได้บังคับบัญชาทำผิดจะใช้การลงโทษแบบประณีประนอม

2.11.4 บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา

บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สุดารัตน์ นิราพาธ (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับการพัฒนางานสาธารณสุขของผู้บริหารเครือข่ายบริการ โรงพยาบาลภูกระดึง จังหวัดเลย” พบว่า ผู้นำใช้บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา ได้แก่ การจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้ โดยการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในหน่วยงาน ส่งผลให้การบริการด้านสุขภาพแก่ประชาชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดุษฎี โยเหลา อ้อมเดือน สดมณี และยุทธนา ไชยจุล (2545) ในงานวิจัยเรื่อง “องค์กรประชาชนและศักยภาพในการพัฒนาแรงงานภาคการเกษตรในชุมชน” พบว่า ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากลุ่ม โดยบทบาทผู้นำที่ประสบความสำเร็จที่เด่นที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการถ่ายทอด การอธิบายให้ผู้อื่นเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ วรางคณา วงศ์มหาชัย (2535) ในงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณี การพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิอีสาน” โดยศึกษาบทบาทของผู้นำที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการพัฒนากลุ่มพบว่า ผู้นำแสดงบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา กลุ่ม กล่าวคือ ขั้นการดำเนินการของกลุ่ม ผู้นำใช้บทบาทผู้ให้การศึกษา และในขั้นการพัฒนาขยายการเจริญเติบโตของกลุ่ม ผู้นำใช้บทบาทผู้ติดตามและประเมินผล ติดตามดูแลให้คำปรึกษาแนะนำแก่ในการดำเนินการของกลุ่ม และบทบาทผู้ให้การศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรในการศึกษา
2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา
3. การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ข้อจำกัดในการศึกษา

3.1 ประชากรในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรีจำนวน 2,170 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างตามสูตรของยามานะ (Yamane) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544: 127)

สูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร (2,170)

e = ความเบี่ยงเบนซึ่งกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 (0.05)

แทนค่า

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{2,170}{1 + 2,170 (0.05)^2} \\
 &= \frac{2,170}{5.43} \\
 &= 399.63
 \end{aligned}$$

ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ 400 ตัวอย่าง

3.3 การสุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ในการศึกษาบทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษา จ.ลพบุรี ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic sampling)

คัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจากบัญชีผลการคัดสรร OTOP PRODUCT CHAMPION (OPC) ระดับประเทศ ของจังหวัดลพบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 65 กลุ่ม และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนสินค้าระดับ 3-5 ดาว จำนวน 66 กลุ่ม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการกลุ่มผู้ผลิตชุมชนทั้งหมด 30 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนสินค้าระดับ 3-5 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic sampling) มาใช้ในการเลือกกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

1. กำหนดหาช่วงที่จะใช้ในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling interval) จากอัตราส่วนระหว่างจำนวนหน่วยทั้งหมดในประชากร และขนาดตัวอย่างที่ใช้ ซึ่งมีสูตรการคำนวณ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544:122) คือ

$$I = \frac{N}{n}$$

I = ช่วงที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนหน่วยทั้งหมดในประชากร (กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 = 65 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-5 ดาว = 66 กลุ่ม)

n = ขนาดตัวอย่าง (กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 = 15 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-5 ดาว = 15 กลุ่ม)

2. สุ่มหาตัวเลขตั้งต้น (Random start) ระหว่าง 1 ถึง I โดยวิธีจับสลาก สมมติว่าสุ่มได้ R หน่วยต่อไป คือ R+ ค่าของอันตรภาคชั้น(I) เช่น R, R+I, R+I+I, R+I+I+I, R+.....จะได้กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ดังนี้

ตารางที่ 3 รายชื่อกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำแนกตามระดับกลุ่มสินค้า

	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	
	กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว	กลุ่มสินค้าระดับ 3-5 ดาว
1	สหกรณ์หินอ่อนท่าดินดำ จำกัด	กลุ่มจักรสานหวาย
2	กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพ็ญ	เครื่องช่ผ้าไทยทอมือ
3	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน	กลุ่มทอผ้าบ้านยางโทน
4	ดวงตาลซิเมนต์บล็อกลูก	เครื่องช่ผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต.โลกเจริญ
5	ต้นน้ำดินไทย	กลุ่มสมุนไพรเพื่อความงาม "เฮิร์บแคร์"
6	กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านซอนสมบูรณ์	กลุ่มคาทอลิก ลุ่มน้ำบางขาม
7	กลุ่มสตรีอาสา หมู่ 10 ตำบลหินปัก (บ้านพวน)	กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา
8	กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า	ชมรมแม่บ้านกองพลธิการส่งกำลังทางอากาศ
9	กลุ่มทอผ้า หมู่ 2 มหาโพธิ์	กลุ่มจักรสานหวายบ้านท่าโจลง
10	กลุ่มทอผ้าบ้านมะกอกหวานราชานุเคราะห์	กลุ่มทอผ้าหมู่ 2 ต.บ้านทราย
11	กลุ่มเย็บผ้าห่มกันหนาว	ทอผ้าวัดวังเหนือ
12	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองทรายขาว	กลุ่มสตรีสหกรณ์ บ้านหินปัก
13	กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโพธิ์เก้าต้น	แปรรูปกระเป๋าจากผลิตภัณฑ์ผ้าไทยทอมือ
14	กลุ่มเกษตรกรทำไร่ขอนแก่น	กลุ่มแปรรูปดินสอพองสมุนไพร
15	ปลาร้าปรุงรส	กลุ่มทอผ้าไหมหมู่ 4 (แม่แก่นศรี)

ขั้นตอนที่ 2 วิธีสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

นำจำนวนสมาชิกทั้งหมด 639 คน จากกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชุมชนจำนวน 30 กลุ่มข้างต้น มาคำนวณจำนวนตัวอย่างจากจำนวนประชากรตามสัดส่วนของประชากรที่มีอยู่จริงในแต่ละชั้นภูมิ (Probability proportionate to size sampling) (สุวิมล ติรภานันท์, 2546: 190) จากตัวอย่างที่ต้องการคือ 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากจำนวนประชากร (William G. Cochran, 1977: 93 อ้างถึงใน สมฤทัย ทศานนท์, 2547: 31) ซึ่งได้จำนวนแต่ละกลุ่ม ดังนี้

$$n_h = \frac{n \times N_h}{N}$$

n_h = ขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

N_h = จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

N = จำนวนประชากรทั้งหมด (639 คน)

n = ขนาดตัวอย่างทั้งหมด (400 คน)

ตารางที่ 4 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	จำนวนสมาชิกทั้งหมด (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1	สหกรณ์หินอ่อนทำดินดำ จำกัด	3	2
2	กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพนียด	20	13
3	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน	36	23
4	ดงตาลซีเมนต์บล็อกร็อก	40	25
5	ต้นน้ำดินไทย	5	3
6	กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านซอนสมบูรณ์	37	23
7	กลุ่มสตรีอาสา หมู่ 10 ตำบลหินปัก (บ้านพวน)	20	13
8	กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า	20	13
9	กลุ่มทอผ้า หมู่ 2 มหาโพธิ์	25	16
10	กลุ่มทอผ้าบ้านมะกอกหวานราชานุเคราะห์	10	6
11	กลุ่มเย็บผ้าห่มกันหนาว	46	29
12	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองทรายขาว	10	6
13	กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโพธิ์เก้าต้น	7	4
14	กลุ่มเกษตรกรทำไร่ขอนแก่น	6	4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	จำนวนสมาชิกทั้งหมด (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
15	ปลาร้าปรุงรส	17	11
16	กลุ่มจักสานหวาย	30	19
17	เครือข่ายผ้าไทยทอมือ	11	7
18	กลุ่มทอผ้าบ้านยางโทน	59	37
19	เครือข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต.โคกเจริญ	14	9
20	กลุ่มสมุนไพรเพื่อความงาม "เฮิร์บแคร์"	40	25
21	กลุ่มคาทอลิก ลุ่มน้ำบางขาม	6	4
22	กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา	15	9
23	ชมรมแม่บ้านกองพลาธิการส่งกำลังทางอากาศ	30	19
24	กลุ่มจักสานหวายบ้านท่าโหลง	30	19
25	กลุ่มทอผ้าหมู่ 2 ต.บ้านทราย	20	13
26	ทอผ้าวิคังเหนือ	12	8
27	กลุ่มสตรีสหกรณ์ บ้านหินปัก	40	25
28	แปรรูปกระเป๋จากผลิตภัณฑ์ผ้าไทยทอมือ	15	9
29	กลุ่มแปรรูปดินสอพองสมุนไพร	7	4
30	กลุ่มทอผ้าไหมหมู่ 4 (แม่แก่นศรี)	8	5
	รวม	639	403

ขั้นตอนที่ 3 วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental selection)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปถามกับสมาชิกคนใดก็ได้ในแต่ละกลุ่ม จนครบจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีทั้งเป็นข้อคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ระดับสินค้าของกลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม จำนวนสมาชิกกลุ่ม การก่อตั้งกลุ่ม และ

รายได้กลุ่ม เป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยสอบถามข้อมูลกับผู้นำกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจำนวน 30 กลุ่ม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำกลุ่มในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่นำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 บทบาท ดังนี้

- | | | |
|--------------------------------------|---|-----|
| 1. บทบาทด้านการประสานงานจำนวน | 7 | ข้อ |
| 2. บทบาทด้านการวางแผนจำนวน | 7 | ข้อ |
| 3. บทบาทด้านการจูงใจจำนวน | 6 | ข้อ |
| 4. บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาจำนวน | 7 | ข้อ |
| 5. บทบาทด้านการตลาดจำนวน | 7 | ข้อ |

ซึ่งทุกข้อคำถามผู้วิจัยใช้มาตรประมาณค่าตามแบบของ Likert's Scale มีคะแนนสูงสุด 5 คะแนน ต่ำสุด 1 คะแนน คำถามทุกข้อเป็นคำถามเชิงบวก แบ่งการให้คะแนน ดังนี้

- | | | | |
|-------------------------|-----|---|-------|
| ระดับการกระทำมากที่สุด | ได้ | 5 | คะแนน |
| ระดับการกระทำมาก | ได้ | 4 | คะแนน |
| ระดับการกระทำปานกลาง | ได้ | 3 | คะแนน |
| ระดับการกระทำน้อย | ได้ | 2 | คะแนน |
| ระดับการกระทำน้อยที่สุด | ได้ | 1 | คะแนน |

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่นำมาใช้เป็นตัวแปรตาม โดยแบ่งคำถามตามวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ ดังนี้

1. ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล (สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้) จำนวน 4 ข้อ
2. ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม จำนวน 4 ข้อ
4. ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ จำนวน 4 ข้อ

คำถามตามวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คำถามข้อที่ 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลจำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยใช้คำถามแบบเลือกตอบว่าข้อความนั้นใช่หรือไม่ใช่ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ใช่ ได้ 1 คะแนน

ไม่ใช่ ได้ 0 คะแนน

คำถามข้อที่ 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ คำถามข้อที่ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และคำถามข้อที่ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ผู้วิจัยใช้มาตรประมาณค่าตามแบบของ Likert's Scale มีคะแนนสูงสุด 5 คะแนน ต่ำสุด 1 คะแนน คำถามทุกข้อเป็นคำถามเชิงบวก แบ่งการให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด ได้ 5 คะแนน

มาก ได้ 4 คะแนน

ปานกลาง ได้ 3 คะแนน

น้อย ได้ 2 คะแนน

น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

3.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูลจากหนังสือ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการศึกษการสร้างแบบสอบถามที่มีผู้เคยทำวิจัยมาก่อน นำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาหรือไม่

3. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรีที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาค่า Conbrach alpha ปรากฏผลดังนี้

1. บทบาทผู้นำ

1.1	บทบาทด้านการประสานงาน	.8895
1.2	บทบาทด้านการวางแผน	.8481
1.3	บทบาทด้านการจูงใจ	.7911
1.4	บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา	.8464
1.5	บทบาทด้านการตลาด	.9067

2. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	
2.1 ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	.8307
2.2 ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	.5725
2.3 ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และความกตริเริ่มสร้างสรรค์ ของกลุ่ม	.5799
2.4 ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	.5508

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามพบว่า ค่า Cronbach alpha ก่อนข้างต่ำ ใน ส่วนของคำถามด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความกตริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากร ของมนุษย์เนื่องจากผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยมีคำตอบให้เลือกตอบว่าใช่ หรือไม่ใช่ ทำให้ผู้ตอบ แบบสอบถามสับสนในการตอบแบบสอบถาม เพราะคำถามเหล่านี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น จึงไม่สามารถตอบว่าใช่หรือไม่ใช่ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนแบบสอบถามขึ้นมาใหม่ โดยมี คำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดตามมาตรฐาน ค่าของ Likert's Scale มาใช้แทน

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลทั้งจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารและแหล่งข้อมูล ประเภทบุคคล ดังนี้

1 การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ หนังสือ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงพื้นฐานในการสร้างแบบสอบถาม การสุ่มตัวอย่าง และประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

2 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช่แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปถามกับผู้นำกลุ่มในคำถามส่วนที่ 1 และถามกับสมาชิก กลุ่มในคำถามส่วนที่ 2-4

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย คอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ซึ่ง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการนำเสนอและเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งการพิสูจน์สมมติฐาน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับกลุ่มสินค้า โดยวิเคราะห์ด้วยการกระจายความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าต่ำสุด-สูงสุด โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

1.1 ตัวแปรระดับกลุ่ม (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระดับกลุ่มสินค้า นำเสนอโดยการใช้การกระจายความถี่และอัตราร้อยละ

1.2 ตัวแปรอัตราส่วน (Ratio Scale) ได้แก่ อายุ นำเสนอโดยการใช้การกระจายความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าต่ำสุด-สูงสุด

2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) แบ่งออกเป็น

2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อศึกษาว่าบทบาทผู้นำแต่ละด้าน ได้แก่ บทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และบทบาทด้านการตลาด ว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่มีผลต่อความแตกต่างในระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่

2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำทั้ง 5 ด้าน ว่ามีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางใด มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด อธิบายการแปรผันของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระได้เท่าไร และมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยดูจากค่าต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) นำมาใช้ในการอธิบายทิศทางความสัมพันธ์ และปริมาณความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม คือ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) เป็นเครื่องหมายบวก หมายความว่า ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแปรอิสระมีค่าสูงขึ้นตัวแปรตามก็จะมีค่าสูงขึ้นตามไปด้วย หรือหากมีเครื่องหมายลบก็แสดงว่า ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามสัมพันธ์กันในเชิงลบ หมายความว่า เมื่อตัวแปรอิสระมีค่าสูงขึ้นตัวแปรตามจะมีค่าน้อยลง

2) ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) นำมาใช้ในการอธิบายสัดส่วนของการผันแปรของตัวแปรตามที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระ หรือสามารถตีความหมายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละเท่าไร เช่น ถ้าค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.392 จะสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 39.2 เป็นต้น ทั้งนี้ค่า R^2 จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้ามีค่าเป็น 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งในแง่ตรรกวิทยาตัวแปรทั้งสองตัวหากมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ก็ถือว่าเป็นตัวแปรตัวเดียวกัน

3.8 ข้อจำกัดในการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีเพียงกลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาว 2 ดาว 3 ดาว และ 4 ดาวเท่านั้น โดยขาดกลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว มีจำนวนน้อยจึงไม่ได้ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาวไปรวมกับกลุ่มสินค้าระดับ 2 ดาว เพราะถ้าวิเคราะห์กลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาวเพียงกลุ่มเดียวจะทำให้ค่าทางสถิติเกิดความผันผวน เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีน้อยมาก

2. คำถามย่อยที่ใช้ในแบบสอบถามแต่ละหัวข้อคำถามมีจำนวนข้อน้อยเกินไป และเป็นคำถามนามธรรมมากไปทำให้บางครั้งผู้ตอบไม่เข้าใจคำถามต้องมีการอธิบายให้ฟังโดยละเอียดอีกครั้ง ดังนั้นควรมีการพัฒนาแบบสอบถามให้มีจำนวนข้อคำถามมากขึ้นและเป็นคำถามที่เป็นรูปธรรมมากกว่านี้ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามได้ง่ายขึ้น

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวัดความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่ไม่สามารถสะท้อนได้ว่าความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นแตกต่างกับธุรกิจที่ดำเนินการค้ากำไรโดยทั่วไปอย่างไร

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี” ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ในพื้นที่ จ.ลพบุรี ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยวิธีการสุ่มอย่างมีระบบ การสุ่มแบบชั้นภูมิ และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปถามกับสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง ได้แบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 383 ชุด เนื่องจากบางกลุ่มมีจำนวนสมาชิกลดลงทำให้จำนวนสมาชิกไม่พอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จากนั้นได้มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สำหรับชุดของคำถามที่จะนำไปใช้ในการสร้างดัชนีสำหรับบทบาทผู้นำ 5 ด้าน และความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน ที่จะนำมาใช้ในการศึกษานี้ ได้มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาค่า Cronbach alpha ปรากฏผลดังนี้

