



กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา โดยใช้ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ Porter (Porter's Diamond Model) และการวิเคราะห์ตามแนวคิดการประเมินผลตามแบบจำลอง CIPP ร่วมกับแนวคิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การประเมินผลสัมฤทธิ์โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ ผลผลิต (Output) ผลกระทบ (Impact) และประโยชน์ (Utility)

2.1 แนวคิดการสร้างความสามารถในการแข่งขันของ Porter (Porter's Diamond Model)

Michael E. Porter ได้นำเสนอสิ่งที่เรียกว่า Diamond ที่เกี่ยวพันกันในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสี่ กับบทบาทของรัฐหรือนโยบายที่มีผลต่อธุรกิจ และโอกาสหรือสิ่งที่ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งแนวคิด Diamond นี้ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition)

ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต คือ สิ่งจำเป็นต่อการแข่งขันที่ป้อนเข้าไปในองค์กรธุรกิจ ในแต่ละอุตสาหกรรม เช่น แรงงาน ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ ทุน และระบบสาธารณูปโภค โดยแต่ละประเทศจะมีปัจจัยเหล่านี้ในระดับที่แตกต่างกันไป ที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันจากปัจจัยนี้จะขึ้นอยู่กับว่าปัจจัยเหล่านั้นถูกใช้ไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามความซับซ้อน คือ

1) ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตขั้นพื้นฐาน (Basic Factors) ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ แรงงาน ได้แก่ แรงงานไร้ฝีมือ และแรงงานกึ่งฝีมือ และสินค้าประเภททุน เช่น เครื่องมือเครื่องจักร เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตขั้นซับซ้อน (Advanced Factors) ได้แก่ โครงสร้างการสื่อสารโทรคมนาคมด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ระดับความรู้ประชาชน ทักษะฝีมือแรงงาน บุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น วิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตขั้นพื้นฐานเป็นสิ่งที่ได้รับมาโดยการสืบทอดจากในอดีต หรือสามารถสร้างขึ้นด้วยการลงทุน ส่วนอุปทานขั้นซับซ้อน คือสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศให้เกิดขึ้น การสร้างอุปทานขั้นซับซ้อนขึ้นมาจะต้องอาศัยการลงทุนเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกปัจจัยอุปทานออกตามระดับของความเจาะจงของอุปทานได้อีก 2 ประเภท คือ

3) ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตโดยทั่วไป (Generalized Factors) เป็นปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนแก่ความสามารถโดยรวมของประเทศหรือเป็นประโยชน์ต่อทุกประเภทกิจการ

4) ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตเฉพาะเจาะจง (Specialized Factors) เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมบางชนิดเท่านั้น

ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตเฉพาะเจาะจงนั้นจะส่งผลให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศนั้นมีความยั่งยืนมากกว่าอุปทานโดยทั่วไป เนื่องจากอุปทานโดยทั่วไปนั้นจะสนับสนุนเพียงแค่ความได้เปรียบในแบบพื้นฐาน ในขณะที่ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตเฉพาะเจาะจงจะต้องอาศัยการลงทุนและการควบคุมที่มากกว่า และยังมีความเสี่ยงในการที่จะประสบความสำเร็จสูงกว่าด้วย ความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศที่สำคัญและยั่งยืนที่สุดนั้น จะสามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีทั้งปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตขั้นซับซ้อนและปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตเฉพาะเจาะจงอย่างเพียงพอ

ในบางกรณีความเสียเปรียบในปัจจัยบางชนิดอาจก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการใหม่ๆ เพื่อขจัดจุดอ่อน

มักจะมากกว่าการคิดค้นเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ และในหลายกรณีการคิดค้นเทคนิคใหม่ๆ เพื่อลดความเสียหายเปรียบที่มึ้นนั้น ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต แต่อาจก่อให้เกิดปัจจัยใหม่ขึ้นอีกด้วย ปัจจัยหรืออุปสรรคที่มักก่อให้เกิดการคิดค้นใหม่ๆ ได้แก่ ความเสียหายเปรียบด้านต้นทุน การขาดแคลนแรงงาน ค่าจ้างแรงงานแพง ปัญหาทางภูมิอากาศและภูมิประเทศ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Condition)

ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์ คือ ความต้องการของตลาดภายในที่มีต่อสินค้าหรือบริการในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท ความต้องการดังกล่าวจะช่วยสร้างและช่วยเร่งให้เกิดการพัฒนาและคิดค้นใหม่ๆ แก่องค์กรธุรกิจ การพิจารณาปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์สามารถแบ่งการพิจารณาออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ องค์ประกอบของอุปสงค์ภายในประเทศ ขนาดและรูปแบบในการขยายตัวของตลาดภายในประเทศ และกลไกการค้าขายสินค้าจากตลาดภายในประเทศออกสู่ตลาดโลก

1) องค์ประกอบของอุปสงค์ภายในประเทศ (Home Demand Composition) การที่อุปสงค์ภายในประเทศจะมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศได้มากที่สุดนั้น เกิดจากการผสมผสานลักษณะของผู้บริโภคภายในประเทศ องค์ประกอบของความต้องการภายในประเทศ จะเป็นตัวกำหนดวิธีขององค์กรธุรกิจที่ใช้ในการสังเกต ตีความ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อาทิ การออกแบบสินค้าจะสะท้อนความต้องการของตลาด การที่อุปสงค์ของตลาดภายในประเทศจะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศนั้นต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ 1. ผู้ผลิตต้องสามารถจำแนกโครงสร้างของอุปสงค์ออกเป็นส่วนๆได้ 2. ผู้บริโภคต้องมีความละเอียดอ่อนและมีความจริงจังในการซื้อ 3. ความต้องการของผู้บริโภคต้องสะท้อนถึงความต้องการที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2) ขนาดและรูปแบบในการขยายตัวของตลาดภายในประเทศ (Demand Size and Pattern of Growth) ขนาดและรูปแบบในการขยายตัวของตลาดภายในประเทศจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ หากมีองค์ประกอบดังนี้ คือ 1. ขนาดของตลาดภายในประเทศต้องใหญ่เพียงพอ (Size of Home Demand) 2. จำนวนผู้ซื้อที่มากเพียงพอ (Number of Independent Buyers) 3. การขยายตัวของตลาดภายในประเทศในอัตราที่สูง (Rate of Growth of Home Demand) 4. ความสามารถของตลาดในประเทศที่สะท้อนถึงความต้องการของตลาดใน

อนาคต (Early Home Demand) 5. การอิ่มตัวที่รวดเร็วของตลาดภายในประเทศ (Early Saturation)

3) กลไกการขยายการค้าจากตลาดภายในประเทศสู่ตลาดโลก (Internationalization of Domestic Demand) การที่สินค้าใดสินค้าหนึ่งได้ออกจากตลาดภายในประเทศไปสู่ต่อสายตาของตลาดโลกจะช่วยเร่งให้เกิดความต้องการและเกิดแรงผลักดันต่อสินค้าและบริการนั้นๆ หากผู้บริโภคในประเทศนั้นเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อข้ามชาติ หรือเป็นผู้บริโภคที่เดินทางไปประเทศต่างๆ เป็นประจำจะช่วยให้เกิดการสร้างฐานลูกค้าที่มีรสนิยมเหมือนตลาดภายในประเทศเพียงแต่อยู่นอกประเทศ หากความต้องการของตลาดภายในประเทศสามารถสร้างความต้องการของตลาดภายนอกประเทศจะช่วยให้ประเทศมีความได้เปรียบทางการค้าและการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

3. ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and Supporting Industries)

การพิจารณาปัจจัยด้านความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่องสามารถแบ่งการพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีอุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบที่จำเป็น และความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