1. บทบาทผู้นำ	
1.1 บทบาทด้านการประสานงาน	.8117
1.2 บทบาทด้านการวางแผน	.8151
1.3 บทบาทด้านการจูงใจ	.8013
1.4 บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา	.8478
1.5 บทบาทด้านการตลาด	.8787
2. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	
2.1 ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	.7108
2.2 ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	.7023
2.3 ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	
ของกลุ่ม	.7990
2.4 ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	.8244

4.1 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย

4.1.1 ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ใช่แนวคิดใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในประเทศไทย แต่ได้รับต้นแบบและการถ่ายทอดแนวคิดมาจากหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product Movement) ของจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น คิดขึ้นโดยผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ นายชิราโมะทชิโมริชิโกะ ในปีพ.ศ.2522 ที่ต้องการแก้ไขปัญหาของประชาชนในจังหวัดโออิตะไม่ว่าจะเป็นรายได้ต่ำ ไม่มีงานทำ ไม่มีความพร้อมเรื่องการรักษาพยาบาล สภาพแวดล้อมไม่ดี เพราะทางภาครัฐไม่ให้ความช่วยเหลือ (ฉันทน์ หอมวิเศษวงศา, 2547: 10) โดยใช้พลังภายในจังหวัดค้นหาว่าในจังหวัดมีอะไรดีที่เป็น “จุดขาย” แล้วส่งเสริมจุดขายนั้นทำให้จังหวัดมีชื่อเสียง โดยมีแนวคิดพื้นฐานหลัก 3 ประการ คือ 1) ท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) 2) พึ่งพาตนเองและพัฒนาอย่างยั่งยืน (Self-Reliance Creativity) 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

จากแนวทางและนโยบายข้างต้นทำให้หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จ ประชากรในจังหวัดมีรายได้ประชากรต่อหัวเพิ่มขึ้นจาก 481,000 บาท ในปีพ.ศ. 2522 เป็น 1,024,000 บาท ในปีพ.ศ. 2543 และ 977,000 บาท ในปีพ.ศ. 2444 {[http://www.moc.go.th\(10/9/48\)](http://www.moc.go.th(10/9/48))} ดังนั้นแนวคิดหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดโออิตะจึงแพร่กระจายไปทั่วโลก เช่น เมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน เมืองเคคะ ประเทศมาเลเซีย เมืองหลุยเซียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน

4.1.2 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลกภายใต้หลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูมฟักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความทำทนายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

การจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นนั้นมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนในชุมชน และท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท/คน/ปี และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และให้ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ 60 สามารถสร้างความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ในปี พ.ศ.2549 {สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546: (5-3)} ภายใต้หลักปรัชญาสร้างเสริมและพัฒนาให้ท้องถิ่นมั่นคง การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในทุกกิจกรรม และกิจกรรมครอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่ โดยมียุทธศาสตร์การดำเนินการ คือ 1) เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน 2) ส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ 3) สนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 4) เพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นพลังขับเคลื่อน (ภาณี ชนธิปกรณ์ และวัชรวิ พุ่มทอง, 2546: 52)

4.1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ {สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546: (5-2)}

1. เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้
3. เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน
4. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

4.1.4 หลักการและเหตุผล (กิติ ลิ้มสกุล, 2544: 4-6)

1. การให้การสนับสนุน (Support) มากกว่าให้เงินช่วยเหลือ (Subsidy)

หลักการของขบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่างๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาด

ท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะแนวทางการเกษตรและประมง (Agricultural and Marine Product Processing Research and Guidance Center)

ในด้านการตลาด เพื่อจะเพิ่มยอดขาย อาจจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ

2. นโยบายหลัก 3 ประการ

2.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

2.2 มีเอกลักษณ์เป็นที่เลื่องชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

2.3 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

3. กิจกรรมหลัก

3.1 ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

3.2 ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยีและการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ

3.3 การสร้างบุคคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ท้องถิ่นนั้นๆ ต้องมีการเลือกเฟ้นบุคคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
4. ผลการวิเคราะห์บทบาทผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเรื่องระดับสินค้ากลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์กลุ่ม ระยะเวลาในการก่อตั้งกลุ่ม จำนวนสมาชิกกลุ่ม วิธีการก่อตั้งกลุ่ม และรายได้กลุ่ม ซึ่งแสดงไว้ในตารางที่ 5

4.2.1 ระดับกลุ่มสินค้า และประเภทสินค้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม ซึ่งแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 6 ประเภท (ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ปีพ.ศ. 2547) ดังนี้ (1) ประเภทอาหาร จำนวน 5 กลุ่ม (2) ประเภทเครื่องดื่มน้ำ จำนวน 1 กลุ่ม (3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 11 กลุ่ม (4) ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 8 กลุ่ม (5) ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก จำนวน 3 กลุ่ม และ(6) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างประเภทผ้า เครื่องแต่งกายมีจำนวนมากที่สุด

4.2.2 ระยะเวลาในการก่อตั้งกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มก่อตั้งก่อนที่จะมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ก่อตั้งก่อนปี พ.ศ. 2544 มีเพียง 9 กลุ่มเท่านั้นที่ก่อตั้งหลังโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพนียด กลุ่มเกษตรกรทำไร่ชอนสารเดช กลุ่มปลาร้าปรุงรส และกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโพธิ์เก้าต้น และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา กลุ่มทอผ้ามัดย้อมเหนือ กลุ่มแปรรูปดินสอพองสมุนไพร กลุ่มทอผ้าไหมหมี่ 4 (แม่แม่ศรี) และกลุ่มคทาอลิขิต ลุ่มน้ำบางขาม

4.2.3 จำนวนสมาชิก

เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกเมื่อเริ่มตั้งกลุ่มกับจำนวนสมาชิกปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 20 กลุ่ม จำนวนสมาชิกเท่าเดิม 5 กลุ่ม และมีเพียง 5 กลุ่มเท่านั้นที่สมาชิกลดลง ซึ่งสาเหตุที่สมาชิกเพิ่ม และลดลง มีดังนี้

สาเหตุที่สมาชิกเพิ่ม

1. ความเข้มแข็งของกลุ่ม คือ กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม มีการระดมหุ้นและมีเงินปันผลให้กับสมาชิก และมีผลงานที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน เช่น การได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรมของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น

2. ความต้องการมีอาชีพเสริมและรายได้เสริม คือ บางคนทำอาชีพหลักแต่มีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย จึงต้องการหาอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง เช่น กลุ่มจักสานหวาย ผู้นำ กล่าวว่า กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น เนื่องจากสมาชิกต้องการสานหวายเป็นอาชีพเสริมหลังการทำงาน เพื่อหารายได้เสริมให้กับครอบครัว เป็นต้น

3. การปฏิบัติตามกัน คือ เมื่อเห็นคนอื่นเข้ากลุ่มและสามารถผลิตสินค้าของกลุ่มได้ จึงอยากทำเป็นบ้าง เช่น กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา ผู้นำ กล่าวว่า สมาชิกส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากเห็นว่าสมาชิกในกลุ่มทำดอกไม้จากดินเป็นจึงอยากทำเป็นบ้างเลยเข้ามาสมัครเป็นสมาชิก

สาเหตุที่สมาชิกลด

1. จัดตั้งกลุ่มใหม่ สมาชิกแยกตัวออกไปตั้งกลุ่มใหม่ เช่น กลุ่มเครือข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต.โคกเจริญ ผู้นำ กล่าวว่า สมาชิกอยู่กันคนละหมู่บ้าน เมื่อกลุ่มเริ่มเข้มแข็งสมาชิกจึงออกไปตั้งกลุ่มกันเองในแต่ละหมู่บ้าน

2. รายได้ไม่เพียงพอ รายได้จากการเข้าร่วมกลุ่มไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เช่น กลุ่มทอผ้าบ้านมะกอกหวานราชานุเคราะห์ ผู้นำ กล่าวว่า สมาชิกมีรายได้จากการทอผ้าไม่พอจากรายจ่ายในครอบครัว จึงออกจากกลุ่มไปหางานทำข้างนอก เช่น โรงงานเย็บผ้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเห็นได้ว่ากลุ่มที่สมาชิกลดลงนั้นเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวจำนวน 1 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-5 ดาวจำนวน 4 กลุ่ม เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 นั้นเมื่อกลุ่มเริ่มดำเนินการมาได้สักระยะหนึ่ง กลุ่มเริ่มที่จะเข้มแข็งสมาชิกในกลุ่มจึงอยากแยกตัวออกไปตั้งกลุ่มกันเองในหมู่บ้านของตนเพื่อให้ประชาชนในหมู่บ้านมีอาชีพเสริม จึงทำให้สมาชิกกลุ่มลดลง

4.2.4 วิธีการจัดตั้งกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่มมี 2 วิธี ดังนี้

1. จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเอง

กลุ่มตัวอย่างจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเองไม่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกมีจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 14 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 6 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 8 กลุ่ม เห็นได้ว่ากลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว ก่อตั้งกลุ่มขึ้นมาเองน้อยกว่ากลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว

อย่างไรก็ตามมีบางกลุ่มที่จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเอง แต่ในเวลาต่อมามีบุคคลหรือหน่วยงานอื่นเข้ามาให้การสนับสนุนแบ่งออกเป็น กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว ได้แก่ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน กลุ่มต้นน้ำดินไทย และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว ได้แก่

เครือข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต.โคกเจริญ และกลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคคล ได้แก่ สมาชิกสภาจังหวัด (ส.จ.) และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ได้แก่ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวิชาการ และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

2. จัดตั้งกลุ่มจากการสนับสนุนของบุคคลหรือหน่วยงานอื่น

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลหรือหน่วยงานอื่น มีจำนวน 16 กลุ่ม แบ่งเป็น กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 9 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 7 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างได้รับการสนับสนุนจากบุคคลและหน่วยงานรัฐ โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคคล ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) และนายอำเภอ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8 สำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดลพบุรี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และกองพลธิการส่งกำลังทางอากาศ

อย่างไรก็ตามพบว่าหน่วยงานที่เข้ามาให้การสนับสนุนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนตั้งแต่เริ่มตั้งกลุ่มจนกระทั่งปัจจุบัน แต่มีเพียง 3 กลุ่มเท่านั้นที่ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การสนับสนุน ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรหนองทรายขาว (กลุ่มสินค้าระดับ 2 ดาว) กลุ่มทอผ้าวิควังเหนือ (กลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว) และกลุ่มทอผ้าบ้านยางโพน (กลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว) เนื่องจากหน่วยงานที่เคยเข้ามาให้การสนับสนุนอ้างว่าไม่มีงบประมาณ

การสนับสนุนการก่อตั้งกลุ่ม และการดำเนินการกลุ่มนั้นพบว่าบางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานแต่บางกลุ่มมีเพียงหน่วยงานเดียวที่ให้การสนับสนุน เช่น เครือข่ายผ้าไทยทอมือ ได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี การที่กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานเนื่องจากกลุ่มมีผู้นำที่เข้มแข็ง ผู้นำจะทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในการขอความช่วยเหลือ การแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสนับสนุนการทำงานกลุ่ม แต่กลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเดียวอาจเนื่องจากผู้นำไม่มีความเข้มแข็งพอในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2547) ในงานวิจัยเรื่อง “พะเยาท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่น: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว” และงานวิจัยของสมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2540) ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน” พบว่า ผู้นำกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จจะแสดงบทบาทการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน เช่น การประสานงานกับข้าราชการในระดับอำเภอและจังหวัด จนได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การฝึกอบรม และการจัดหาหน่วยสินค้าผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นต้น

สิ่งที่หน่วยงานรัฐและบุคคลให้การสนับสนุน ได้แก่ งบประมาณ อุปกรณ์ และการให้คำแนะนำปรึกษาในเรื่องการจัดตั้งกลุ่มและการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม เช่น ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน จังหวัดชลบุรีได้จัดส่งเจ้าหน้าที่มาให้ความรู้เพิ่มเติมกับสมาชิกกลุ่มจักสานหวายท่าโขลง ในเรื่องสถานตะกร้าหวาย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดชลบุรีจัดการฝึกอบรมเรื่องการทำบัญชี เป็นต้น

4.2.5 รายได้กลุ่ม

รายได้กลุ่มนับตั้งแต่เริ่มต้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น จำนวน 20 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 9 กลุ่ม กลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 11 กลุ่ม รายได้ลดลง 4 กลุ่ม เป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวทั้งหมด มีรายได้เท่าเดิม จำนวน 3 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 1 กลุ่ม กลุ่มสินค้าระดับ 3-4 จำนวน 3 กลุ่ม และอีก 3 กลุ่มไม่ตอบคำถาม

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าเมื่อก่อตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีผลทำให้รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการเปิดโอกาสให้แต่ละกลุ่มได้นำสินค้าของตนออกแสดง และวางจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆที่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จัดขึ้น ส่งผลให้สินค้าของกลุ่มเป็นที่รู้จัก และจำหน่ายได้มากขึ้น ทำให้รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น ส่วนกลุ่มที่รายได้ลดลงนั้นเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวทั้งหมด ซึ่งการที่รายได้ของกลุ่มลดลงเพราะกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว มักจะไม่ได้นำสินค้าออกแสดงและจำหน่ายในบางสถานที่ เช่น ที่เมืองทองธานีจะคัดเฉพาะสินค้าระดับ 3 ดาวขึ้นไปเท่านั้น ทำให้กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว มีช่องทางในการจำหน่ายน้อยกว่า และสินค้าเป็นที่รู้จักน้อยกว่ารายได้จึงลดลง นอกจากนี้พบว่าการที่กลุ่มมีรายได้ลดลงเพราะสมาชิกในกลุ่มเอง เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มไม่มีเวลาในการทำงาน ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าออกวางจำหน่ายได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่ม	ระดับสินค้า	ประเภทสินค้า	ระยะเวลาก่อตั้งกลุ่ม		สมาชิก		สมาชิกเพิ่ม/ลด		
	(ดาว)		เริ่มก่อตั้ง (ปีพ.ศ.)	รวม (ปี)	เริ่มตั้งกลุ่ม	ปัจจุบัน	เพิ่ม	ลด	เท่าเดิม
1. สหกรณ์หินอ่อนทำดินดำ จำกัด	2	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2542	7	48	48			/
2. กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพนียด	2	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2545	4	71	67		/	
3. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน	2	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2542	7	6	36	/		
4. ดงตาลซีเมนต์บล็อกลูก	2	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2538	11	12	12			/
5. ต้นน้ำดินไทย	2	ศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก	2542	7	4	18	/		
6. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านขอนแก่นสมบูรณ์	2	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2539	10	10	37	/		
7. กลุ่มสตรีอาสา หมู่ 10 ตำบลหินปัก (บ้านพวน)	2	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2543	6	52	75	/		
8. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า	2	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2538	11	4	20	/		
9. กลุ่มทอผ้า หมู่ 2 มหาโพธิ์	2	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2541	8	15	26	/		
10. กลุ่มทอผ้าบ้านมะกอกหวานราชานุเคราะห์	2	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2541	8	20	15	/		
11. กลุ่มเย็บผ้าห่มกันหนาว	2	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2536	13	15	23	/		
12. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองทรายขาว	2	อาหาร	2536	13	30	50	/		
13. กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโพธิ์เก้าต้น	2	อาหาร	2545	4	5	10	/		
14. กลุ่มเกษตรกรทำไร่ขอนแก่น	2	เครื่องดื่ม	2544	5	66	66			/
15. ปลาไร่ปรงรส	1	อาหาร	2544	5	17	17			/