1) ความได้เปรียบจากการมีอุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบที่จำเป็น (Competitive Advantage in Supplier Industries) อุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตภายในประเทศทำการผลิตวัตถุดิบที่จำเป็นอย่างเพียงพอ เป็นสิ่งที่พึงประสงค์มากกว่าการพึ่งพาวัตถุดิบที่จำเป็นจากต่างประเทศ การมีผู้ผลิตภายในประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันบนเวทีระดับโลก จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้แก่อุตสาหกรรมที่อยู่ปลายน้ำในหลายวิธี เช่น ความมีประสิทธิภาพของวัตถุดิบ ความรวดเร็วในการส่งมอบวัตถุดิบและเครื่องจักรที่จำเป็น และการมีต้นทุนต่ำ เป็นต้น นอกจากนี้ประโยชน์ที่องค์กรธุรกิจจะได้รับจากผู้ผลิตวัตถุดิบภายในประเทศมากกว่าผู้ผลิตจากต่างประเทศคือ ความร่วมมือกันในการค้นคิดสิ่งใหม่ๆ และการพัฒนาวิธีการผลิตสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

2) ความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Competitive Advantage in Related Industries) การคงอยู่ของอุตสาหกรรมต่อเนื่องภายในประเทศอย่างมั่นคงและแข็งแรง จะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ผ่านการพัฒนาเทคโนโลยี วิธีการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด การบริการ หรือการสร้าง

พันธมิตรระหว่างองค์กรธุรกิจ ความสำเร็จที่เกิดขึ้นนอกตลาดภายในประเทศของอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่งจะช่วยสร้างกระแสของความต้องการสินค้าหรือบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่เกิดขึ้นได้นั้น มักเกิดจากความร่วมมือของ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในด้านการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ หรือจากความร่วมมือในการทำ กิจกรรมที่เป็นแกนหลักและมีความสำคัญต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเหล่านั้น

4. กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจเป็นปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่กำหนด ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเกี่ยวพันถึงวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของคนในท้องถิ่นของ ประเทศที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์และโครงสร้างในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งมีส่วนอย่างมาก ในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม Porter ยังเชื่อว่าการแข่งขันที่รุนแรง ภายในประเทศรวมทั้งการแข่งขันทางด้านราคา และการแข่งขันทางด้านอื่นๆ ย่อมจะนำองค์กร ไปสู่ความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันสูงในระดับนานาชาติ เพราะผู้ประกอบการจะ ถูกกดดันจากการแข่งขันให้ต้องพัฒนาที่นำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการผลิตในที่สุด

องค์ประกอบที่สำคัญนอกเหนือจากองค์ประกอบทั้ง 4 ที่มีผลต่อความสามารถในการ แข่งขันนั้นมีอีก 2 ประการคือ บทบาทของรัฐบาล (Role of Government) คือกรอบที่จะสร้าง เสริมหรือบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศนั้นๆ ได้ โดย Porter เสนอว่า บทบาทที่เหมาะสมของรัฐบาลจะเป็นเพียง การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจและการเมืองที่ชัดเจนมี เสถียรภาพ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการอุปทานพื้นฐานและองค์กรสาธารณะ และองค์ประกอบอีกประการคือ โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance) คือ สิ่ง ที่เปลี่ยนแปลงไปโดยอยู่นอกเหนือการควบคุมขององค์กรธุรกิจ อาทิ การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ สำคัญ (breakthroughs) การเกิดสงครามภัยพิบัติ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านราคาใน ตลาดโลกที่ฉับพลัน สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นได้ทั้งวิกฤตและโอกาสสำหรับองค์กร ซึ่งมีผลต่อ ความสามารถในการแข่งขัน

2.2 แนวคิดการประเมินผลตามแบบจำลอง CIPP

Daniel L. Stufflebeam แห่ง Ohio State University และคณะ ได้เสนอแบบจำลอง CIPP (Context – Input – Process – Product) เพื่อการประเมินผลโครงการ Stufflebeam ให้ความหมายของการประเมิน คือ เป็นกระบวนการของการวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ "Evaluation is the process of delineating, obtaining and using information for judging alternative decision"

รูปแบบของการประเมินแบบ CIPP Model นี้ไม่เพียงแต่ประเมินว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ แต่ยังเป็น การประเมินเพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เพื่อช่วยในการ ซึ่งแบบจำลอง CIPP เป็นการประเมินใน 4 ด้าน คือ การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อม (Context Evaluation) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) และการประเมินผลผลิต (Product Evaluation) ซึ่งรายละเอียดของการประเมินด้านต่างๆ มีดังนี้

1. การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อม (Context Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อให้ได้มาซึ่งเหตุผลเพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ จะเน้นในด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม จัดเป็นการวิเคราะห์ภาพรวม (Macro Analysis) เป็นตัวกำหนดขอบเขตของการประเมิน การบรรยาย และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม วิธีการประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อม มี 2 วิธี คือ

1) Contingency Mode เป็นการประเมินเพื่อหาโอกาสและแรงผลักดันจากภายนอกระบบเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมโครงการให้ดีขึ้น โดยใช้การสำรวจปัญหาภายในขอบเขตที่กำหนดอย่างกว้างๆ คำถามมักจะขึ้นต้นว่า "ถ้า.....แล้ว"

2) Congruence Mode เป็นการประเมินโดยเปรียบเทียบระหว่างการปฏิบัติจริง (Actual result) กับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การประเมินแบบนี้ทำให้ทราบว่า วัตถุประสงค์ใดบ้างที่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้

การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อม จะได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับระบบ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหาร ในทางปฏิบัติควรจะมีการประเมินเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลทั้งที่เป็น Contingency Mode และ Congruence Mode การกำหนดเป้าหมายและคุณค่าของระบบ จำเป็นต้องมีการตรวจสอบ เพื่อดูว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่ต้องใช้วิธีแบบ Congruence Mode แต่ในสภาพของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามความต้องการของบุคคลและ

สถานที่นั้น ควรใช้วิธี Contingency Mode เพื่อตัดสินใจว่าเป้าหมายและนโยบายเดิมควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ดังนั้นในการประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อมทั่วไปควรใช้การประเมินทั้ง 2 แบบ เพราะ Congruence Mode จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของวัตถุประสงค์แต่ Contingency Mode เป็นไปเพื่อการปรับปรุง ในรายงานที่เกี่ยวกับบริบทหรือสภาวะแวดล้อมนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดทิศทางของหน่วยที่จะประเมิน เพื่อที่จะได้สอดคล้องกับนโยบายและการตัดสินใจในการบริหารของระบบ ดังนั้น จึงต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างนักประเมินกับผู้บริหาร นักประเมินต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการตัดสินใจในปัจจุบัน และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ต้องใช้เพื่อการตัดสินใจในอนาคตให้แก่ผู้บริหาร

2. การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) เป็นการจัดหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจความเหมาะสมของแผนงานต่างๆที่จัดขึ้น โดยดูว่าข้อมูลนั้นจะมีส่วนช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายของโครงการหรือไม่ ซึ่งมักจะประเมินในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถของหน่วยงาน ยุทธวิธีที่ใช้ในการบรรลุวัตถุประสงค์ การได้รับความช่วยเหลือต่างๆที่จะทำให้โครงการดำเนินไปได้ เช่น เวลา เงินทุน หน่วยงานที่ช่วยเหลือ อาคารสถานที่ และผลที่ได้จากการประเมินปัจจัยเบื้องต้นคือ การวิเคราะห์รูปแบบของวิธีการที่ใช้ในรูปของต้นทุนและผลได้ (Cost and Benefit) การประเมินปัจจัยเบื้องต้นจะแตกต่างจากการประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อมคือ การประเมินปัจจัยนำเข้าเป็นการทำเฉพาะกรณีนั้น ภายใต้โครงการเท่านั้น

3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เมื่อแผนได้รับการอนุมัติและดำเนินการแล้ว การประเมินกระบวนการเป็นการประเมินเพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) แก่ผู้รับผิดชอบและผู้ดำเนินการทุกลำดับชั้น เป็นการประเมินขณะกำลังดำเนินการ หรือประเมินในเชิงความก้าวหน้าเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา การประเมินกระบวนการมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อใหญ่ๆคือ