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กลุ่ม	ระดับสินค้า	ประเภทสินค้า	ระยะเวลาก่อตั้งกลุ่ม		สมาชิก		สมาชิกเพิ่ม/ลด		
	(ดาว)		เริ่มก่อตั้ง (ปีพ.ศ.)	รวม (ปี)	เริ่มตั้งกลุ่ม	ปัจจุบัน	เพิ่ม	ลด	เท่าเดิม
16. กลุ่มจักสานหวาย	4	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2526	23	25	62	/		
17. เครื่องย่ำผ้าไทยทอมือ	4	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2535	14	25	12		/	
18. กลุ่มทอผ้าบ้านยางโทน	4	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2538	11	20	100	/		
19. เครื่องย่ำผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์2 ต.โคกเจริญ	4	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2538	11	18	13		/	
20. กลุ่มสมุนไพรเพื่อความงาม "เฮิร์บแคร์"	4	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	2542	7	5	30	/		
21. กลุ่มคาทอลิก ลุ่มน้ำบางขาม	4	อาหาร	2545	4	12	30	/		
22. กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา	3	ศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก	2546	3	8	15	/		
23. ชมรมแม่บ้านกองพลบริการส่งกำลังทางอากาศ	3	ศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก	2534	15	20	16		/	
24. กลุ่มจักสานหวายบ้านท่าโขลง	3	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2543	6	20	15		/	
25. กลุ่มทอผ้าห่ม 2 ต.บ้านทราย	3	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2543	7	15	25	/		
26. กลุ่มทอผ้าวิคังเหนือ	3	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2546	3	15	15			/
27. กลุ่มสตรีสหกรณ์ บ้านหินปัก	3	ผ้า เครื่องแต่งกาย	2531	18	35	92	/		
28. แปรรูปกระเป๋จากผลิตภัณฑ์ผ้าไทยทอมือ	3	ของใช้และของประดับตกแต่ง	2538	11	20	40	/		
29. กลุ่มแปรรูปดินสอพองสมุนไพร	3	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	2546	3	13	24	/		
30. กลุ่มทอผ้าไหมห่ม 4 (แม่แผ่นดินศรี)	3	อาหาร	2545	4	10	17	/		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กลุ่ม	การตั้งกลุ่ม		หน่วยงานหรือบุคคล	ระยะเวลา	การสนับสนุนในปัจจุบัน		รายได้กลุ่ม			
	ตัวเอง	สนับสนุน	ที่ให้การสนับสนุน	สนับสนุน (ปี)	ได้	ไม่ได้	เพิ่ม	ลด	เท่าเดิม	ไม่ตอบ
1. สหกรณ์หินอ่อนทำดินคำ จำกัด		/	สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี	7	/			/		
2. กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพนียด		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	-	/					/
3. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน	/		-	-	-	-		/		
4. ดงตาลซีเมนต์บล็อกลอก	/		-	-	-	-	/			
5. ต้นน้ำดินไทย	/		-	-	-	-	/			
6. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านซอนสมบูรณ์		/	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล	10	/		/			
7. กลุ่มสตรีอาสา หมู่ 10 ตำบลหินปัก (บ้านพวน)	/		-	-	-	-	/			
8. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	10	/				/	
9. กลุ่มทอผ้า หมู่ 2 มหาโพธิ์	/		-	-	-	-	/			
10. กลุ่มทอผ้าบ้านมะกอกหวานราชานุเคราะห์		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงาน สหกรณ์จังหวัดลพบุรี ศูนย์ส่งเสริม อุตสาหกรรม ภาคที่ 8	8	/		/			
11. กลุ่มเย็บผ้าห่มกันหนาว	/		-	-	-	-	/			
12. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองทรายขาว		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	10		/		/		
13. กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโพธิ์เก้าต้น		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	4	/		/			
14. กลุ่มเกษตรกรทำไร่ขอนแก่น		/	สำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี	5	/		/			
15. ปลายี่งอประมง		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.)	5	/			/		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กลุ่ม	การตั้งกลุ่ม		หน่วยงานหรือบุคคล ที่ให้การสนับสนุน	ระยะเวลา สนับสนุน (ปี)	การสนับสนุนในปัจจุบัน		รายได้กลุ่ม			
	ตั้งเอง	สนับสนุน			ได้	ไม่ได้	เพิ่ม	ลด	เท่าเดิม	ไม่ตอบ
16. กลุ่มจักสานหวาย		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	13	/		/			
17. เครื่องข่ายผ้าไทยทอมือ		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8	14	/		/			
18. กลุ่มทอผ้าบ้านยางโทน		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	10		/	/			
19. เครื่องข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต. โกกเจริญ	/		-	-	-	-	/			
20. กลุ่มสมุนไพรเพื่อความงาม "เฮิร์บแคร์"		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	7	/		/			
21. กลุ่มคาทอลิก ลุ่มน้ำบางขาม	/		-	-	-	-	/			
22. กลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา	/		-	-	-	-	/			
23. ชมรมแม่บ้านกองพลธิการส่งกำลังทางอากาศ		/	กองพลธิการส่งกำลังทางอากาศ	15	/		/			
24. กลุ่มจักสานหวายบ้านท่าโจลง		/	นายอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน	6	/				/	
25. กลุ่มทอผ้าหมู่ 2 ต.บ้านทราย	/		-	-	-	-				/
26. กลุ่มทอผ้าวิคังเหนือ		/	สำนักงานพัฒนาชุมชน	2		/			/	
27. กลุ่มสตรีสหกรณ์ บ้านหินปัก	/		-	-	-	-				/
28. แปรรูปกระเปาะจากผลิตภัณฑ์ผ้าไทยทอมือ	/		-	-	-	-	/			
29. กลุ่มแปรรูปดินสอพองสมุนไพร	/		-	-	-	-	/			
30. กลุ่มทอผ้าไหมหมู่ 4 (แม่แก่นศรี)	/		-	-	-	-	/			

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันตามระดับของตัวแปรคือ ตัวแปรระดับกลุ่ม (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา นำเสนอโดยการใช้อัตราร้อยละและอัตราร้อยละ และตัวแปรอัตราส่วน (Ratio Scale) ได้แก่ อายุ นำเสนอโดยการใช้อัตราร้อยละ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าต่ำสุด-ค่าสูงสุด (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 การกระจายความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าต่ำสุด-สูงสุดของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	41	10.7
หญิง	342	89.3
รวม	383	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 40 ปี	94	24.5
40-44 ปี	59	15.4
45-49 ปี	62	16.2
50-54 ปี	45	11.7
55-59 ปี	68	17.8
60 ปีขึ้นไป	55	14.4
รวม	383	100.0
ค่าเฉลี่ย (Mean) = 47.54	ค่ามัธยฐาน (Median) = 47.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 11.43	ค่าต่ำสุด = 18 ค่าสูงสุด = 74	

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	8	2.1
ต่ำกว่าประถมศึกษา	124	32.4
ประถมศึกษา	126	32.9
มัธยมศึกษาตอนต้น	56	14.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	44	11.5
สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	25	6.5
รวม	383	100.0

สถิติจากตารางที่ 6 แสดงคุณลักษณะทั่วไปของประชากร ประชากรที่ตกเป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 89.3) ทั้งนี้เนื่องจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้บทบาทของสตรีเป็นพลังของการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (คณะอำนาจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545: 6) จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ย 48 ปี นอกจากนี้ประชากรที่ตกเป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 32.9) เนื่องจากประชากรที่จบการศึกษาในระดับสูงจะออกไปทำงานนอกบ้านจึงไม่มีเวลาหรือไม่สนใจในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีเพียง ร้อยละ 6.5 เท่านั้น

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่างในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์จำนวนสมาชิกในแต่ละระดับกลุ่มสินค้า ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอโดยใช้การกระจายความถี่ และอัตราร้อยละ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การกระจายความถี่ ร้อยละ ของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับกลุ่มสินค้า

ระดับกลุ่มสินค้า	จำนวนสมาชิก	ร้อยละ
1 ดาว	11	2.9
2 ดาว	167	43.6
3 ดาว	104	27.2
4 ดาว	101	26.4
รวม	383	100.0

สถิติจากตารางที่ 7 แสดงว่าสมาชิกกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 2 ดาว มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 43.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว กลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว และกลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาว คือ ร้อยละ 27.2 26.4 และ 2.9 ตามลำดับ จะสังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาวมีจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่างน้อยมากซึ่งหากนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะทำให้เกิดความผันผวนของข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึง ได้รวมสมาชิกกลุ่มตัวอย่างสินค้าระดับ 1 ดาว และ 2 ดาว ไว้รวมกัน และแยกกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวจากกันเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ส่วนกลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว ไม่พบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

4.5 ผลการวิเคราะห์การแสดงผลการดำเนินงานผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลการแสดงผลการดำเนินงานผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยในการนำเสนอข้อมูลการแสดงผลการดำเนินงานผู้นำในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการวิเคราะห์ว่าการแสดงผลการดำเนินงานผู้นำด้านใดที่มีความแตกต่างกันในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คะแนนเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวดังที่นำเสนอไว้ในตารางที่ 8 สามารถแสดงให้เห็นว่าผู้นำในแต่ละระดับกลุ่มสินค้ามีการแสดงผลการดำเนินงานผู้นำโดยคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไร และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่

ตารางที่ 8 การแสดงคะแนนเฉลี่ยของการแสดงบทบาทผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

บทบาทผู้นำ	ระดับผู้นำกลุ่มสินค้า (ดาว)			คะแนนเฉลี่ย	สถิติทดสอบ
	1-2 ดาว	3 ดาว	4 ดาว		
บทบาทด้านการประสานงาน	27.08	27.42	27.67	27.33	F = 1.107
บทบาทด้านการวางแผน	26.49	26.81	27.54	26.85	F = 3.262*
บทบาทด้านการจูงใจ	22.75	23.73	23.40	23.19	F = 3.7*
บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา	26.47	26.91	27.82	26.95	F = 3.55*
บทบาทด้านการตลาด	25.96	25.13	27.83	26.22	F = 11.083*

หมายเหตุ * = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

4.5.1 บทบาทผู้นำด้านการประสานงานกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากตารางที่ 8 พบว่า การแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานโดยคะแนนเฉลี่ยพบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว แสดงบทบาทด้านการประสานงานสูงสุด และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว แสดงบทบาทด้านการประสานงานต่ำสุด อย่างไรก็ตามการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานซึ่งวัดโดยการใช้คะแนนเฉลี่ยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว 3 ดาว และ 4 ดาว เท่ากับ 27.08 27.42 และ 27.67 ตามลำดับ เนื่องจากบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน เป็นบทบาทที่ผู้นำทุกระดับกลุ่มสินค้าต้องแสดงในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์กลุ่มให้กับสมาชิก ทราบ เพื่อสมาชิกจะได้เข้าใจวัตถุประสงค์กลุ่ม สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง หากไม่มีการชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์กลุ่มสมาชิกก็จะไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้ และกลุ่มก็จะไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้อีก และในการประสานงานกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนไม่ว่าจะเป็นการประชุมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิด การติดต่อขอความช่วยเหลือ บทบาทเหล่านี้โดยส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของผู้นำที่จะต้องเป็นผู้ออกไปประสานงานเองอยู่แล้ว ดังนั้นการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานจึงไม่มีผลต่อความแตกต่างในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้า

4.5.2 บทบาทผู้นำด้านการวางแผนกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 8 พบว่า การแสดงบทบาทผู้นำด้านการวางแผนในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแสดงบทบาทผู้นำด้านการวางแผนซึ่งวัดโดยใช้คะแนนเฉลี่ยพบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว แสดงบทบาทด้านการวางแผนสูงสุด และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว แสดงบทบาทด้านการวางแผนต่ำสุด เนื่องจากผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาวมีการวางแผนงานที่แตกต่างออกไปจากผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว กล่าวคือ ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาวจะมีแผนการทำงานที่เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป เช่น กลุ่มเครือข่ายผ้าไทยทอมือ ผู้นำกลุ่มกล่าวว่า กลุ่มเริ่มปรับเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ในการทอผ้า จากการย้อมด้วยสีสังเคราะห์มาเป็นสีที่ได้จากธรรมชาติ เนื่องจากคนส่วนใหญ่หันมานิยมใช้วัสดุจากธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดกลับมาสูงขึ้นเหมือนเดิม ซึ่งต่างจากกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว ไม่มีแผนการทำงานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองทรายขาว และกลุ่มปลาไร่ ประจวบพบว่า กลุ่มยังคงผลิตสินค้าในรูปแบบเดิมต่อไปไม่มีการพัฒนาสินค้าของกลุ่ม แม้ว่ารายได้ของกลุ่มจะลดลง

นอกจากนี้การประเมินผลการดำเนินงานก็มีส่วนสำคัญต่อบทบาทผู้นำด้านการวางแผน เพราะหากผู้นำกลุ่มมีการประเมินผลการดำเนินงานอยู่ตลอดแล้วก็สามารถนำข้อดีและข้อเสียของแผนงานมาปรับปรุงให้การทำงานมีประสิทธิภาพขึ้นได้ ดังนั้นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว ควรจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงาน แล้วนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้ากลุ่ม เพื่อกลุ่มจะได้ยกระดับสินค้าจากรดับ 1-2 ดาว ไปเป็นสินค้าระดับ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาวได้ตามลำดับ

4.5.3 บทบาทผู้นำด้านการจูงใจกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 8 พบว่า การแสดงบทบาทผู้นำด้านการจูงใจในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแสดงบทบาทผู้นำด้านการจูงใจซึ่งวัดโดยใช้คะแนนเฉลี่ยพบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว แสดงบทบาทด้านการจูงใจสูงสุด และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว แสดงบทบาทด้านการจูงใจต่ำสุด อย่างไรก็ตามการแสดงบทบาทผู้นำด้านการจูงใจโดยคะแนนเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากระหว่างกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว และ 4 ดาว กล่าวคือ 23.73 และ 23.40 ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว และ 4 ดาว ผู้นำกลุ่มเป็นผู้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน ให้แก่สมาชิกไม่ว่าจะเป็นวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร เงินทุน และสวัสดิการต่างๆ เช่น กลุ่มสมุนไพรเพื่อความงาม “เฮิร์บแคร์” และกลุ่มเครือข่ายผ้าไทยทอมือ ผู้นำกลุ่มมอบที่ดินของตนเพื่อใช้เป็น

ศูนย์กลางการทำงานของสมาชิก รวมถึงการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ มาให้สมาชิกในการทำงานด้วย ต่างจากกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว ที่ผู้นำไม่ได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก กล่าวคือเมื่อสมาชิกขาดอุปกรณ์ หรือไม่มีสถานที่ในการทำงาน สมาชิกก็จะเกิดความท้อแท้และไม่อยากทำงาน ซึ่งหากกลุ่มจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกจะทำให้สมาชิกทำงานได้อย่างราบรื่นไม่มีอุปสรรคปัญหา สมาชิกก็จะทุ่มเทร่างกายและแรงใจในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้ผลงานที่ผลิตออกมามีคุณภาพมากขึ้น และสามารถพัฒนาสินค้าจากระดับ 1-2 ดาวไปเป็นสินค้าระดับ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว ได้ตามลำดับ

4.5.4 บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษากับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากตารางที่ 8 พบว่า การแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาซึ่งวัดโดยใช้คะแนนเฉลี่ยพบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว แสดงบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาสูงสุด และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว แสดงบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาดำสุด เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว และ 4 ดาว ประธานเป็นผู้กระตุ้นสมาชิกให้ได้เข้ารับการอบรมการพัฒนาทักษะการทำงาน และเป็นผู้สอนงานสมาชิกด้วยตนเอง เช่น กลุ่มจักสานหวายผู้นำจะเป็นผู้ให้ความรู้กับสมาชิกในการจักสาน และเป็นผู้จัดหาบุคลากรที่เชี่ยวชาญในการสานหวายมาเป็นผู้ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะฝีมือให้กับสมาชิกกลุ่มด้วย สำหรับกลุ่มสตรีโพนทองพัฒนา ผู้นำกลุ่มเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการปั้นดินญี่ปุ่นเป็นอย่างดี จึงนำความรู้นั้นมาสอนให้กับสมาชิกโดยเริ่มจากขั้นตอนที่ง่าย เช่น การทำกลีบดอกไม้ การทำใบ เป็นต้น และเมื่อสมาชิกมีความชำนาญผู้นำก็จะฝึกขั้นตอนที่ยากขึ้นต่อไปจนกระทั่งสมาชิกสามารถผลิตดอกไม้ออกจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้ แต่กลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวนั้นผู้นำจะไม่สอนแนะนำการทำงานให้กับสมาชิก โดยสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานการทำงานอยู่บ้างแล้ว แต่ยังไม่มีความรู้ที่นำมาพัฒนาสินค้ากลุ่ม มีแต่ผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบเดิมที่เคยผลิต เช่น กลุ่มแกะสลักหินบ้านเพนียด ผู้นำแนะนำให้สมาชิกผลิตตุ๊กตาหินขนาดเล็ก แต่ผู้นำไม่แนะนำวิธีการผลิตหรือส่งเสริมให้สมาชิกได้รับการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญ สมาชิกจึงทำไม่เป็น การพัฒนาสินค้าจึงไม่เกิดขึ้น แต่หากผู้นำสอนงานหรือส่งเสริมให้สมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมแล้วสมาชิกก็จะได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานที่ดีขึ้น สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพและยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับมานั้นเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนด้วย สามารถเปลี่ยนสินค้าจากระดับ 1-2 ดาวไปเป็นสินค้าระดับ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว ได้ตามลำดับ

4.5.5 บทบาทผู้นำด้านการตลาดกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากตารางที่ 8 พบว่า การแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดซึ่งวัดโดยใช้คะแนนเฉลี่ยพบว่า ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว แสดงบทบาทด้านการตลาดสูงสุด คือ 27.83 และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว แสดงบทบาทด้านการตลาดต่ำสุด อย่างไรก็ตามการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดโดยคะแนนเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากระหว่างกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว และ 3 ดาว กล่าวคือ 25.96 และ 25.13 ตามลำดับ เห็นได้ว่าผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาวแสดงบทบาทด้านการตลาดสูงสุดและแตกต่างจากกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว และ 3 ดาวอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว ผู้นำได้นำกลยุทธ์ด้านการตลาดทั้งกลยุทธ์การหาเป้าหมายการตลาด และกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดมาใช้ในการบริหารงานด้านการตลาด เช่น กลุ่มเครือข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต.โคกเจริญ ผู้นำกลุ่มกล่าวว่า ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยการยึดด้วยวิถีธรรมชาติ และการปรับปรุงลายผ้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น ลายดอกทานตะวัน ลายพระปรารักษ์สามยอด เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาวยังมีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากกว่ากลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดโดยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 ถึงปี พ.ศ. 2549 ณ.ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานีจะคัดแต่สินค้าระดับ 3-5 ดาวออกจำหน่ายเท่านั้น จึงทำให้ยอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น เห็นได้จากรายได้กลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว (ตารางที่ 5) ไม่มีกลุ่มตัวอย่างหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กลุ่มใดมีรายได้ลดลง แต่กลุ่มสินค้าระดับ 1 - 2 ดาว มีถึง 4 กลุ่มที่รายได้ลดลง เนื่องจากกลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว ประชาชนมีการพัฒนาสินค้ากลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวควรพัฒนาสินค้าของตนโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเพื่อนำมาปรับเปลี่ยนและพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า จะทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาสินค้าจากระดับ 1-2 ดาวไปเป็นสินค้าระดับ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว ได้ตามลำดับ

4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนา โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำ (ตัวแปรอิสระ) กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ตัวแปรตาม) ว่ามีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางใด มีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ และทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ บทบาทผู้นำ 5 ด้าน ประกอบด้วย บทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และบทบาทด้านการตลาด

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ได้แก่ การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ชุมชน 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายดังที่นำเสนอไว้ในตารางที่ 9-13 จะสามารถทดสอบสมมติฐานได้ 5 ข้อ ดังนี้

1. บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษามีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาจากตารางที่ 9 ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน พบว่า

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.0657 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อศึกษาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) พบว่าบทบาทผู้นำด้านการประสานงานสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้ร้อยละ 5.6 ($R^2 = 0.056$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานไม่ว่าจะเป็นการกระตุ้นสมาชิกให้ร่วมมือกันในการทำงาน การขอความช่วยเหลือสนับสนุนหรือการแลกเปลี่ยนความรู้แนวความคิดกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชน ทำให้สมาชิกกลุ่มมีความสามัคคีกันในการทำงาน มีการพัฒนาทักษะการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนาวัสดุอุปกรณ์และเทคนิคการผลิตให้มีประสิทธิภาพได้อีกด้วย ผลที่ตามมานอกจากจะได้สมาชิกที่มีความสามารถเพิ่มขึ้นแล้ว สินค้าของกลุ่มก็จะได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพตามไปด้วย และเมื่อสินค้าของกลุ่มมีคุณภาพก็จะเป็นที่ต้องการของตลาด สามารถออกจำหน่ายได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีหนี้สินลดลง

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้ร้อยละ 32.6 ($R^2 = 0.326$) และบทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.408 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน โดยการกระตุ้นสมาชิกให้ร่วมมือกันในการทำงาน จะทำให้สมาชิกมีความสามัคคีปรองดองร่วมมือกันเป็นอย่างดีในการกำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน แนวทางการแก้ไขปัญหา การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผลการทำงานของกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของอัครพล วรรณสุทธะ (2543: 158) ที่กล่าวถึงบทบาทผู้นำการประสานงานภายในกลุ่มว่า ผู้นำต้องใช้ความสามารถในการรวมกลุ่ม

ชาวบ้านเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน จะทำให้ชาวบ้านมีความสมัครสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานโดยขอความช่วยเหลือสนับสนุนกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มเช่นกัน เพราะเมื่อผู้นำประสานงานไปทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานเหล่านั้นก็จะให้การสนับสนุนตามหน้าที่และกำลังความสามารถของแต่ละหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ หรือเจ้าหน้าที่มาให้คำแนะนำในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ส่งผลให้กลุ่มได้รับการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.305 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และบทบาทผู้นำด้านการประสานงานสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มได้ร้อยละ 11.9 ($R^2 = 0.119$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานโดยการขอความช่วยเหลือสนับสนุนกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง จะทำให้กลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ และคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสมาชิกสามารถนำเงินทุนและความรู้ที่ได้รับจากหน่วยงานเหล่านั้นมาพัฒนาวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีใหม่ๆในการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้ เช่น กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้รับการสนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8 ในการนำความรู้เรื่องเตาเผาแนะนำ ทำให้กลุ่มสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และสามารถผลิตได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นด้วย

บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.479 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้ร้อยละ 36.3 ($R^2 = 0.363$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการประสานงานโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิดกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชน สมาชิกจะได้รับการฝึกอบรมทักษะการทำงาน ได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์จากการเข้าร่วมสัมมนา ดูงาน จะทำให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพตามไปด้วย

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าบทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มากกว่าความสำเร็จในด้านอื่น ($b = 0.479$) และอธิบายความสำเร็จในการ

พัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้มากที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 36.3) ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน เป็นการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยตรง กล่าวคือ ผู้นำจะทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชน ในการขอความช่วยเหลือ การแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิดและการเรียนรู้ ทำให้สมาชิกได้รับการฝึกอบรมและเข้าร่วมการสัมมนาจากหน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุน สมาชิกกลุ่มจึงได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2547) ในงานวิจัยเรื่อง “พะเยาท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่น: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว” ผู้วิจัยพบว่า ผู้นำกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จจะแสดงบทบาทการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชน เช่น การประสานงานกับข้าราชการในระดับอำเภอและจังหวัด จนได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การฝึกอบรม เป็นต้น

อย่างไรก็ตามบทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลน้อยที่สุด ($b = 0.0657$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้น้อยที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 5.6)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
 จำแนกตามบทบาทด้านการประสานงาน

ผลสำเร็จการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	a	b	t	R ²	n	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	1.749	0.0657	4.771*	0.056	383	✓
เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	3.640	0.408	13.574*	0.326	383	✓
ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	5.947	0.305	7.159*	0.119	383	✓
ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	2.332	0.479	14.720*	0.363	383	✓

หมายเหตุ a = ค่าคงที่ b = สัมประสิทธิ์การถดถอย
 t = สถิติการทดสอบแบบที R² = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
 n = ขนาดตัวอย่าง ✓ = ทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
 * = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

2. ผลการศึกษาจากตารางที่ 10 ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำด้านการวางแผน

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการวางแผน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.0572 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้ร้อยละ 4.5 ($R^2 = 0.045$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการวางแผน โดยกำหนดวัตถุประสงค์กลุ่มและเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน การวางแผนงานที่คำนึงถึงสถานการณ์ภายนอก และการมีแผนงานที่ยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ ทำให้กลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนแผนการทำงานได้ตามสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพราะหากกลุ่มขาดแคลนทรัพยากรในการผลิตสินค้า กลุ่มก็อาจต้องสูญเสียลูกค้าไปเนื่องจากไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่หากกลุ่มมีการวางแผนงานโดยกำหนดเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน และสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ กลุ่มก็สามารถจัดการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถผลิตสินค้าออกจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาด สมาชิกกลุ่มจึงมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีหนี้สินลดลง

บทบาทผู้นำด้านการวางแผนงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.423 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้ร้อยละ 36.9 ($R^2 = 0.369$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการวางแผน โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มได้ร่วมมือกันในการวางแผนงานของกลุ่มในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มวางแผนการทำงาน การดำเนินการตามแผน และการประเมินผลแผนการทำงาน นอกจากนี้การแสดงผลบทบาทผู้นำด้านการวางแผนโดยการกำหนด

วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการทำงาน การวางแผนงานที่คำนึงถึงสถานการณ์ภายนอก และการมีแผนงานที่ยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ มีความสัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นให้คงอยู่หรือมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น เพราะการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้หากไม่มีการวางแผนที่ดีในอนาคตทรัพยากรเหล่านั้นก็จะหมดไป จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดูแลและควบคุมทรัพยากรเหล่านั้นให้คงอยู่กับกลุ่มได้นานที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของชูศักดิ์ เศษเกรียงไกรกุล และนิพัทธ์ คณะวรรณ (2545: 89) ที่กล่าวว่า การที่จะประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องกำหนดขอบเขตการแข่งขัน และทิศทางที่จะไปให้ถึงในอนาคตให้ชัดเจนก่อน เพื่อจะได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักและเป็นหน้าที่แรกๆ ที่ผู้นำต้องคิดและกระทำก่อนที่จะมีการดำเนินงานใดๆ

บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.389 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มได้ร้อยละ 20.3 ($R^2 = 0.203$) เนื่องจากการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์นั้น ผู้นำจะต้องวางแผนการทำงานว่ากลุ่มของตนจะนำทรัพยากรอะไรและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านใดมาใช้ในการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.464 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้ร้อยละ 36 ($R^2 = 0.360$) เนื่องจากการส่งเสริมสมาชิกเข้ารับการฝึกฝนทักษะ หรือเข้าร่วมสัมมนาคุณงาน ผู้นำต้องใช้บทบาทด้านการวางแผน โดยการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการทำงานให้ชัดเจน เพื่อวางแผนในการจัดสรรงบประมาณ จัดสรรเวลา จัดสรรสมาชิก และพิจารณาหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนที่จะส่งเสริมสมาชิกเข้ารับการอบรมหรือสัมมนา เพื่อให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มและเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มมากที่สุด และสามารถนำความรู้ที่ได้รับมานั้นมาพัฒนากลุ่มให้ประสบผลสำเร็จต่อไป

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าบทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มากที่สุด ($b = 0.464$) อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันกับ

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ($b = 0.423$)

นอกจากนี้บทบาทผู้นำด้านการวางแผนยังสามารถอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้มากที่สุด (ร้อยละ 36.9) เนื่องจากบทบาทผู้นำด้านการวางแผนส่งเสริมโดยตรงต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ กล่าวคือ การกำหนดแผนการทำงานที่ชัดเจนโดยเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงาน ทำให้สมาชิกเกิดความสามัคคีร่วมมือร่วมใจกันในการวางแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน แนวทางแก้ไขปัญหา การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผลงานของกลุ่ม นอกจากนี้การวางแผนงานที่ปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ภายนอก ทำให้กลุ่มสามารถจัดการกับทรัพยากรที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าได้อย่างเพียงพอกับความต้องการ และสามารถรักษาทรัพยากรเหล่านั้นให้คงอยู่หรือมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นได้ รวมถึงสามารถกำหนดแนวทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความช่วยเหลือกับหน่วยงานภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มจึงมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ในที่สุด

อย่างไรก็ตามบทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลน้อยที่สุด ($b = 0.0572$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้น้อยที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 4.5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
 จำแนกตามบทบาทด้านการวางแผน

ผลสำเร็จการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	a	b	t	R ²	n	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	2.007	0.0572	4.234*	0.045	383	✓
เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	3.427	0.423	14.911*	0.369	383	✓
ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	3.840	0.389	9.838*	0.203	383	✓
ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	2.920	0.464	14.637*	0.360	383	✓

หมายเหตุ a = ค่าคงที่ b = สัมประสิทธิ์การถดถอย
 t = สถิติการทดสอบแบบที R² = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
 n = ขนาดตัวอย่าง ✓ = ทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
 * = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

3. ผลการศึกษาจากตารางที่ 11 ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำด้านการจูงใจ

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการจูงใจ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.0453 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้ร้อยละ 2.4 ($R^2 = 0.024$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการจูงใจ โดยการชมเชยสมาชิกที่ปฏิบัติงานได้ผล การให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อสมาชิกทำงานผิดพลาด การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานให้แก่สมาชิก และการปฏิบัติต่อสมาชิกด้วยความเสมอภาคและยุติธรรม บทบาทเหล่านี้เป็นการเสริมแรงทางบวกและทางลบที่เหมาะสม สามารถกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และกำลังความคิดในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ ทำให้สมาชิกกลุ่มมีความเข้มแข็งสามัคคีปรองดองกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานทุกด้าน ผลงานของกลุ่มที่ผลิตออกมาก็มีคุณภาพตามไปด้วย เมื่อผลงานมีคุณภาพสินค้าก็จะเป็นที่ต้องการของตลาดสามารถจำหน่ายได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีหนี้สินลดลง

บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.398 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้ร้อยละ 27.5 ($R^2 = 0.275$) เพราะเมื่อสมาชิกรู้สึกว่าคุณไม่ได้รับความยุติธรรมสมาชิกก็จะไม่อยากทำงานเกิดความท้อแท้ แต่ในทางตรงกันข้ามหากสมาชิกรู้สึกว่าคุณได้รับการปฏิบัติจากผู้นำด้วยความยุติธรรมและมีความเสมอภาคกัน สมาชิกก็จะไม่เกิดการต่อต้านการทำงาน แต่จะทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้สมาชิกมีความสามัคคีปรองดองช่วยเหลือกันในการทำงานเพราะสมาชิกจะไม่เกิดความรู้สึกแตกแยกว่าคุณไม่ได้รับการปฏิบัติดังเช่นสมาชิกคนอื่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี

ความเสมอภาคที่กล่าวว่า การทำงานของบุคคลมีอิทธิพลจากปัจจัยในระบบการทำงานที่บุคคลรับรู้ และเกิดความรู้สึกเปรียบเทียบผลตอบแทนที่บุคคลต่างๆ ได้รับ ผลที่ได้จะออกมาเป็น 3 ประการคือ 1) สถานะที่เป็นธรรมชาติที่ตามมาคือจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม 2) ความไม่เป็นธรรมชาติโดยผู้ปฏิบัติงานที่เปรียบเทียบเสียเปรียบ ผลที่ตามมาคือลดความพยายามลง เรียกร้องค่าจ้างเพิ่มขึ้น และ 3) ความไม่เป็นธรรมชาติโดยผู้ที่เปรียบเทียบได้เปรียบ ผลที่ตามมาคือบุคคลรู้สึกได้รับความเป็นธรรมเกินกว่ารางวัลที่ได้รับก็จะพยายามมากขึ้น

บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.360 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มได้ร้อยละ 14.6 ($R^2 = 0.146$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการจูงใจโดยการจัดหาเงินทุน สวัสดิการ และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็น สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรให้กับกลุ่มนั้น สมาชิกสามารถนำเงินทุนและวัสดุอุปกรณ์เหล่านั้นมาใช้ในการปรับปรุงอุปกรณ์และเทคนิควิธีการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตที่ได้นั้นมีคุณภาพและมีปริมาณเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของปราณี โรจน์วิโรจน์ (2541) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับความเป็นเลิศด้านการบริหารของผู้บริหารโรงพยาบาลทั่วไปดีเด่น กระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา” พบว่า ผู้อำนวยการโรงพยาบาลทั่วไปดีเด่น ใช้บทบาทการจูงใจโดยใช้วิธีการเสริมแรงทางบวกอย่างเหมาะสม ได้แก่ การเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำงานให้กับสมาชิกกลุ่ม ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จในที่สุด

บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.528 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้ร้อยละ 39.2 ($R^2 = 0.392$) เนื่องจากการที่สมาชิกได้รับการจูงใจทางบวกที่เหมาะสม คือ คำยกย่อง คำชมเชย และการจูงใจทางลบที่เหมาะสม คือ การให้กำลังใจและคำแนะนำจากผู้นำ จะทำให้สมาชิกมีกำลังใจ รักงาน และปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าบทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มากกว่าความสำเร็จในด้านอื่น ($b = 0.528$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้มากที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ

39.2) เนื่องจากการจูงใจทางบวกที่เหมาะสม ได้แก่ การที่ผู้นำชมเชยสมาชิกที่ปฏิบัติงานได้ผล และการจูงใจทางลบที่เหมาะสม ได้แก่ การให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อสมาชิกทำงานผิดพลาด และการปฏิบัติต่อสมาชิกด้วยความเสมอภาคบทบาทเหล่านี้ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์โดยตรง เพราะทำให้สมาชิกกลุ่มมีกำลังใจ รักงาน และปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของถาวร เกียรติทับทิว และพรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2540) ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบภาวะผู้นำในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการ: ศึกษาเฉพาะกรณี 6 กระทรวงหลักของไทย” พบว่าในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการนั้น ผู้บังคับบัญชาหรือผู้นำควรให้ความสำคัญ ได้แก่ คำชมเชย เครื่องเชิดชูเกียรติรางวัล และการเลื่อนขั้นเงินเดือน การให้โอกาสในการไปศึกษาดูงาน ฝึกอบรม ดูงาน วิจัยในประเทศหรือต่างประเทศมากยิ่งขึ้น และปราณี โรจน์วิโรจน์ (2541) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับความเป็นเลิศด้านการบริหารของผู้บริหารโรงพยาบาลทั่วไปดีเด่น กระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา” พบว่า การจูงใจโดยใช้วิธีการเสริมแรงทางลบอย่างเหมาะสม ผู้นำใช้ระบบตรวจสอบที่มีมารยาทกับลูกน้อง ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จในที่สุด

อย่างไรก็ตามบทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลน้อยที่สุด ($b = 0.0453$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้น้อยที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 2.4)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
จำแนกตามบทบาทด้านการจูงใจ

ผลสำเร็จการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	a	b	t	R ²	n	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	2.493	0.0453	3.043*	0.024	383	✓
เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	5.554	0.398	12.014*	0.275	383	✓
ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	5.935	0.360	8.075*	0.146	383	✓
ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	3.143	0.528	15.667*	0.392	383	✓

หมายเหตุ a = ค่าคงที่ b = สัมประสิทธิ์การถดถอย
t = สถิติการทดสอบแบบที R² = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
n = ขนาดตัวอย่าง ✓ = ทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

4. ผลการศึกษาจากตารางที่ 12 ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.0611 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้ร้อยละ 7.7 ($R^2 = 0.077$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาโดยการใส่ใจในปัญหาของสมาชิกและติดตามแก้ไขจนหมดปัญหา ทำให้สมาชิกไม่มีปัญหาส่วนตัวหรือปัญหาการทำงานสมาชิกจึงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การที่ผู้นำสนับสนุนสมาชิกให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานและการสอนงานของผู้นำ เป็นการส่งเสริมสมาชิกให้มีทักษะการทำงานที่เพิ่มขึ้น และสามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพออกจำหน่ายมากขึ้น ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีหนี้สินลดลง

บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.357 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้ร้อยละ 39.3 ($R^2 = 0.393$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาโดยการให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกสนับสนุนให้สมาชิกรู้จักการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และการใส่ใจในปัญหาของสมาชิกและติดตามแก้ไขจนหมดปัญหา ทำให้สมาชิกในกลุ่มไม่มีปัญหาการทำงานไม่ว่าจะเป็นปัญหาส่วนตัวหรือปัญหาการทำงาน สามารถทุ่มเทให้กับการทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ เช่น หากสมาชิกในกลุ่มมีปัญหาในการทำงานต่อกัน ก็จะทำให้เกิดความแตกแยกภายในกลุ่ม แต่หากสมาชิกไม่มีปัญหาต่อกันสมาชิกก็จะร่วมมือร่วมแรงร่วมใจในการทำงาน และการแก้ไขปัญหาต่างๆร่วมกัน ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรางคณา วงศ์หาชัย (2535) ในงานวิจัยเรื่อง

“บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณี การพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิอีสาน” โดยศึกษาบทบาทของผู้นำที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการพัฒนากลุ่มพบว่า ในขั้นการพัฒนาขยายการเจริญเติบโตของกลุ่ม ผู้นำจะใช้บทบาทผู้ติดตามและประเมินผล ติดตามดูแลให้คำปรึกษาแนะนำแก้ไขการดำเนินการของกลุ่ม

บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.281 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มได้ร้อยละ 15.9 ($R^2 = 0.159$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา โดยการสนับสนุนสมาชิกให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม เพราะสมาชิกสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาพัฒนากลุ่มและสินค้าของกลุ่มได้ไม่ว่าจะเป็น เทคนิควิธีการผลิตที่ทันสมัย วิธีการผลิตสินค้าให้มีคุณค่าและคุณภาพมากขึ้น การนำภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ นิราพาธ (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำกับการพัฒนางานสาธารณสุขของผู้บริหารเครือข่ายบริการโรงพยาบาลภูกระดึง จังหวัดเลย” พบว่า บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา ได้แก่ การจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้ โดยการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในหน่วยงาน ส่งผลให้การบริการด้านสุขภาพแก่ประชาชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.369 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ได้ร้อยละ 34.1 ($R^2 = 0.341$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา โดยการสนับสนุนสมาชิกให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน และการสอนงานของผู้นำกลุ่ม สมาชิกจะได้รับการฝึกฝนและสอนอย่างต่อเนื่องทั้งจากภายในกลุ่มโดยผู้นำเป็นผู้ฝึกสอนเอง และจากภายนอกกลุ่มคือจากหน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกจำหน่ายได้ นอกจากนี้การให้คำแนะนำปรึกษา และแก้ไขปัญหาค้นหาหนทางเป็น การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์อีกทางหนึ่ง เพราะเมื่อสมาชิกไม่มีปัญหาในการทำงานและปัญหา

ส่วนตัวแล้ว สมาชิกก็จะมีกำลังใจ รักงาน และปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นด้วย แต่หากสมาชิกมีปัญหาไม่ว่าจะเป็นปัญหาส่วนตัวหรือปัญหาการทำงานแล้ว สมาชิกก็จะขาดประสิทธิภาพในการทำงาน หรืออาจไม่มาทำงานส่งผลให้กลุ่มเสียหายไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการ หรือผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพออกจำหน่าย

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มากที่สุด ($b = 0.369$) อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ($b = 0.357$)

นอกจากนี้บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษาอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้มากที่สุด (ร้อยละ 39.3) เนื่องจากบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษานั้น ผู้นำจะเป็นผู้กระตุ้นและติดตามแก้ไขปัญหาให้กับสมาชิกจนสมาชิกหมดปัญหา ทำให้สมาชิกไม่มีปัญหาทั้งปัญหาส่วนตัว ปัญหาการทำงานหรือปัญหาเพื่อนร่วมงาน เป็นผลให้สมาชิกตั้งใจทำงาน และมีความสามัคคีปรองดองช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม นอกจากนี้การสอนงานของผู้นำให้กับสมาชิกและการส่งเสริมให้สมาชิกเข้ารับการอบรมหรือดูงานภายนอกกลุ่ม ทำให้สมาชิกได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์และสามารถนำความรู้ที่ได้รับมานั้นกลับมาพัฒนากลุ่มต่อไป เช่น สามารถนำความรู้ที่ได้รับมานั้นมาจัดการกับทรัพยากรการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นต้น บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาจึงอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลน้อยที่สุด ($b = 0.0611$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้น้อยที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 7.7)

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
 จำแนกตามบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา

ผลสำเร็จการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	a	b	t	R ²	n	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	1.896	0.0611	5.638*	0.077	383	✓
เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	5.172	0.357	15.715*	0.393	383	✓
ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	6.696	0.281	8.496*	0.159	383	✓
ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	5.439	0.369	14.055*	0.341	383	✓

หมายเหตุ a = ค่าคงที่ b = สัมประสิทธิ์การถดถอย
 t = สถิติการทดสอบแบบที R² = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
 n = ขนาดตัวอย่าง ✓ = ทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
 * = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

5. ผลการศึกษาจากตารางที่ 13 ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับบทบาทผู้นำด้านการตลาด

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการตลาด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.0336 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้ร้อยละ 2.6 ($R^2 = 0.026$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน การพัฒนาสินค้ากลุ่ม การจัดช่องทางจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม การกำหนดราคาขายที่เหมาะสม และการติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูงบอกกล่าว และย้ำเตือนลูกค้าถึงสินค้าของกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล เพราะเมื่อผู้นำทราบแล้วว่ากลุ่มลูกค้าคือใคร ก็สามารถพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งยังสามารถกำหนดช่องทางจำหน่ายสินค้า ราคาขาย และช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมามีตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้ตลอด สมาชิกจึงมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีหนี้สินลดลงด้วย

บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.337 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้ร้อยละ 39.5 ($R^2 = 0.395$) เพราะเมื่อผู้นำกลุ่มจัดกิจกรรมการตลาดผู้นำต้องประสานความร่วมมือกับสมาชิกในกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น การวางแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน ทำให้สมาชิกเกิดความสามัคคีร่วมมือร่วมใจกันในการทำงาน นอกจากนี้ผู้นำยังต้องขอความช่วยเหลือ การสนับสนุนกับภายนอกกลุ่มด้วย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความช่วยเหลือ เช่น การติดต่อกับหน่วยงานรัฐในการขอใช้สถานที่เพื่อวางจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดของ ชาวลาซุทมิ ไชยบุรี (2538: 255-256) ที่กล่าวถึง บทบาทผู้นำด้านการตลาดว่า ผู้นำต้อง เป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลภายในกลุ่ม เป็นสื่อกลางระหว่างกลุ่ม และเป็นผู้ ดำเนินงานจัดทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม

บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนา โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.380 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปรผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มได้ร้อยละ 32.8 ($R^2 = 0.328$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดโดยการจัดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผู้นำต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า และเข้าถึงกลุ่มของบุคคลที่มีความจำเป็นหรือความต้องการหรือที่สามารถซื้อสินค้าได้ ซึ่งกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่ที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ตาม นโยบายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สินค้าต้องเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการนำ ทรัพยากรในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้นการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ผู้นำ ต้องคำนึงถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า เพื่อให้สินค้า ของกลุ่มตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด

บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนา โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ ทั้งนี้โดยค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย (b) มีค่าเท่ากับ 0.345 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการแปร ผันความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนา ทรัพยากรของมนุษย์ได้ร้อยละ 33.7 ($R^2 = 0.337$) เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดโดย การจัดกิจกรรมด้านการตลาด ทำให้สมาชิกได้ออกไปพบปะกับบุคคลภายนอกกลุ่ม มีโอกาส แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และเทคนิคการทำงานกับบุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่น ซึ่งสมาชิก สามารถนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาการทำงานภายในกลุ่มและพัฒนาสินค้ากลุ่ม

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มมากที่สุด ($b = 0.380$) อย่างไรก็ตามระดับความสัมพันธ์ไม่แตกต่าง กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนา ทรัพยากรของมนุษย์ ($b = 0.345$) และด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเอง ได้ ($b = 0.337$)

นอกจากนี้บทบาทผู้นำด้านการตลาดอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ได้มากที่สุด (ร้อยละ 39.5) เนื่องจากบทบาทผู้นำด้านการตลาดส่งเสริมโดยตรงต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะการจัดกิจกรรมการตลาดผู้นำต้องประสานความร่วมมือทั้งกับสมาชิกในกลุ่ม เพื่อระดมความคิดเห็น การวางแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน ทำให้สมาชิกเกิดความสามัคคีร่วมมือร่วมใจกันในการทำงาน และกับหน่วยงานภายนอกไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความช่วยเหลือ เพื่อให้การจัดกิจกรรมด้านการตลาดประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้การที่ผู้นำมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจนทำให้สามารถกำหนดได้ว่ากลุ่มจะผลิตสินค้าให้กับใคร รูปแบบใด ราคาเท่าไร และจะส่งเสริมการขายอย่างไร เป็นผลให้ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าไปโดยเปล่าประโยชน์ เพราะทรัพยากรเหล่านั้นจะถูกนำมาใช้ในการผลิตได้อย่างคุ้มค่าตรงตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มจึงสามารถควบคุมจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้าให้คงอยู่หรือมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลน้อยที่สุด ($b = 0.0336$) และอธิบายความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลได้น้อยที่สุดเช่นกัน (ร้อยละ 2.6)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายของความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
จำแนกตามบทบาทด้านการตลาด

ผลสำเร็จการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	a	b	t	R ²	n	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	2.663	0.0336	3.205*	0.026	383	✓
เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้	5.964	0.337	15.785*	0.395	383	✓
ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	4.312	0.380	13.651*	0.328	383	✓
ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	6.339	0.345	13.924*	0.337	383	✓

หมายเหตุ a = ค่าคงที่ b = สัมประสิทธิ์การถดถอย
t = สถิติการทดสอบแบบที R² = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
n = ขนาดตัวอย่าง ✓ = ทิศทางเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

กล่าวโดยสรุปจากตารางที่ 14 เมื่อจัดอันดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) พบว่าความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรก ส่วนบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มเป็นอันดับแรก และความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำทุกด้านเป็นอันดับสุดท้าย

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรก เนื่องจากความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์เป็นพื้นฐานของความสำเร็จในด้านอื่นๆ กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในกลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานแล้ว ส่งผลให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อกลุ่มมีการจัดการและการดำเนินกิจกรรมที่ดีแล้วกลุ่มก็จะมีคามเข้มแข็ง และสามารถดึงศักยภาพด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในกลุ่ม และชุมชนไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรในท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้นไป ดังนั้นความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรกและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มในอันดับรองลงมาตามลำดับ

ส่วนบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดผู้นำต้องศึกษาพัฒนาสินค้ากลุ่ม โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้ากลุ่มให้มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มและตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ดังนั้นบทบาทผู้นำด้านการตลาดจึงมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มมากที่สุด

ส่วนความสำเร็จด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำทุกด้านน้อยที่สุด เนื่องจากการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับบทบาทผู้นำกลุ่มเพียงปัจจัยเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับสมาชิกกลุ่มด้วย กล่าวคือ ในเรื่องการมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม หรือมีภาระหนี้สินลดลงนั้น สมาชิกกลุ่มมีส่วนอย่างมากต่อการกำหนดรายได้ของตนเองว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง เพราะหากสมาชิกกลุ่มนำรายได้ที่ได้จากกลุ่มมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดก็จะทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีภาระหนี้สินลดลง แต่หากสมาชิกใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่ายก็จะทำให้สมาชิกไม่มีรายได้เพิ่มแต่อาจจะมีหนี้สินเพิ่มขึ้นแทนได้ ดังนั้นความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลจึงมีความสัมพันธ์ในอันดับสุดท้ายกับทุกบทบาท

สรุปได้ว่าบทบาทผู้นำทุกด้าน ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ กล่าวคือ ผู้นำยังแสดงบทบาทในแต่ละด้านมากเท่าไร ก็จะยิ่งประสบความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้นเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 การจัดอันดับความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	การจัดอันดับบทบาทผู้นำ				
	ด้านการประสานงาน (ตารางที่ 10)	ด้านการวางแผน (ตารางที่ 11)	ด้านการจูงใจ (ตารางที่ 12)	ด้านการให้คำแนะนำ ปรึกษา (ตารางที่ 13)	ด้านการตลาด (ตารางที่ 14)
	b	b	b	b	b
1. การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล	4 (0.0657)	4 (0.0572)	4 (0.0453)	4 (0.0611)	4 (0.0336)
2. เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้ สามารถพึ่งตนเองได้	2 (0.408)	2 (0.423)	2 (0.398)	2 (0.357)	3 (0.337)
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม	3 (0.305)	3 (0.389)	3 (0.360)	3 (0.281)	1 (0.380)
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์	1 (0.479)	1 (0.464)	1 (0.528)	1 (0.369)	2 (0.345)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องบทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี สามารถสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ สำหรับบุคคล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับบทบาทผู้นำในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องบทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม: ศึกษากรณีจังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทผู้นำแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดว่า บทบาทผู้นำด้านใดที่มีผลต่อความแตกต่างในระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และเพื่อศึกษาถึงบทบาทผู้นำแต่ละด้านว่าบทบาทผู้นำด้านใดที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล 2) ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ 3) ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และ 4) ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทผู้นำ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการประสานงาน แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการวางแผน แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการจูงใจ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทด้านการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดตัวแปรอิสระในเรื่องบทบาทผู้นำ 5 ตัวแปร ได้แก่ บทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และบทบาทด้านการตลาด ตัวแปรตามในเรื่องความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่วนที่ 1 ไปสอบถามกับผู้นำกลุ่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ และแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 ไปถามกับสมาชิกกลุ่มที่เป็นสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสมาชิกกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน อันประกอบด้วย วิธีสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic sampling) วิธีสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental selection) จากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรี

การนำเสนอผลการศึกษแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
4. ผลการวิเคราะห์บทบาทผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
6. ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างต่ออนาคตกลุ่ม

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม และกลุ่มสินค้าระดับ 3-4 ดาว จำนวน 15 กลุ่ม โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ (1) ประเภทอาหาร จำนวน 5 กลุ่ม (2) ประเภทเครื่องคั้น จำนวน 1 กลุ่ม (3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 11 กลุ่ม (4) ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 8 กลุ่ม (5) ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก จำนวน 3 กลุ่ม และ (6) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 2 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มก่อตั้งกลุ่มก่อนที่จะมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ก่อตั้งก่อนปี พ.ศ. 2544 มีเพียง 9 กลุ่มเท่านั้นที่ก่อตั้งหลังโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งวิธีการก่อตั้งกลุ่มนั้นกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง คือ 14 กลุ่ม จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเอง ส่วนที่เหลือจัดตั้งกลุ่มจากการสนับสนุนของบุคคลหรือหน่วยงานอื่น

กลุ่มตัวอย่างที่จัดตั้งกลุ่มจากการสนับสนุนของบุคคลหรือหน่วยงานอื่น ได้รับการสนับสนุนจากบุคคล ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) และนายอำเภอ และจากหน่วยงานรัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 8 สำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี ศูนย์การศึกษา

นอกโรงเรียนจังหวัดลพบุรี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และกองพลาธิการส่งกำลังทางอากาศ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มเหล่านี้ยังคงได้รับการสนับสนุนอยู่ มีเพียง 3 กลุ่มเท่านั้นที่ปัจจุบันไม่ได้รับการสนับสนุน นอกจากนี้พบว่ากลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาเองในเวลาต่อมาก็ได้รับการสนับสนุนทั้งจากบุคคลและหน่วยงานรัฐเช่นกัน

กลุ่มตัวอย่างที่จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเอง และกลุ่มตัวอย่างที่จัดตั้งจากการสนับสนุนของบุคคลหรือหน่วยงานอื่น บางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานแต่บางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเดียว การที่กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานเนื่องจากผู้นำกลุ่ม เพราะหากกลุ่มมีผู้นำที่เข้มแข็ง ผู้นำก็จะทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในการขอความช่วยเหลือ การแลกเปลี่ยนความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำความช่วยเหลือเหล่านั้นมาสนับสนุนการทำงานกลุ่ม

เมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกเมื่อเริ่มตั้งกลุ่มกับจำนวนสมาชิกปัจจุบันพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น เนื่องจากความเข้มแข็งของกลุ่ม ความต้องการมีอาชีพเสริมและรายได้เสริม และการปฏิบัติตามกัน ส่วนกลุ่มที่สมาชิกลดลงมีเพียง 5 กลุ่มเท่านั้น เนื่องจากสมาชิกแยกตัวออกไปตั้งกลุ่มใหม่ และรายได้ที่ได้จากกลุ่มไม่เพียงพอกับรายจ่าย