- เพื่อหาข้อบกพร่องของกระบวนการ หรือการดำเนินตามขั้นตอนที่วางไว้
- เพื่อรวบรวมสารสนเทศสำหรับผู้ตัดสินใจและวางแผน
- เพื่อเป็นรายงานสะสมถึงการปฏิบัติต่างๆที่เกิดขึ้น

4. การประเมินผลผลิต (Product Evaluation) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดและแปลความหมายของความสำเร็จ ระเบียบวิธีต่างๆไปของการประเมินผลผลิต จะรวมถึงต่างๆต่อไปนี้เข้าด้วยกัน คือ การดูว่าการกำหนดวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรมคืออะไร การเปรียบเทียบผลที่ได้กับมาตรฐานที่กำหนดไว้ก่อนและทำการแปลความหมายของเหตุที่เกิดขึ้นโดยอาศัยจากรายงาน การประเมินสภาพแวดล้อม ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการร่วมด้วย รูปแบบการประเมินแบบ

CIPP นี้เป็นการประเมินทั้งระบบ ผู้ประเมินต้องประเมินทั้ง 4 ด้าน แล้วนำมาพิจารณาความสอดคล้องสัมพันธ์กัน

2.3 แนวคิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (กิตติ ลิ้มสกุล, 2545 : 1-5) เป็นแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น โดยประชาชนมีส่วนร่วม เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน แนวคิดนี้ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ 1 ประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

หลักการพื้นฐาน 3 ข้อของโครงการ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำให้เป็นจริงด้วยกระบวนการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างจากกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความทำทหายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาและตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ.2544 การดำเนินงานตามโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

หลักการและเหตุผล มีดังนี้ คือ

1. การให้การสนับสนุน (Support) มากกว่าการให้เงินช่วยเหลือ (Sudsidy) หลักการของขบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่างๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการช่วยเหลือด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาด

2. นโยบายหลัก 3 ประการ

1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

2) มีเอกลักษณ์มีชื่อเพียงหนึ่งเดียว จึงต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน

3) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

3. กิจกรรมหลัก

1) ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ประเทศและตลาดโลก

2) ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของกรม กอง กระทรวง จังหวัด เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี

แนวคิดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นเป็นแนวคิดที่เน้นการพัฒนาในระดับรากหญ้าซึ่งถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนด้วยกัน คือ ส่วนแรก จะเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนที่สอง จะเป็นการศึกษาถึงงานวิจัยที่ใช้แบบจำลอง CIPP ในการวิเคราะห์ ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมามีดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ได้มีงานที่ศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการเข้าร่วมโครงการ โดย กิตติยาพรรณ โพธิ์ล้ำ (2548) ได้ศึกษาการติดตามประเมินผลโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา ผ้าไทย โดยใช้แบบจำลอง CIPP ในการศึกษาทัศนคติของเจ้าหน้าที่ของรัฐและประธานกลุ่มทอผ้า ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมาก มีคุณภาพสวยงามเป็นที่รู้จัก สามารถขายออกสู่ตลาดได้พอสมควร สมาชิกในกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้เป็นแรงจูงใจให้สมาชิกหันมาประกอบอาชีพทอผ้ามากขึ้น ในขณะที่เรวัต ธรรมาภิรมย์ (2547) ได้ทำการประเมินผลความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาจังหวัดแพร่ โดยใช้แบบจำลอง CIPP ผลการศึกษาพบว่า การประเมินบริบทหรือสภาพแวดล้อมนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับปานกลาง ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า และผลการประเมินกระบวนการ ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีทรัพยากรที่เหมาะสมเพียงพอที่เอื้อต่อความสำเร็จและการบริหารจัดการกลุ่มเอื้อต่อความสำเร็จในระดับสูงมาก ส่วนผลการประเมินปัจจัยภายนอกผู้ผลิตได้รับประโยชน์สูงมากคือสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการรวมกลุ่มและณัฐนันท์ หอมวิเศษวงศา (2547) ศึกษาการพัฒนาแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบจากการดำเนินงานตามโครงการ ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นหลังจากที่เข้าร่วมโครงการ ทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้นกว่าเดิม ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ทำให้ปัญหาด้านสังคมลดลง พร้อมกับมีข้อเสนอแนะคือให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ที่ทางกลุ่มต้องการ นอกจากนี้ สิ้นันท์ นันทิกจามร (2546) ยังศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ความชัดเจนและความเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์โครงการมีความสอดคล้องกับหลักการพื้นฐาน 3 ข้อของโครงการฯ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยอดขายที่เพิ่มหลังจากเข้าโครงการของกลุ่มผลิตภัณฑ์

จากงานวิจัยข้างต้น ทำให้ได้ข้อสรุปที่มีความสอดคล้องกันคือ กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นได้ประโยชน์ กล่าวคือ การเข้าร่วมโครงการทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการด้านการสร้างงานสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน

งานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่งานวิจัยของวรภรณ์ เอ็งประยูร (2548) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มคุกกี้ทางตะวันตกแม่บ้านขอนแก่น ตำบลขอนแก่น อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนในการดำเนินงานผลิตสินค้าตามโครงการ OTOP คือ คุณสมบัติผู้นำกลุ่ม ความซื่อสัตย์ของผู้นำและสมาชิก ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มและการที่กลุ่มได้รับคัดเลือกเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การได้รับรางวัลของกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่ม ผลผลิตของกลุ่ม และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต และนันทวัน จันทร์หว่า (2547) ทำการศึกษาความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอโพธิ์ประทับช้าง จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอโพธิ์ประทับช้าง ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการในระดับสูงกว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรท่าตะคล้อ คือผลิตในปริมาณมาก มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมุ่งขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรท่าตะคล้อ ประสบความสำเร็จในระดับพอเพียงซึ่งหมายถึง ผลิตในปริมาณเท่าเดิมและมีตลาดเฉพาะในจังหวัดเท่านั้น

จากงานวิจัยทั้งสองชิ้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ความเข้มแข็งของการรวมกลุ่ม การได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ผลิตสินค้า

OTOP รวมทั้งการได้รางวัลต่างๆ การผลิตสินค้าจำนวนมาก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการมีตลาดต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของพรชัย พรประเสริฐสุข (2547) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสิงห์บุรี มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสิงห์บุรี โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต สร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้า และปรับปรุงด้านการตลาด และเดโช แสนภักดี (2546) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดขอนแก่น พบว่าสมาชิกของกลุ่มอาชีพ จังหวัดขอนแก่นมีส่วนร่วมในโครงการ อยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมนั้นคือ ตำแหน่งทางสังคม ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินโครงการและความคาดหวัง ผลประโยชน์ตอบแทน ส่วนปัญหา อุปสรรค คือ สมาชิกยังขาดทักษะ ความสามารถในการคิดตัดสินใจ ความเข้าใจในเรื่องของตลาด และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ดาราวรรณ วิรุฬห์ผล (2545) ได้ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด และโอกาสทางการตลาดของสินค้าศิลปกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาคเหนือ กรณีศึกษา ผ้าทอตีนจกของจังหวัดแพร่ พบว่า ด้านการผลิตนั้นชาวบ้านไม่สามารถควบคุมการทอผ้าให้เสร็จทันตามกำหนดเวลาและความเชี่ยวชาญในการทอขึ้นอยู่กับทักษะความถนัดเฉพาะตัว ด้านการตลาดนั้นโอกาสคือ ผ้ามีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์มีความประณีต ส่วนปัญหา และอุปสรรคคือ การทอผ้าไม่ได้มาตรฐาน ขาดความรู้ในเรื่องการปรับปรุงคุณภาพผ้า มีการขายตัดราคากันเองและมีคู่แข่งจากจังหวัดอื่น รวมทั้ง ลาวและพม่า พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะให้มีหน่วยงานหรือองค์กรเพื่อทำหน้าที่ดูแลปัญหาที่เกิดขึ้น

จากข้อสรุปของพรชัย ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ในงานศึกษาของเดโชและดาราวรรณ พบว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรค คือ ทักษะของสมาชิกในด้านการผลิต การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่ายังมีปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความรู้ของสมาชิกในกลุ่มที่อยู่ภายใต้โครงการอีกหลายประการ

นอกจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษางานที่ใช้แบบลอง CIPP ในการศึกษาสามารถที่จะสรุปได้ดังนี้ คือ เฉลิมศักดิ์ เย็น สำราญ (2545) ทำการประเมินหลักสูตรเกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยศึกษาตามกรอบการประเมินของแบบจำลอง CIPP เครื่องมือ ที่ใช้ได้แก่ แบบวิเคราะห์เอกสาร และแบบประเมินหลักสูตร ผู้ให้ข้อมูล คือ คณาจารย์ประจำ หลักสูตร คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ร่วม คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) มหาบัณฑิตและ ผู้บังคับบัญชา พบว่า วัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความสอดคล้องกับปัจจัยภายนอก ความ ต้องการของสังคม ความต้องการของผู้เรียนในระดับมากที่สุด (Context) ทางด้านอาจารย์ นักศึกษามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ส่วนประกอบอื่นๆที่สนับสนุนการเรียนการสอนมี ความเพียงพอและสะดวกอยู่ในระดับมาก (Input) การประเมินกระบวนการ (Process) พบว่าด้าน การบริหารหลักสูตร การวัดและประเมินผลการเรียนการสอนมีความเหมาะสมในระดับมาก แต่ กระบวนการเรียนการสอนมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ด้านผลผลิต (Product) นั้นพบว่า มหาบัณฑิตมีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรในระดับมาก ส่วนการประยุกต์เอา ความรู้ไปใช้ในวิชาชีพมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และอุทุมพร ชื่นวิญญา (2545) ประเมิน โครงการหลักสูตรภาษาอังกฤษ ระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนโยธินบูรณะ กรมสามัญศึกษา โดย ใช้แบบจำลองซีบีพีในการประเมิน และทำการศึกษากับผู้บริหาร ครูผู้สอน นักเรียน ผู้ปกครอง อาจารย์ที่ปรึกษา และนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาไปแล้ว พบว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ของ โครงการนี้สอดคล้องกับ พรบ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 9 ในส่วนของแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ ซึ่งเป็นการประเมิน สภาพแวดล้อม (Context) ตามแบบจำลองซีบีพี(CIPP Model) ด้านปัจจัยเบื้องต้น(Input) ซึ่งเป็น เรื่องของโครงสร้างหลักสูตร จำนวนหน่วยการเรียน คุณวุฒิของครู นักเรียนที่ได้รับคัดเลือกให้เรียน มีความเหมาะสมในระดับมาก ส่วนในเรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้า เช่น อาคารสถานที่ ตำราวิชาการ ข่าวสารมีความเพียงพออยู่ในระดับกลาง ส่วนประสิทธิภาพและห้องน้ำมีความ เหมาะสมในระดับน้อย ด้านกระบวนการ (Process) เรื่องการจัดการเรียนการสอน การสนับสนุน สื่อครุภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง การนิเทศครูและการจัดครูเข้าสอนตรงกับวุฒิการศึกษามีความ เหมาะสมในระดับมาก และด้านผลผลิต (Product) นั้นตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการในระดับ ปานกลาง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีงานวิจัยที่ใช้แบบจำลอง CIPP ในการศึกษา 4 งาน โดยมี 2 งานที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย และนอกนั้นเป็นงานที่

เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 7 งาน ซึ่งใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interviews) แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหาและจัดหมวดหมู่ของข้อมูล และใช้วิธีการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test โดยเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการ 5 งาน เป็นงานศึกษาการพัฒนาแนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 1 งาน และการศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด และโอกาสทางการตลาดของสินค้าศิลปกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อีก 1 งาน

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการประเมินผลกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยใช้แบบจำลอง CIPP ในการวิเคราะห์เช่นเดียวกับงานวิจัยข้างต้น และเพิ่มเติมการวิเคราะห์โดยใช้ Diamond Model เพื่อให้สามารถพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันและมีความครอบคลุมในทุกประเด็นได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและการให้การสนับสนุนจากภาครัฐในอนาคตต่อไป