การที่สมาชิกกลดลงนั้นมีสาเหตุทั้งทางบวก และทางลบ ในทางบวก คือ การที่สมาชิกออกไปตั้งกลุ่มใหม่นั้นชี้ให้เห็นว่ากลุ่มเข้มแข็ง เมื่อกลุ่มเข้มแข็งแล้วสมาชิกในกลุ่มก็ต้องการขยายกลุ่มออกไปเพื่อให้สมาชิกคนอื่นสามารถเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มได้ เพราะกลุ่มเดิมอาจจะไม่สามารถรับสมาชิกเพิ่มได้ หรือเพื่อต้องการขยายกลุ่มออกไปยังหมู่บ้านอื่น เช่น กลุ่มเครือข่ายผ้าไทยทอมือ ม.4 ศูนย์ 2 ต. โศภเจริญ ที่สมาชิกในกลุ่มเป็นสมาชิกในหมู่บ้านอื่น เมื่อกลุ่มเข้มแข็งแล้วสมาชิกจึงออกไปตั้งกลุ่มในหมู่บ้านของตนเอง เป็นต้น ส่วนในทางลบ คือ ผู้นำไม่สามารถดำเนินการให้กลุ่มประสบผลสำเร็จได้ ทำให้สมาชิกมีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย สมาชิกจึงออกจากกลุ่มไปหางานข้างนอกทำแทน

รายได้ของกลุ่มนับตั้งแต่เริ่มต้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเพียง 4 กลุ่มเท่านั้นที่รายได้ลดลงโดยเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวทั้งหมด ส่วนที่เหลือมีรายได้เท่าเดิมจำนวน 3 กลุ่ม และอีก 3 กลุ่มไม่ตอบคำถาม จะเห็นได้ว่าเมื่อก่อตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีผลทำให้รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการเปิดโอกาสให้แต่ละกลุ่มได้นำสินค้าของตนออกแสดง และวางจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆที่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จัดขึ้น ส่งผลให้สินค้าของกลุ่มเป็นที่รู้จัก และจำหน่ายได้มากขึ้น ทำให้รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น ส่วนกลุ่มที่รายได้ลดลงนั้น เพราะสมาชิกภายในกลุ่มไม่มีเวลาในการทำงาน จึงไม่สามารถผลิตสินค้าออกวางจำหน่ายได้ และช่องทางการจำหน่ายสินค้าน้อยกว่าเนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้า ระดับ 1-2 ดาว

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตชุมชน 383 ราย โดยเป็นสมาชิกกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาวมากที่สุด (ร้อยละ 46.5) จากการศึกษาลักษณะทางประชากรพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 89.3) เนื่องจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้บทบาทของสตรีเป็นพลังของการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (คณะอำนาจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545: 6) มีอายุเฉลี่ย 47 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 32.9) มีเพียง ร้อยละ 6.5 เท่านั้น ที่จบการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายเนื่องจากประชากรที่จบการศึกษาในระดับสูงจะออกไปทำงานนอกบ้านจึงไม่มีเวลาหรือไม่สนใจในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กับจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

สมาชิกกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นกลุ่มสินค้าระดับ 2 ดาว มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 43.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว กลุ่มสินค้าระดับ 4 ดาว และกลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาว คือ ร้อยละ 27.2 26.4 และ 2.9 ตามลำดับ จะสังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาวมีจำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่างน้อยมากซึ่งหากนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะทำให้เกิดความผันผวนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้รวมสมาชิกกลุ่มตัวอย่างสินค้าระดับ 1 ดาว และ 2 ดาวไว้รวมกัน และแยกกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว และ 4 ดาวจากกันเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ส่วนกลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว ไม่พบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

5.1.4 ผลการวิเคราะห์บทบาทผู้นำกับระดับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้นำกลุ่มสินค้า ระดับ 4 ดาว มีบทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาสูงสุด และบทบาทด้านการตลาดสูงสุด และผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 1-2 ดาว มีบทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ และบทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาดำสุด ผู้นำกลุ่มสินค้าระดับ 3 ดาว มีบทบาทด้านการจูงใจสูงสุด และมีบทบาทด้านการตลาดต่ำสุด

บทบาทผู้นำด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาด ในแต่ละระดับกลุ่มสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่บทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแต่ละระดับกลุ่มสินค้า เนื่องจากบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน เป็นบทบาทที่ผู้นำต้องกระทำในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น

การประสานงานกับหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนไม่ว่าจะเป็นการประชุมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิด การติดต่อขอความช่วยเหลือ ผู้นำส่วนใหญ่มีหน้าที่ที่จะต้องเป็นผู้ออกไปประสานงานเองอยู่แล้ว ดังนั้นจึงไม่มีความแตกต่างกันในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้า ส่วนบทบาทด้านอื่นขึ้นอยู่กับผู้นำแต่ละกลุ่มว่าจะให้ความสำคัญกับบทบาทด้านใดมากน้อยกว่ากันในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นบทบาทผู้นำด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดจึงแตกต่างกันในแต่ละระดับผู้นำกลุ่มสินค้า

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย 5 ข้อ ได้แก่

1. บทบาทผู้นำด้านการประสานงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. บทบาทผู้นำด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. บทบาทผู้นำด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. บทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

2. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนา

ทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการวางแผน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

3. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการจูงใจ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

4. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

5. ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับบทบาทผู้นำด้านการตลาด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

เมื่อจัดอันดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) พบว่าความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรก ส่วนบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มเป็นอันดับแรก และความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำทุกด้านเป็นอันดับสุดท้าย

ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรก เนื่องจากความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์เป็นพื้นฐานของความสำเร็จในด้านอื่นๆ กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในกลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานแล้ว ส่งผลให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อกลุ่มมีการจัดการและการดำเนินกิจกรรมที่ดีแล้วกลุ่มก็จะมี ความเข้มแข็ง และสามารถดึงศักยภาพด้านต่างๆที่มีอยู่ในกลุ่ม และชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากร

บุคคล ทรัพยากรในท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้นไป ดังนั้นความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และด้านการให้คำแนะนำปรึกษาเป็นอันดับแรกและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มในอันดับรองลงมาตามลำดับ

ส่วนบทบาทผู้นำด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม เนื่องจากการแสดงบทบาทผู้นำด้านการตลาดผู้นำต้องศึกษาพัฒนาสินค้ากลุ่ม โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้ากลุ่มให้มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มและตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ดังนั้นบทบาทผู้นำด้านการตลาดจึงมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่มมากที่สุด

ส่วนความสำเร็จด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำทุกด้านน้อยที่สุด เนื่องจากการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับบทบาทผู้นำกลุ่มเพียงปัจจัยเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับสมาชิกกลุ่มด้วย กล่าวคือ ในเรื่องการเมืองงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม หรือมีภาระหนี้สินลดลงนั้น สมาชิกกลุ่มมีส่วนอย่างมากต่อการกำหนดรายได้ของตนเองว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง เพราะหากสมาชิกกลุ่มนำรายได้ที่ได้จากกลุ่มมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดก็จะทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีเงินออม และมีภาระหนี้สินลดลง แต่หากสมาชิกใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่ายก็จะทำให้สมาชิกไม่มีรายได้เพิ่มแต่อาจจะมหนี้สินเพิ่มขึ้นแทนได้ ดังนั้นความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลจึงมีความสัมพันธ์ในอันดับสุดท้ายกับทุกบทบาท

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าบทบาทผู้นำทุกด้าน ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ กล่าวคือ ผู้นำยังแสดงบทบาทในแต่ละด้านมากเท่าไร ก็จะยิ่งประสบความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้นเท่านั้น

5.1.6 ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างต่ออนาคตกลุ่ม

จากข้อคำถามที่ถามสมาชิกกลุ่มถึงอนาคตกลุ่มว่าสมาชิกกลุ่มเห็นด้วยหรือไม่ว่ากลุ่มของท่านจะสามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เห็นด้วย (ร้อยละ 92.7) ว่ากลุ่มของตนจะสามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน แต่มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่ากลุ่มของตนไม่สามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้ ซึ่งมีสาเหตุดังนี้

1. กลุ่มสามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน เนื่องจาก

1.1 ประธานกลุ่ม ประธานกลุ่มมีความสามารถในการนำพากลุ่มให้ประสบผลสำเร็จ กล่าวคือ ประธานจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานให้กับสมาชิก ประธานพัฒนาสินค้ากลุ่มให้ตรงตามความต้องการของตลาด และจัดหาช่องทางทางการตลาดเพื่อนำสินค้าออกจำหน่าย สินค้าจึงขายได้ตลอดสมาชิกจึงมีรายได้ตลอด และเมื่อกลุ่มมีปัญหาประธานจะสามารถวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ

1.2 การตลาด สินค้าของกลุ่มมีการพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของตลาด เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานรองรับ เช่น องค์กรอาหารและยา (อย.) เป็นต้น สินค้าจึงเป็นที่ยอมรับของตลาด สามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ

1.3 สมาชิก สมาชิกมีความสามัคคีกันดี โดยให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานกลุ่มและกิจกรรมกลุ่ม นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มยังมีการพัฒนาทักษะฝีมือ ความรู้ความสามารถในการทำงาน ทำให้สินค้ากลุ่มมีคุณภาพมากขึ้น

1.4 ความเข้มแข็งของกลุ่ม กลุ่มจัดตั้งมานานไม่เคยมีอุปสรรคปัญหาใด

1.5 อาชีพเสริม สมาชิกสามารถทำเป็นอาชีพเสริมได้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์บางอย่างยังสามารถนำกลับไปทำที่บ้านได้จึงสามารถดูแลลูกหลานได้อีกด้วย

1.6 มีคนสานต่อ เขวชนเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้ามาฝึกฝนการผลิตสินค้าของกลุ่มมากขึ้น

1.7 มีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ หน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนในด้านวัสดุอุปกรณ์ และเงินทุน

2. กลุ่มไม่สามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้ เนื่องจาก

2.1 สินค้าไม่มีคุณภาพ สินค้าที่สมาชิกผลิตออกมายังไม่มีคุณภาพ ทำให้ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

2.2 ขาดคนสานต่อ สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนสูงอายุไม่นานก็ต้องเลิกทำ นอกจากนี้คนรุ่นหลังไม่มีใครสนใจที่จะเข้ามาสานต่อกิจการของกลุ่ม

2.3 ขาดแคลนวัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบจากธรรมชาติที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต เมื่อนำมาใช้ก็ต้องมีการทดแทนหรือรักษาให้คงอยู่หรือมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น หากไม่มีการรักษาก็จะหมดไป ซึ่งเมื่อวัตถุดิบเหล่านั้นหมดไปกลุ่มก็ไม่สามารถผลิตสินค้าได้อีกต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาคั้งนี้ สามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาบทบาทผู้นำหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าบทบาทผู้นำทุกด้าน ได้แก่ ด้านการประสานงาน ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ ด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์ กล่าวคือ ผู้นำยิ่งแสดงบทบาทในแต่ละด้านมากเท่าไร ก็ยิ่งประสบความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้นเท่านั้น

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นผู้นำกลุ่มจึงควรพัฒนาบทบาทผู้นำในทุกบทบาท ดังนี้

1. บทบาทด้านการประสานงาน

บทบาทการประสานงานมีทั้งบทบาทการประสานงานภายในและภายนอกกลุ่ม การประสานงานภายในกลุ่ม ผู้นำควรนำบทบาทการประสานงานมาใช้ ได้แก่ การประสานตัวผู้นำเองกับคนที่ร่วมไปด้วย ประสานคนกับสิ่งที่จะทำ และประสานคนกับคนมาใช้ในการประสานงานสมาชิกภายในกลุ่ม เนื่องจากบทบาทดังกล่าวนี้ครอบคลุมทุกด้านในการดำเนินการประสานงาน ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง ความมั่นใจในการนำกลุ่มไปสู่ความสำเร็จ การกระตุ้นสมาชิกให้ร่วมมือกันในการทำงาน การชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์กลุ่มอย่างชัดเจน การชี้แจงวิธีการปฏิบัติงานให้สมาชิกเข้าใจก่อนมอบหมายงาน และการสั่งการเป็นลายลักษณ์อักษรหรือวาจาอย่างชัดเจนเข้าใจง่าย จะทำให้การประสานงานภายในกลุ่มมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนการประสานงานภายนอกกลุ่มนั้นผู้นำควรขอความช่วยเหลือ การสนับสนุน การแลกเปลี่ยนความรู้กับหน่วยงานรัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน โดยสร้างเป็นเครือข่ายความร่วมมือกันในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบไม่ให้เกิดความซับซ้อนในการทำงาน จะทำให้การประสานงานภายนอกกลุ่มมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. บทบาทด้านการวางแผน

บทบาทด้านการวางแผน ผู้นำควรเริ่มจากการกำหนดแผนการทำงานโดยเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายกลุ่มด้วย ซึ่งแผนที่กำหนดขึ้นควรเป็นแผนที่กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน ยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่กระทบกลุ่ม เมื่อกำหนดแผนการทำงานแล้วผู้นำควรสร้างความเข้าใจในแผนงานร่วมกับสมาชิก เพื่อให้สมาชิกยอมรับและนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และหลังจากดำเนินงานตามแผนงานไปได้สักระยะหนึ่งแล้ว ผู้นำและสมาชิกควรจัดการประชุมร่วมกัน เพื่อประเมินผลแผนการทำงานและนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงและพัฒนาแผนการทำงานในครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. บทบาทด้านการจูงใจ

บทบาทด้านการจูงใจ ผู้นำต้องใช้วิธีการที่แตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ในการกระตุ้นสมาชิกกลุ่มให้ทุ่มเทแรงกายแรงใจและกำลังความคิดในการทำงานอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการเสริมแรงทางบวกที่เหมาะสม โดยการยกย่องชมเชยสมาชิกที่ปฏิบัติงานได้ผลตามเกณฑ์ที่กำหนด การเสริมแรงทางลบอย่างเหมาะสม โดยการให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อสมาชิกทำงานผิดพลาด รวมถึงวิธีการที่ผู้นำปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนด้วยความเสมอภาคไม่ลำเอียงกับสมาชิกคนใดคนหนึ่งเป็นพิเศษ เพราะจะทำให้สมาชิกที่รู้สึกว่าคุณไม่ได้ได้รับความยุติธรรมเกิดความท้อแท้ไม่อยากทำงาน ทำให้ผลการทำงานขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้นำควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร เงินทุน และสวัสดิการต่างๆแก่สมาชิก เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานอีกทางหนึ่งด้วย

การเสริมแรงทางบวกและลบอย่างเหมาะสม การปฏิบัติต่อสมาชิกอย่างเสมอภาค และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก จะทำให้สมาชิกเกิดการกระทำที่สนับสนุนการทำงาน ส่งผลให้งานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา

บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษาแบ่งออกเป็นบทบาทการให้คำปรึกษา และบทบาทการสอนแนะ บทบาทการให้คำปรึกษานั้นผู้นำควรมีความพร้อมเสมอในการให้คำปรึกษากับสมาชิก ซึ่งการให้คำปรึกษาผู้นำไม่ควรบอกแนวทางการแก้ปัญหาทั้งหมด เพียงแต่รับฟังและกระตุ้นให้สมาชิกรู้จักการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และเมื่อสมาชิกนำปัญหามาปรึกษา ผู้นำควรใส่ใจในปัญหาของสมาชิกและติดตามแก้ไขจนหมดปัญหา เพราะหากสมาชิกมีปัญหาส่วนตัวหรือปัญหาในการทำงานแล้ว สมาชิกก็จะเกิดความไม่สบายใจ ส่งผลให้การทำงานขาดประสิทธิภาพ

ส่วนบทบาทการสอนแนะ คือการที่ผู้นำเป็นผู้สอนการทำงานให้กับสมาชิก ซึ่งวิธีการสอนที่มีประสิทธิภาพนั้นผู้นำควรสอนและฝึกทีละเรื่องอย่างเป็นขั้นตอน และควรเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการสอนด้วย โดยการให้สมาชิกลงมือฝึกหัดด้วยตนเอง หรือการถามคำถามกับสมาชิกว่ามีความเข้าใจในเรื่องที่สอนหรือไม่ นอกจากนี้ผู้นำควรสนับสนุนสมาชิกให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานอีกทางหนึ่งด้วย เพราะหากสมาชิกไม่ได้รับการสอนงาน การฝึกฝนทักษะการทำงานแล้ว ผลงานที่ทำออกมาก็จะไม่มีคุณภาพตามไปด้วย

5. บทบาทด้านการตลาด

บทบาทผู้นำด้านการตลาด ผู้นำควรแสดงบทบาทโดยยึดหลักกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ 1) กลยุทธ์การหาเป้าหมายการตลาด โดยผู้นำจัดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และควรกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อจะได้ผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และ 2) กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการขาย

2.1 ผลิตภัณฑ์ ผู้นำควรมีการพัฒนาสินค้าของกลุ่ม เช่น เดิมความเป็นไทยลงไปรูปแบบสินค้าทันสมัย และ/หรือการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ในบรรจุภัณฑ์ควรมีฉลากบอกชื่อสินค้า วัน/เดือน/ปีที่ผลิตและหมดอายุ และบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นควรรองรับและลดความเสียหายแก่สินค้าได้

2.2 ช่องทางการจำหน่าย ผู้นำควรจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม เช่น การขายเอง และ/หรือการร่วมทุน เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มที่อยู่ใกล้เคียงกันมีสินค้าที่เหมือนกันควรจะมีการรวมตัวกันตั้งร้านค้าใหญ่ไว้หนึ่งร้านเพื่อรวบรวมสินค้าของแต่ละกลุ่มมาจำหน่ายที่จุดเดียว เพื่อที่จะได้ทราบถึงปริมาณสินค้า เช่น สินค้าใดที่มีมากจนล้นตลาดก็จะส่งแต่ละกลุ่มไม่ให้ผลิต แต่ถ้าสินค้าใดไม่พอจำหน่ายกลุ่มที่รวมตัวกันก็จะสามารถช่วยกันผลิตสินค้าเพื่อให้ทันต่อความต้องการของตลาด

2.3 ราคา ผู้นำควรกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมระหว่างต้นทุนและคุณค่าที่ตลาดยอมรับ โดยการศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกกลุ่ม

2.4 การส่งเสริมการขาย ผู้นำควรติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูง บอกกล่าว และย้ำเตือนลูกค้า ถึงสินค้าของกลุ่ม ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และ/หรือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้นำควรเลือกช่องทางการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับสินค้าของตน เช่น การวางจำหน่ายสินค้าเพื่อความงาม ผู้นำควรจัดพนักงานขายเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า

ดังนั้นผู้นำควรให้ความสำคัญกับบทบาทด้านการตลาดให้มาก เพราะหากผู้นำไม่มีบทบาทด้านการตลาดแล้ว สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจะเป็นเพียงสินค้าตั้งโชว์เท่านั้น ไม่สามารถจำหน่ายได้ ทำให้กลุ่มขาดรายได้ และอาจต้องแตกสลายไปในที่สุด

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากผลการศึกษากลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การศึกษาบทบาทผู้นำกับระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างต่ออนาคตกลุ่ม ผู้วิจัยจึงได้นำมาเสนอเป็นนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. นโยบายการสนับสนุนการทำงานของผู้นำ

ผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะหากผู้นำมีความพร้อมในการนำกลุ่ม กลุ่มก็จะพัฒนาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้นำ โดยการจัดอบรมผู้นำในเรื่องบทบาทของผู้นำที่ทำให้การดำเนินการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จ โดยผ่านการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญ การจัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้นำกลุ่มด้วยกัน และ/หรือการไปศึกษาดูงานกับกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จ เป็นต้น

2. นโยบายการประสานความร่วมมือแต่ละหน่วยงาน

ปัจจุบันนี้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากมายที่ให้การสนับสนุน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม และองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น หน่วยงานเหล่านี้จำเป็นต้องมีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตามพบว่าการทำงานของแต่ละหน่วยงานยังมีความซ้ำซ้อนกันอยู่ กลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จึงได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนไม่เต็มที่ ทำให้กลุ่มไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นในแต่ละหน่วยงานจึงควรมีการประสานการทำงานร่วมกันว่าหน่วยงานใดจะสนับสนุนด้านใดเพื่อให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เกิดประสิทธิผลสูงสุด

3. นโยบายการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากกลุ่มต่างๆที่จัดตั้งขึ้นนั้นส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดตั้งกลุ่มและการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม แต่พบว่าบางกลุ่มไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เข้าไปให้การสนับสนุนควรเข้าไปอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการตรวจสอบผลการดำเนินกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดการประชุมร่วมกัน

ทุก 3 เดือน หรือ 6 เดือน ว่ากลุ่มมีการพัฒนาขึ้นหรือไม่หรือมีอุปสรรคปัญหาอะไรเพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้เข้าไปช่วยเหลือให้ตรงตามความต้องการต่อไป

4. นโยบายการจัดอบรมสมาชิกกลุ่ม

ผู้นำจะดำเนินการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด สมาชิกนับว่ามีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทผู้นำทุกด้านน้อยที่สุด เนื่องจากการที่สมาชิกรายได้จากการนำเงินที่ได้จากกลุ่มไปใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่าย ทำให้สมาชิกไม่มีรายได้เพิ่ม และอาจมีหนี้สินตามมาอีก ดังนั้นหน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ควรจัดการอบรมสมาชิกกลุ่มในเรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของตนเองหรือครอบครัว เพื่อสมาชิกจะได้นำเงินที่ได้รับมานั้น ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจนมีเงินออมเหลือเก็บ และมีหนี้สินลดลง ซึ่งจะทำให้การดำเนินการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จอย่างสมบูรณ์ ตรงตามวัตถุประสงค์โครงการในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งต่อไปควรเลือกกลุ่มตัวอย่างหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ครบทุกระดับกลุ่มสินค้าตั้งแต่ระดับ 1 ดาวไปจนถึง ระดับ 5 ดาว เพื่อจะได้ศึกษาบทบาทผู้นำกับความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ครอบคลุมทุกระดับสินค้า และอาจทำให้เห็นผลการศึกษาที่ชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้กลุ่มสินค้าระดับ 1 ดาว ถึง ระดับ 4 ดาว ขาดกลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว

2. ควรมีการเพิ่มตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษานอกเหนือจากบทบาทผู้นำ ได้แก่ 1) ตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่ม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวนรายได้ที่ได้รับจากการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะทำให้ทราบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์หรือไม่ 2) ตัวแปรโอกาสในการไปดูงานของสมาชิก จะทำให้ทราบว่ากลุ่มที่สมาชิกมีโอกาสไปดูงานจากหน่วยงานภายนอกกับกลุ่มที่สมาชิกไม่ได้มีโอกาสไปดูงานจะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์หรือไม่ 3) ตัวแปรประเภทสินค้ากลุ่ม เนื่องจากผู้นำในแต่ละประเภทสินค้าอาจจะแสดงบทบาทผู้นำที่แตกต่างกัน เพราะสินค้าที่ผลิตเป็นคนละประเภท เช่น สินค้าประเภทอาหาร สินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง เป็นต้น ดังนั้นประเภทสินค้าที่แตกต่างกันอาจจะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน 4) ระยะเวลาการเป็นผู้นำกลุ่ม คือ ระยะเวลาการเป็น

ผู้นำกลุ่มที่แตกต่างกันน่าจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

3. ควรมีการศึกษายุทธศาสตร์ผู้นำในแต่ละระดับกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้นำในแต่ละระดับกลุ่มสินค้าตั้งแต่ระดับ 1 ดาว ไปจนถึง ระดับ 5 ดาว เพื่อสัมภาษณ์ถึงบทบาทของผู้นำว่าบทบาทด้านใดที่ทำให้ผู้นำประสบความสำเร็จ และบทบาทด้านใดที่ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้มาตรวัดความสำเร็จในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัตัญญู หิรัญสมบุญ. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น, 2545.

กมลกิจ ประศาสน์วุฒิ. การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อสร้างตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต ของคนไทยในชนบท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสถิติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กระทรวงพาณิชย์. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(Online). กระทรวงพาณิชย์. แหล่งที่มา: [http://www.moc.go.th\(10/9/48\)](http://www.moc.go.th(10/9/48))

การพัฒนาชุมชน, กรม. ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน, 2549. (อัดสำเนา)

กิติ ลิมสกุล. แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2544.

เกรียงศักดิ์ นิรติพัฒนะชัย. ปั้นลูกน้องให้เป็นมือโปร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค, 2546.

เกษม สุวรรณกุล. บริหารคน-คนบริหาร: บางทรรสนะของศาสตราจารย์ ดร.เกษม สุวรรณกุล. กรุงเทพฯ: ชมรมการบริหารงานบุคคล คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ, 2545.

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ภูมิปัญญาท้องถิ่นช่วยพัฒนาการประถมศึกษาอย่างไร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ภาควิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2541.

คณะสังคมสงเคราะห์. หน้าที่ผู้นำ(Online). ภาควิชาพัฒนาชุมชน: คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. แหล่งที่มา: [http://www.cdswtu.com\(24/7/48\)](http://www.cdswtu.com(24/7/48))

จอห์น ดับเบิลยู การ์ดเนอร์. ประมุขศิลป์. แปลโดย สายฟ้า พลวายุ. กรุงเทพฯ: เออาร์บีสตีเนส เพรส, 2541.

ชวาลาวุฒ ไชยณัฐ. เอกสารการสอนชุดวิชาการนิเทศงานส่งเสริมการเกษตร และการสร้างผู้นำเกษตรกร. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2545.

- ณัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา. การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาพัฒนาสังคม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2547.
- คุษฎี โยเหลา อ้อมเดือน สดมณี และ ยุทธนา ไชยจุล. องค์กรประชาชนและศักยภาพในการพัฒนาแรงงานภาคการเกษตรในชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2545.
- ถาวร เกียรติทับทิว และพรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. รายงานการวิจัยเรื่อง รูปแบบภาวะผู้นำในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติราชการ: ศึกษาเฉพาะกรณี 6 กระทรวงหลักของไทย. สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 2540.
- ทองศักดิ์ คุ้มไข่น้ำ และคณะ. การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2534.
- ทรงจิต พูลลาภ และคณะ. ศักยภาพและสภาพของภูมิปัญญาไทย : ภูมิปัญญาไทย ภาคกลาง. กรุงเทพฯ: สหมิตรพรินต์ติ้ง, 2546.
- ธงชัย สันติวงษ์. การจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ธีรวุฒิ บุญยโสภณ. จิตวิทยาอุตสาหกรรมประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตพระนครเหนือ, มปป.
- ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์. กระบวนการเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งประชาคม ประชาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 6. ขอนแก่น: ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาการสาธารณสุขมูลฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เครือข่ายประชาคมสุขภาพในท้องถิ่น, 2543.
- นนทพล นิมสมบุญ. บทบาทผู้นำ. จุฬาลงกรณ์วารสาร 12,46 (มกราคม-มีนาคม 2543): 84-89.
- นันทสาร สีสลับ และคณะ. ภูมิปัญญาไทย. วารสาร มศว ศิลปวัฒนธรรม. 41 (มกราคม-มิถุนายน 2542): 17-20.
- นิตย์ สัมมาพันธ์. ภาวะผู้นำ : พลังขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2546.
- บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ. การจัดการเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: วิ.เจ.พรินต์ติ้ง, 2544.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และจินดา ขลิบทอง. เอกสารการสอนชุดวิชาการเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- ปณิศา สัญชานนท์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2548.

- ประเวศ วะสี. ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและศิลปกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. หมอชาวบ้าน, 2541.
- ปราณี โรจนวีโรจน์. ภาวะผู้นำกับความเป็นเลิศด้านการบริหารของผู้บริหารโรงพยาบาลทั่วไป
ดีเด่น กระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชา
บริหารการพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ปริญญา ดันสกุล. ศาสตร์แห่งผู้นำ: หลักธรรม 7 ต้น ของคนเป็นผู้นำ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:
จิตจักรวาล, 2543.
- ปรีชา คูวินทร์พันธุ์. รายงานผลการวิจัยเรื่องพะเยาท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์กับความเป็น
ท้องถิ่น: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2547.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543.
- พงศ์ หรดา. จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. ม.ป.ท.: ม.ป.พ., 2540.
- พยอม วงศ์สารศรี. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏสวนคูสิต, 2545.
- พยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุภา, 2542.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. พฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2545
- พรนพ พุกกะพันธุ์. ภาวะผู้นำและการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์, 2544.
- ไพพรรณ เกียรติโชติชัย. กิจกรรมการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. คณะครุศาสตร์
สถาบันราชภัฏสวนคูสิต, 2541.
- ภาณี ชนาธิปกรณ์ และวัชรีย์ พุ่มทอง. หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: ชาวบ้านและชุมชนได้อะไร.
วารสารเศรษฐกิจและสังคม 40,3 (กรกฎาคม-สิงหาคม 2546): 51-54.
- มัลลิกา จินาคำ. ปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในระดับคุณภาพชีวิตของประชากร ในเขตภาคเหนือ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- มาลี จูทา. จิตวิทยาธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์, 2544.
- ขงยุทธ เกษสาคร. ภาวะผู้นำและการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์เอกสารและตำรา
สถาบันราชภัฏสวนคูสิต, 2543.
- ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พิทักษ์อักษร, 2537.

- วรรณารด แสงมณี. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล, 2544.
- วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล. ชุมชนเข้มแข็ง: รากฐานการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน. วารสารเศรษฐกิจและสังคม 38 (มกราคม-เมษายน 2544): 18-26.
- วรางคณา วงศ์มหาชัย. บทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณี การพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิอีสาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- วราพร เจริญประเสริฐ. การศึกษาการทำงานของผู้นำท้องถิ่น กรณีศึกษากำนันสมร สุขศรี ตำบลขามเปี้ย อำเภอดงรัก จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.
- วันชัย มีชาติ. พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. หัวหน้างาน: การให้คำปรึกษา Counselling. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม, 2546.
- วิจิตร อวาทกุล. เทคนิคมนุษยสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์, 2542.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. หัวหน้างานพันธุ์แท้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2546.
- วิชัย ศรีเสน่ห์. ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารดีเด่น โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.
- วิโรจน์ สารรัตนะ. ทฤษฎีการจูงใจ(Online). คณะศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
แหล่งที่มา: [http://ednet.kku.ac.th.\(13/10/48\)](http://ednet.kku.ac.th.(13/10/48))
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2543.
- ศิริพงษ์ รัตนบุรี. ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : ศึกษากรณีกลุ่มดอกไม้ไยบัว ตำบลห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2547.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ. ศัพท์การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: Diamond in business world, 2540.
- ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ศิริอร ชันหัตต์. องค์กรและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อักษราพัฒนา, 2545.

ศูนย์มหาวิทยาลัยเปิดต่างประเทศเพื่อพัฒนาผู้นำวิชาชีพ "ยู-เน็ต" (ประเทศไทย). 10 บทบาทผู้นำ
สมัยใหม่: ชุดอบรมทางไกล โครงการประกาศนียบัตรพัฒนาผู้นำวิชาชีพ. 1,000 เล่ม,
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง, 2545.

ศูนย์วิจัยนโยบายการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แนวทางการพัฒนาประเด็น
วิจัยชุดโครงการวิจัยด้านการศึกษากับชุมชน. ม.ป.ท., 2541.

สงวน ช้างฉัตร. พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1. พิษณุโลก: ภาควิชาบริหารธุรกิจและสหกรณ์
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม, 2541.

สงวน นิตยารัมภ์พงศ์ และสุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ, บรรณาธิการ. ผู้นำ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:
มติชน, 2543.

สนธยา พลศรี. ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2533.

สมคิด บางโม. ธุรกิจทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์, 2544.

สมคิด บางโม. องค์กรและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์, 2545.

สมชาย หิรัญกิตติ. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.

สมพันธ์ เดชะธก และคณะ. การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน. ขอนแก่น: สถาบันวิจัย
และพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540.

สมยศ นาวิการ. ธุรกิจเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2540.

สมฤทัย ทศานนท์. การใช้น้ำมันรถยนต์ของบุคลากรจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ศิลป
ศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2547.

สมาน รังสีโยกฤษฎ์. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
สวัสดิการสำนักงาน ก.พ., 2544.

สารานุกรมเยาวชน. ภูมิปัญญาชาวบ้าน(Online). เครือข่ายกาญจนาภิเษก. แหล่งที่มา:
[http://kanchanapisek.or.th\(10/4/49\)](http://kanchanapisek.or.th(10/4/49))

สามารถ จันทร์สุรย์. ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง, 2536.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานการประเมินนโยบายเศรษฐกิจ
รากหญ้าและหลักประกันสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ, 2546.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทาง
เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่สนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็ง. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544. (อัดสำเนา)

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. ภูมิปัญญาชาวบ้าน(Online). กรมการพัฒนาชุมชน: กระทรวงมหาดไทย.
แหล่งที่มา: [http://www.cep.go.th\(28/2/49\)](http://www.cep.go.th(28/2/49))

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง, 2544.

สุดารัตน์ นิราพาธ. ภาวะผู้นำกับการพัฒนางานสาธารณสุขของผู้บริหารเครือข่ายบริการ
โรงพยาบาลภูกระดึง จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะรัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สุรพล พยอมแย้ม. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการผลิตตำรา
และเอกสารการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2541.

สุวิมล ตีรกานันท์. การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช,
2525.

อรุณ รักธรรม. การพัฒนาและการฝึกอบรมบุคคล: ศึกษาเชิงพฤติกรรม. 2534.

อะแดร์, จอห์น, อีริค. เป็นผู้นำที่ดีให้ได้ คำว่าเจ้านายจะตามมาเอง. แปลโดย สุริยา ศศิณ.

กรุงเทพฯ: Good Morning, 2546.

อักรพล วรรณสุทธะ. ภาวะผู้นำในการเสริมสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: ศึกษา
กรณีเปรียบเทียบบ้านศิลาภิรักษ์กับบ้านถิ่นตำราญ อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

อินสอน บัวเขียว. สาระสำคัญ การบริหารงานชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พิราบ, 2546.

ภาษาอังกฤษ

Pace,R.W., Smith P.C. & Mills,G.E. Human resource development: The Field. New Jersey:
Prentice Hall, 1991.

Philip, K. Marketing Management. The Millennium Edition: Prentice-Hall, 2000.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

คำถามการวิจัย

ชื่อกลุ่ม.....ตำบล.....อำเภอ.....

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ระดับสินค้าของกลุ่ม

<input type="checkbox"/> 1. ระดับ 1 ดาว	<input type="checkbox"/> 2. ระดับ 2 ดาว
<input type="checkbox"/> 3. ระดับ 3 ดาว	<input type="checkbox"/> 4. ระดับ 4 ดาว
<input type="checkbox"/> 5. ระดับ 5 ดาว	
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

<input type="checkbox"/> 1. ประเภทอาหาร	<input type="checkbox"/> 2. ประเภทเครื่องดื่มน้ำ
<input type="checkbox"/> 3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย	<input type="checkbox"/> 4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง
<input type="checkbox"/> 5. ประเภทศิลปประติมากรรม และของที่ระลึก	<input type="checkbox"/> 6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
3. กลุ่มเริ่มตั้งขึ้นเมื่อ (วัน เดือน ปี) รวมระยะเวลาดำเนินการ.....ปี
4. จำนวนสมาชิกครั้งแรกเมื่อเริ่มตั้งกลุ่ม.....คน จำนวนสมาชิกของกลุ่มในปัจจุบัน.....คน เหตุที่เพิ่ม/หรือลดจำนวนสมาชิก เพราะว่า.....
5. สมาชิกร่วมกันตั้งกลุ่มขึ้นเอง หรือได้รับการสนับสนุนจากบุคคลหรือหน่วยงานอื่น

<input type="checkbox"/> ตั้งขึ้นเอง (ข้ามไปข้อ 6)	
<input type="checkbox"/> ได้รับการสนับสนุน	

 - 5.1. กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากใคร.....
 - 5.2. ระยะเวลาที่ได้รับการสนับสนุนจำนวน.....ปี
 - 5.3. ปัจจุบันยังได้รับการสนับสนุนหรือไม่

<input type="checkbox"/> ได้ เพราะว่า	
<input type="checkbox"/> ไม่ได้ เพราะว่า	
6. กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่นับตั้งแต่เริ่มต้น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ถ้าเพิ่มจำนวนเท่าไร (รายได้ หมายถึง รายรับ-รายจ่าย)

ปี พ.ศ. 2544	ปี พ.ศ. 2547.....
ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2548.....
ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2549.....

ชื่อกลุ่ม..... ตำบล..... อำเภอ.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() 1. ไม่ได้เรียน

() 2. ต่ำกว่าประถมศึกษา

() 3. ประถมศึกษาหรือเทียบเท่า

() 4. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า

() 5. มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า

() 6. อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า

() 7.ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() 8. อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของประธานกลุ่มต่อการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของ กลุ่ม ได้แก่ บทบาทด้านการประสานงาน บทบาทด้านการวางแผน บทบาทด้านการจูงใจ บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา และบทบาทด้านการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่าน โดยให้ท่านเลือกตอบว่า ประธานกลุ่มของท่านแสดงการกระทำระดับใดในบทบาทแต่ละด้าน

คำถาม	ระดับการกระทำ				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. บทบาทด้านการประสานงาน					
1.1 ประธานสร้างความมั่นใจในการนำกลุ่มไปสู่ความสำเร็จ					
1.2 ประธานกระตุ้นสมาชิกให้ร่วมมือกันในการทำงาน					
1.3 ประธานชี้แจงนโยบายและวัตถุประสงค์กลุ่มอย่างชัดเจน					
1.4 ประธานชี้แจงวิธีการปฏิบัติงานให้สมาชิกเข้าใจก่อนมอบหมายงาน					
1.5 ประธานสั่งการเป็นลายลักษณ์อักษร หรือวาจาอย่างชัดเจนเข้าใจง่าย					

คำถาม	ระดับการกระทำ				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.6 ประชาชนขอความช่วยเหลือ/สนับสนุนกับหน่วยงานรัฐ และ/หรือ องค์กรเอกชนเพื่อสนับสนุนการทำงาน					
1.7 ประชาชนแลกเปลี่ยนความรู้ แนวความคิด และการเรียนรู้ กับหน่วยงานรัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน ในการพัฒนา ศักยภาพกลุ่ม					
<u>2. บทบาทด้านการวางแผน</u>					
2.1 ประชาชนกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการทำงาน ชัดเจน					
2.2 ประชาชนวางแผน โดยคำนึงถึงสถานการณ์ภายนอก เช่น สังคม และวัฒนธรรมเศรษฐกิจ คู่แข่งขัน เป็นต้น					
2.3 ประชาชนกำหนดแผนงานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตาม สถานการณ์ในปัจจุบัน					
2.4 ประชาชนอธิบายแผนการทำงานอย่างชัดเจน สมาชิก สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง					
2.5 ประชาชนประชาสัมพันธ์แผนงานของกลุ่มให้กับสมาชิก ทราบ					
2.6 ประชาชนเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการกำหนด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายกลุ่ม					
2.7 ประชาชนจัดการประเมินผลแผนการทำงานและนำข้อมูล เหล่านั้นมาปรับปรุง และพัฒนาแผนการทำงานให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น					

3. บทบาทด้านการจูงใจ					
3.1 ประธานยกย่อง ชมเชย สมาชิกที่ปฏิบัติงานได้ผลตามเกณฑ์ที่กำหนด					
3.2 ประธานจะให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อสมาชิกทำงานผิดพลาด					
3.3 ประธานจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกในการปฏิบัติงาน เช่น สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และ/หรือ เครื่องจักร เป็นต้น					
3.4 ประธานจัดหาเงินทุน และ/หรือสวัสดิการให้แก่สมาชิกในการปฏิบัติงาน					
3.5 ประธานพิจารณาความคิดเห็นความชอบของสมาชิกตามหลักเกณฑ์ และยุติธรรม					
3.6 ประธานปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนอย่างเสมอภาคกัน					
4. บทบาทด้านการให้คำแนะนำปรึกษา					
4.1 ประธานพร้อมที่จะให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิก					
4.2 ประธานสนับสนุนและกระตุ้นให้สมาชิกรู้จักการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง					
4.3 ประธานใส่ใจในปัญหาของสมาชิกและติดตามแก้ไขจนหมดปัญหา					
4.4 ประธานสนับสนุนสมาชิกให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน					
4.5 ประธานสอนงานสมาชิกโดยสอนและฝึกทีละเรื่องอย่างเป็นขั้นตอนเข้าใจง่าย					
4.6 ประธานสอนงานสมาชิกโดยเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วม เช่น ลงมือฝึกหัดด้วยตนเอง					
4.7 สมาชิกสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการสอนงานจากประธานไปปฏิบัติได้จริง					

คำถาม	ระดับการกระทำ				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
<u>5. บทบาทด้านการตลาด</u>					
5.1 ประธานเป็นบุคคลสำคัญเมื่อกลุ่มจัดกิจกรรมด้านการตลาด					
5.2 ประธานจัดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อปรับเปลี่ยนสินค้าและ/หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
5.3 ประธานกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน					
5.4 ประธานพัฒนาสินค้าของกลุ่ม เช่น เติมความเป็นไทยลงไป รูปแบบสินค้าทันสมัย และ/หรือการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต เป็นต้น					
5.5 ประธานจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม เช่น ขายเอง ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และ/หรือการร่วมทุน เป็นต้น					
5.6 ประธานศึกษาข้อมูลทั้งภายในและภายนอกกลุ่มเพื่อกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมระหว่างต้นทุนและคุณค่าที่ตลาดยอมรับ					
5.7 ประธานติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูง บอกกล่าว และย้าเตือนลูกค้า ถึงสินค้าของกลุ่ม ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และ/หรือการประชาสัมพันธ์					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความสำเร็จของกลุ่มในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

คำถาม	ระดับการกระทำ				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้					
1.1 สมาชิกกลุ่มมีความสามัคคีปรองดองช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานกลุ่ม					
1.2 สมาชิกกลุ่มร่วมกันกำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน แนวทางการแก้ไขปัญหา การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผลงานของกลุ่ม					
1.3 กลุ่มของท่านประสานงานกับกลุ่มอื่น หน่วยงานรัฐ และ/หรือองค์กรเอกชนในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความช่วยเหลือ					
1.4 กลุ่มของท่านสามารถจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ หรือมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น					
2. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกลุ่ม					
2.1 กลุ่มของท่านนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและ/หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์					
2.2 กลุ่มของท่านนำทรัพยากรที่หาได้ในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นหลัก					
2.3 กลุ่มของท่านมีการพัฒนาวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตอย่างสม่ำเสมอ					
2.4 กลุ่มของท่านมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม					

คำถาม	ระดับการกระทำ				
	1	2	3	4	5
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรของมนุษย์					
3.1 กลุ่มของท่านจัดการฝึกอบรม หรือสอนแนะสมาชิกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความรู้ความชำนาญ และทักษะใหม่ๆในการผลิตผลิตภัณฑ์					
3.2 กลุ่มของท่านสนับสนุนสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมการสัมมนา ๑ งานเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้กับกลุ่มอื่น และ/หรือหน่วยงานอื่น					
3.3 กลุ่มของท่านส่งเสริมให้บุคคลมีกำลังใจ ใฝ่หาความรู้ และปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น					
3.4 กลุ่มของท่านสนับสนุนให้สตรีเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม					

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
4. การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตระดับบุคคล		
4.1 ท่านมีงานทำจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์		
4.2 ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์		
4.3 ท่านมีเงินออมจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์		
4.4 ท่านมีภาระหนี้สินลดลงจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์		

5. กลุ่มของท่านจะสามารถดำเนินการต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

- () เห็นด้วย เพราะว่า.....
-
- () ไม่เห็นด้วย เพราะว่า.....
-

ภาคผนวก ข

เกณฑ์การคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) ปีพ.ศ. 2547

ในปีพ.ศ. 2547 คณะอนุกรรมการบริหารหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้กำหนดแนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปีพ.ศ. 2547 โดยมีหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ดังนี้

1.1 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร (Product Classification) แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. **ประเภทอาหาร** หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น
2. **ประเภทเครื่องดื่มน้ำ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย จิงผงสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น
3. **ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย** หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น
4. **ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆรวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โถ๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น
5. **ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก** หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. **ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร** หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

1.2 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เกณฑ์การคัดสรร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ชื่อกลุ่ม จำนวนสมาชิกกลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์ ชื่อหัวหน้ากลุ่ม สถานที่ตั้ง และการติดต่อกลุ่ม

2) สถานะของกลุ่ม

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน 3 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต

1.2 การขยายแรงงาน หมายถึง จำนวนแรงงาน หรือ เครื่องจักร อุปกรณ์ หรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

1.3 การรักษาสິงแวดล้อมในกระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงใด และมีระบบในการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมหรือไม่

1.4 ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อการจำหน่าย หมายถึง เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากและหลายครั้ง สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่ เพียงใด

2) ด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า หมายถึง แหล่งจำหน่ายที่นำสินค้าไปขาย

2.2 รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือน เทียบกับปริมาณการจำหน่ายในรอบ 12 เดือนที่แล้ว

2.3 ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง การมีลูกค้าใหม่หรือลูกค้าเก่าอย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างและการสั่งซื้อเป็นอย่างไร

2.4 ช่องทางการจำหน่าย หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้า เช่น จำหน่ายเอง ผ่านคนกลางทั้งในและต่างประเทศ

3) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

3.1 ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม หมายถึง จำนวนปี นับจากการที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจ หรือเพิ่มผลผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เอง หรือเมื่อเริ่มรวมกลุ่ม แต่ยังไม่มีการผลิต

3.2 ที่มาของแหล่งทุน หมายถึง ที่มาของเงินทุนดำเนินงาน ได้มาจากการระดมหุ้นจากสมาชิก หรือการกู้ยืมจากแหล่งต่างๆ

3.3 การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มที่มีระเบียบ โครงสร้างองค์กรกลุ่มที่ชัดเจน มีกฎระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร หรือข้อตกลงร่วมกัน รวมทั้งกลุ่มที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และรวมตัวกันเอง โดยธรรมชาติ

3.4 ระบบการทำบัญชี หมายถึง การบันทึกบัญชีเมื่อมีรายรับรายจ่ายของกลุ่มเกิดขึ้น

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 ที่มาของรูปแบบ สี สัน ขนาด ส่วนประกอบ ของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะและที่มาของรูปแบบ และสี สันของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยวิธีการใด

1.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี หมายถึง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้มีการพัฒนามาอย่างไร จากใคร

1.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

1.4 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2) ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

2.1 เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประวัติความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ วิธีการผลิต หรือภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หมายถึง มีการนำความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิตที่สืบสานมาจากบรรพบุรุษในท้องถิ่นนั้นๆมาใช้ในการผลิตมากน้อยเพียงใด

ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ประเภทอาหาร

- 1) กรณีอาหารบริโภคสด
- 2) กรณีอาหารแปรรูป

ประเภทเครื่องดื่ม

- 1) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
- 2) เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

- 1) กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
- 2) กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ

ประเภทของใช้ และของประดับตกแต่ง

- 1) กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
- 2) กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ

ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก

- 1) กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
- 2) กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ

ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

- 1) กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ
- 2) กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ

1.3 หลักเกณฑ์การให้คะแนน

1. ประเภทอาหาร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)

1. ด้านการผลิต 4 ข้อ (16 คะแนน)
2. ด้านการตลาด 4 ข้อ (12 คะแนน)
3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ (12 คะแนน)

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ (20 คะแนน)
2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ (10 คะแนน)

ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (1 ข้อ 30 คะแนน)

1. กรณีอาหารบริโภคสด (30 คะแนน)
2. กรณีอาหารแปรรูป (30 คะแนน)

รวม 100 คะแนน

2. ประเภทเครื่องดื่ม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)

1. ด้านการผลิต 4 ข้อ (16 คะแนน)
2. ด้านการตลาด 4 ข้อ (12 คะแนน)
3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ (12 คะแนน)

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ (20 คะแนน)
2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ (10 คะแนน)

ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์

1. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (30 คะแนน)
2. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (30 คะแนน)

รวม 100 คะแนน

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)

1. ด้านการผลิต 4 ข้อ (16 คะแนน)
2. ด้านการตลาด 4 ข้อ (12 คะแนน)
3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ (12 คะแนน)

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ (20 คะแนน)
2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ (10 คะแนน)

ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์

1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)
2. กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)

รวม 100 คะแนน

4. **ประเภทของใช้ และของประดับตกแต่ง** ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่
- ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)
- ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)
1. ด้านการผลิต 4 ข้อ (16 คะแนน)
 2. ด้านการตลาด 4 ข้อ (12 คะแนน)
 3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ (12 คะแนน)
- ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ (20 คะแนน)
 2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ (10 คะแนน)
- ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์
1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)
 2. กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)
- รวม 100 คะแนน
5. **ประเภทศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก** ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่
- ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)
- ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)
1. ด้านการผลิต 4 ข้อ (16 คะแนน)
 2. ด้านการตลาด 4 ข้อ (12 คะแนน)
 3. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ (12 คะแนน)
- ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ (20 คะแนน)
 2. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ (10 คะแนน)
- ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์
1. กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)
 2. กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ (30 คะแนน)
- รวม 100 คะแนน

6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ข้อมูลทั่วไป 2 ข้อ (ไม่มีคะแนน)

ส่วน ข. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน (12 ข้อ 40 คะแนน)

- | | | |
|----|--------------------------------|------------|
| 1. | ด้านการผลิต 4 ข้อ | (16 คะแนน) |
| 2. | ด้านการตลาด 4 ข้อ | (12 คะแนน) |
| 3. | ด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4 ข้อ | (12 คะแนน) |

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านตัวผลิตภัณฑ์ 2 ด้าน (6 ข้อ 30 คะแนน)

- | | | |
|----|--|------------|
| 1. | ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ | (20 คะแนน) |
| 2. | ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ | (10 คะแนน) |

ส่วน ง. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์

- | | | |
|----|--|------------|
| 1. | กรณีผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ | (30 คะแนน) |
| 2. | กรณีผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรองรับ 1 ข้อ | (30 คะแนน) |

รวม 100 คะแนน

1.4 การจัดระดับสินค้า

การจัดระดับสินค้าจะเน้นไปที่คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ตามหลักเกณฑ์การพิจารณา โดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ซึ่งแบ่งคะแนนออกเป็นด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน ด้านตัวผลิตภัณฑ์ และด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. **ระดับ 5 ดาว** (ได้คะแนน 90 คะแนนขึ้นไป) คือ สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. **ระดับ 4 ดาว** (ได้คะแนน 80-89 คะแนนขึ้นไป) คือ สินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้
3. **ระดับ 3 ดาว** (ได้คะแนน 70-79 คะแนนขึ้นไป) คือ สินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. **ระดับ 2 ดาว** (ได้คะแนน 50-69 คะแนนขึ้นไป) คือ สินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. **ระดับ 1 ดาว** (ได้คะแนนต่ำกว่า 50) คือ สินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมา และยากต่อการพัฒนา

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุทธาวรรณ เทพอารักษ์ เกิดเมื่อวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2523 ที่จังหวัดลพบุรี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ (เกียรตินิยมอันดับสอง) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2544 เมื่อจบการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้ว ได้เข้าทำงานในตำแหน่งเลขานุการฝ่ายบริหาร บริษัท ยู ซี บี ฟาร์มา ไทยแลนด์ (จำกัด) ในปีพ.ศ. 2545 และลาออกในปีพ.ศ. 2546 เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย