การประเมินโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์: แนวคิด 3 P

The Project of One Tumbon One Product

Evaluation: 3 Concept

บุญสม ハウスขวัญ

บทคัดย่อ

ในการศึกษา การประเมินโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แนวคิด 3 P มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อเสนอปัญจจุบันความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อประเมินทฤษฎีแนวคิด 3P ที่นำไปสู่ปัญจจุบันของความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณที่มีระดับวิจัย คือ ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจาก การสำรวจข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) 3 กลุ่ม คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ (Produce) กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ (Public Authority and Government Officer) และ กลุ่มประชาชน (People) ขนาดตัวอย่างจำนวน 1,838 ตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่มีความสำเร็จ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยในมิติทางด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่าบรรลุในเชิงปริมาณ
Abstract

One Tumbon One Product Evaluation : 3 P, in order to 1) analyze success factors to One Tumbon One Product Project. and 2) Compare attitude of success factors 3 concepts are produce public office and people: 3P. This study used secondary data and surveyed data on One Tumbon One Product Evaluation sample size 1,838 sample, which composed 3 groups: the first group is producer, the second group is public officer and the third group is people.

This research finding The project One Tumbon One Product evaluation is success level importance. Mean value presents for accomplishment compose, people's participant in creating jobs and income, strengthen communities, local wisdom promotion to value added in market, and human resource development promotion. Moreover conclusion of 3 P are the key success of The project One tumbon One Product, are national policy, government leader pay attention to project, Integrative of public policy. Addition success factors is integrative implementation.

Keywords: Administration Concept, One Tumbon One Product, Success Factors
บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่เกิดขึ้นในนโยบายของรัฐบาลไทย ปี พ.ศ. 2544 โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานชาติ โดยนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรือพื้นที่ใกล้เคียงให้เกิดการพัฒนาในระดับบุคคล ชุมชน เป็นตัวอย่างโครงการที่มีระบบการบริหารจัดการในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ประชาชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชน เพื่อให้กลไกทางการตลาดดำเนินงานตามการกระจายสินค้า ทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง และยังส่งเสริมในทางการบริการการพัฒนาตนเอง อาชีพโลก สร้างงาน สร้างรายได้ และขยายเครือข่ายของคุณภาพ เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรการผลิตสินค้า และบริการที่สอดคล้องความต้องการของตลาดทั่วท้องถิ่นและภูมิภาค

แนวคิดและบริบท ของนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาลได้แนวคิดจากโครงการผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One - Village-one-Product: OVOP) ของญี่ปุ่นได้ออกปัจจุบันนี้เป็นแนวทาง 3 ประการคือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ตลาด (Local yet Global Think Globally, Act Locally) 2) การพึ่งตนเองและมีความสร้างสรรค์ (Self-Reliance and Creativity) 3) การพัฒนาบุคคลากร (Human Resource Development) ซึ่งประสบความสำเร็จในระดับท้องถิ่นทั่วประเทศและประเทศต่างๆในอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย ไทย เป็นต้น ได้แนวคิดพื้นฐานดังกล่าวนำมาใช้ในนโยบายของรัฐบาลไทยที่มีภารกิจหน้าที่ในการสร้างความริเริ่มให้ชุมชนสามารถยกระดับฐานความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น แต่เปรียบเทียบแนวคิด และบริบท ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับแนวคิดผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีแนวทางการบริหารที่แตกต่างจากแนวคิดการบริหารของผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ในญี่ปุ่น โจวิชิ (Nobuya Haraguchi, 2008, p. 18) ได้เรียนบทความวิจัยเรื่อง“The One-Village-
One-Product (OVOP) movement: What it is, how it has been replicated, and recommendations for a UNIDO OVOP-Type project

เนื่องจากการที่มีการบริหารจัดการระหว่าง OTOP ของไทย และ OVOP ในปัจจุบัน มีความแตกต่างในกลไกการบริหาร 4 ประเภท คือ 1) บทบาทของรัฐบาล คือ OTOP เป็นนโยบายแห่งชาติส่วนกลาง เป็นผู้กำหนดนโยบาย ส่วน OVOP เป็นนโยบายของเขตปกครองในระดับเมือง หรือจังหวัด เช่น เมืองโอซากะ เป็นต้น 2) โครงสร้างการบริหารจัดการของ OTOP และ OVOP มีความแตกต่างกัน 3) กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์มีความแตกต่างกัน คือ OTOP มุ่งการเรียนรู้ของชุมชนและการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โดยการให้ความสำคัญกับการกระตุ้นมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เช่น การตัดสินสู่ตัวหนึ่งตัวหนึ่งของผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion: OPC) และการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ OTOP ให้ความสำคัญกับเทคนิคกระบวนการผลิต การตลาด ปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น พิจารณาของการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากงาน OTOP CITY เป็นต้น โดยไม่ได้ด้านซึ้งความสามารถขององค์กรชุมชน ส่วน OVOP เป็นแนวทางของการจัดการชุมชนที่เป็นกิจกรรมของผลิตภัณฑ์ จากฐานะของชุมชน พัฒนาตามทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของชุมชน 4) กลุ่มตัวชี้วัดการตลาดของ OTOP มีความแตกต่างกันจาก OVOP คือ OTOP มุ่งเน้นความสำคัญของการส่งออกและการตีตลาดของจำนวนหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ซึ่งเรียบร้อย ส่วน OVOP มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาท้องถิ่น

แนวคิด OVOP เป็นการพัฒนาโดยน้าจุดเด่นของหมู่บ้าน และเกิดจากความร่วมมือของประชาชนในหมู่บ้านในส่วนรวมในการพัฒนาเศรษฐกิจขยายสู่ประเทศต่าง ๆ เซ่นในพิธีเปิดสั่งการผลิตภัณฑ์ได้ ระดับน้อยมาก และอาชาภาพ (Oita OVOP Bulletin, 2006) ซึ่งจากการเปรียบเทียบการพัฒนาการของโครงการหนึ่งตัวเลือกผลิตภัณฑ์ที่เสียไปเบี้ยแบ่งจากแนวคิดของหมู่บ้าน โดยถือว่าเป็นต้นแบบ

โครงการหนึ่งตัวเลือกผลิตภัณฑ์ที่การกระทำในเชิงปริมาณ และการพัฒนาการซึ่งกับผู้นำและนโยบายของรัฐบาล เวลาแล้วและคุณมั่นคงความ
รูปสิ่งในการจะได้รับการตัดสินใจจากภาคประชาชนจะต้องมีการตัดสินใจที่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่สามารถจัดการกับการเปลี่ยนแปลงชีวิตจาก "OTOP" เป็น "วิสาภิชูชุมชน" ปัจจุบันใช้เป็น "OTOP" เนื่องจาก แนวคิดดังกล่าวที่เกี่ยวกับการปกป้องและพัฒนาการเกษตรและนโยบายการเกษตรสู่การปฏิบัติโดยสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้โครงการหนึ่งตัวในหลักหลักนำเด็กนั้นสู่ประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อประเมินความสัมพันธ์ของโครงการหนึ่งตัวในหลักหลักนำเด็กนั้นสู่ประชาธิปไตย

2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบแนวคิด "3P" ที่นำไปสู่การจัดชัยของการมีส่วนร่วมของโครงการหนึ่งตัวในหลักหลักนำเด็กนั้นสู่ประชาธิปไตย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาประกอบด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) และข้อมูลหลักฐาน (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยการตัดสินใจปัญหานี้วิสาภิชูชุมชน และวิสาภิชูชุมชน: หนึ่งตัวในหลักหลักนำเด็กนั้นสู่ประชาธิปไตย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ 2) พนักงานเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานด้าน OTOP ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ 3) ประชาชนทั่วไปผู้บริโภค การสู้ร่วมกันอย่างเพื่อยืดหยุ่นต่อความทุ่มนุ่มที่ 4 ภาค คือภาคเหนือ, ภาคกลาง, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคใต้ โดยเลือกจังหวัดต่าง ๆ 2 จังหวัด เกาะพุสนั้นในการพิจารณาเลือกจังหวัดต่าง ๆ อย่างจากผู้ผลิตผู้ประกอบการ
ในจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ได้มาตราฐานระดับ 5 ตามประกาศด้วย จังหวัดเชียงใหม่ ปิ่น四个自信 พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ นครราชสีมา ชลบุรี ฉะเชิงเทรา และสังขlab ตามลำดับ รวม 8 จังหวัด

ขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ในการทำหนังขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรของ Cochran (1963, p. 75) ได้แนะนำสูตรการหาขนาดตัวอย่าง (n) ให้ดังต่อไปนี้

\[ n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \]

โดยที่ \[ n_0 = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2} \]

\[ N \] แทน ขนาดของประชากร (Population Size)
\[ p \] แทน สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (0 < p < 1)
\[ Z \] แทน ค่าของปัจจัยซีนโพลิทิค (1 - \( \alpha \)) 100 ของการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน

และ \[ e \] แทน ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมากที่ยอมรับได้ ที่ความน่าจะเป็น (1 - \( \alpha \)) 100%

เมื่อ \[ p(1-p) < \frac{1}{4} \] ดังนั้น ความคลาดเคลื่อน \( e \) ที่ความน่าจะเป็น 0.95 ค่านั้นได้ดังต่อไปนี้

\[ n_0 = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2} > \frac{(1.96)^2}{4e^2} = \left( \frac{0.98^2}{e} \right) \]

นั่นคือ \[ e \geq 0.98 \sqrt{\frac{N-n}{nN}} \]

ค่าความคลาดเคลื่อน (e) สำหรับตัวอย่างขนาดต่างๆ แสดงไว้ในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้
ตารางที่ 1 ค่าความคลาดเคลื่อน (e) ของตัวประมาณที่ยอมรับได้ที่ระดับความน่าจะเป็น 0.95

<table>
<thead>
<tr>
<th>n</th>
<th>e = 0.98 \sqrt{\frac{N-n}{nN}}</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1300</td>
<td>0.0274</td>
</tr>
<tr>
<td>1500</td>
<td>0.0255</td>
</tr>
<tr>
<td>2500</td>
<td>0.0219</td>
</tr>
<tr>
<td>3000</td>
<td>0.0179</td>
</tr>
<tr>
<td>3500</td>
<td>0.0155</td>
</tr>
<tr>
<td>4000</td>
<td>0.0139</td>
</tr>
</tbody>
</table>

หมายเหตุ: N = 36,092 ตัวอย่าง (จำนวนผู้มีสิทธิ์ ผู้ประกอบการ OTOP)
ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เป็นข้อมูลการลงทะเบียนผู้มีสิทธิ์ ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2555

ขนาดตัวอย่างในจังหวัดตัวอย่างทำการสุ่มผู้มีสิทธิ์ ผู้ประกอบการตามสัดส่วนประชาชนของมิติสิทธิ์ในพื้นที่ 5 ประเภทคือ อาคาร เครื่องดื่ม ท่าอากาศยาน และเครื่องดื่มเดิม
ถ้าใช้และข้อมูลที่มีอยู่ สำหรับข้อมูลที่นำมาศึกษา
3 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 ข้อมูลผู้มีสิทธิ์ ผู้ประกอบการ จำนวน 1,362 ตัวอย่าง
กลุ่มที่ 2 ประชาชนทั่วไป จำนวน 401 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 3 ประชาชน/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง 75 ตัวอย่าง ประกอบด้วย พนักงานการจางหนี้ ผู้เป็นคู่จางหนี้ สาธารณสุขเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) เป็นต้น รวมข้อมูล 1,838 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในกลุ่มผู้มีสิทธิ์ ผู้ประกอบการและพนักงานเจ้าหน้าที่ การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) สำหรับประชาชนเหตุนี้ไป
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา คำเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเปรียบเทียบแนวคิดของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม และการวิเคราะห์รีจิเนียท์

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ที่สอบถามถึงและประเมินความสุขรู้สึกของโครงการ ประกอบด้วย 3 ข้อ คือ ที่มีความสอดคล้องกัน คือ ข้อที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์สูงสุด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ช่วยคดีช่วย ข้อที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์สูงสุด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ช่วย ข้อที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์สูงสุด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ช่วย ข้อที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์สูงสุด ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ช่วย

ผลจากการศึกษาและข้อวิจารณ์

ผลจากการศึกษาพบว่า ความสุขรู้สึกหรือการปรับตัวด้านทั่วไปของโครงการ น้อยเปรียบเทียบการประเมินโครงการในระดับหนึ่งผลิตภัณฑ์โดย
พิจารณาค่าจากคำเฉลี่ยของ 10 ตัวอย่าง พบว่ามีค่าเฉลี่ยความเห็นของผู้มีพฤติกรรมการพนักงานจนพ้นและประชาชนอยู่ในระดับต่ำแต่ยังไม่ถึงระดับที่มีวัตถุประสงค์สนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งพนักงานจนพ้นที่เห็นผ่านการสัมมนาความเข้มแข็งให้ชุมชนและความคุมค่าเมื่อปิดบัญชีกับบัตรประชาชนที่ใช้สูงในระดับคำเฉลี่ยความสูงขึ้นจากความสูงขึ้นของวัตถุประสงค์ด้านอนันท์ในท่านมีการคิดเห็นประชาชนที่มองความคุมค่ากับบัตรประชาชนที่ใช้มีค่าที่ต่ำกว่าวัตถุประสงค์อื่น ๆ (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยต่อคำเฉลี่ยการบรรจุวัตถุประสงค์ของนโยบายหนึ่งด้านใน

<table>
<thead>
<tr>
<th>ตัวแปร</th>
<th>ผู้มีพฤติกรรมการพนักงานจนพ้น</th>
<th>ประชาชน</th>
<th>ผู้มีพฤติกรรมการพนักงานจนพ้น</th>
<th>ประชาชนทั่วไป</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. มีการสร้างงานให้ประชาชน</td>
<td>4.16  0.757</td>
<td>4.13</td>
<td>0.812</td>
<td>4.15  0.697</td>
</tr>
<tr>
<td>2. ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น</td>
<td>4.16  0.785</td>
<td>4.08</td>
<td>0.762</td>
<td>4.13  0.671</td>
</tr>
<tr>
<td>3. ชุมชนมีความมั่นคงแข็งแรง</td>
<td>4.09  0.757</td>
<td>3.79</td>
<td>0.944</td>
<td>4.12  0.748</td>
</tr>
<tr>
<td>4. มีการสร้างเสริมภูมิปัญญาต้องเกิดขึ้น</td>
<td>4.19  0.773</td>
<td>4.28</td>
<td>0.723</td>
<td>4.19  0.744</td>
</tr>
<tr>
<td>5. มีการสร้างเสริมทรัพยากรธรรมูตร</td>
<td>4.15  0.765</td>
<td>4.00</td>
<td>0.974</td>
<td>4.09  0.710</td>
</tr>
<tr>
<td>6. ความคุมค่าเมื่อปิดบัญชีกับบัตรประชาชนที่ใช้</td>
<td>4.28  0.826</td>
<td>3.71</td>
<td>0.913</td>
<td>3.83  0.736</td>
</tr>
<tr>
<td>7. สร้างการพัฒนาองค์กรของชุมชน</td>
<td>4.19  0.792</td>
<td>3.02</td>
<td>0.715</td>
<td>3.89  0.730</td>
</tr>
<tr>
<td>8. สร้างพัฒนาของชุมชนในการให้ความร่วมมือกับภาคีธุรกิจ</td>
<td>4.15  1.720</td>
<td>3.24</td>
<td>0.624</td>
<td>4.02  0.737</td>
</tr>
<tr>
<td>9. ให้ความรู้ภูมิปัญญาต้องเกิดขึ้น</td>
<td>4.13  0.778</td>
<td>3.42</td>
<td>0.625</td>
<td>3.893 0.783</td>
</tr>
<tr>
<td>10. คุณภาพชีวิตที่ดี</td>
<td>4.11  0.790</td>
<td>3.47</td>
<td>0.692</td>
<td>3.960 0.778</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*S.D. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน*
ปัจจัยที่ส่งผลความสำเร็จของนโยบาย และโครงการ

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ มีพบว่า ความสำเร็จของโครงการนั้นด้วยกัน และมีผลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำนโยบายรัฐที่มีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ-ภาคเอกชน ภาคประชาชน ซึ่งหากพิจารณาความสำเร็จของโครงการ เป็นความสำเร็จของ การนำนโยบายการระดับนโยบายและการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติต้นแบบ (Model) ที่สร้างความสำเร็จในระดับประเทศ คือ การใช้วิธีการแก้ปัญหาดังกล่าว สนับสนุนหรือแนวคิดจากหน่วยงานผลิตภัณฑ์จากชุมชน เพื่อสร้างขับเคลื่อนการดำเนินงานในประเทศ ด้วย OTOP CITY ที่เน้นท่องเที่ยว และการจำหน่าย หรือแสดงสินค้า ในต่างประเทศ เกิดกระบวนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผลจากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพื้นฐานโดยการ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีรายได้ที่มีแนวโน้มและที่เข้าสู่การจำหน่ายที่สูงขึ้นต่ำสุดในปี 2551 (ดังกราฟที่ 1) และเรียกคุณภาพพบว่า ความสำเร็จของโครงการเกิดจาก ความสำเร็จของนโยบายและการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติทั้งในระดับบนสุ่มต่าง (Vertical) และระดับแนวราบ (Horizontal) และการได้รับประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ (ดังแผนภูมิ 1 ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ)

กราฟที่ 1 รายได้จากการขายสินค้า OTOP

ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
เนื่องจากเหตุผลที่เกี่ยวกับทัศนคติ ของพนักงานเจ้าหน้าที่ บุคคลผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ
ในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จให้กับผู้ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการมากที่สุด คือ การให้
ความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาแหล่งทุน และการสร้างเครือข่าย มีความ
ตลอดต้องดูถึงการประเมินผลลัพธ์ของผู้ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ ปจจัยที่ส่งเสริมให้
ผู้ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จมากที่สุด คือ การได้รับความรู้ในการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ และการรักษาส่งเสริมและหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
การมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลการผลิตการศึกษาจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการที่มีความรู้และมีความต้องการที่จะให้
ผลิตภัณฑ์มีการบริหารจัดการในระดับบนสู่ล่าง สำนักหอการค้า กรมการค้า
ส่วนกลาง สำนักงานพาณิชย์ กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า
จูง กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า กรมการค้า
กรมการค้า กรมการค้า
วางแผนที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ

ความสัมพันธ์ของตัวแปรความสำเร็จ

ในการหาความสัมพันธ์ ฟังก์ชันเฉพาะในกลุ่มผู้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และกลุ่มพนักงานเข้าในที่เป็นการหาความสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรความสำเร็จหรือการบรรลุภูมิภาคประสงค์ พบว่า ในกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ คือการสร้างงานให้แก่คนในชุมชน มีความสัมพันธ์กับการสร้างอาชีพให้คนในชุมชนค่อนข้างสูงมีค่า \( r \) เท่ากับ 0.832 และสร้างความเข้มแข็งให้คนในชุมชน ค่า \( r \) เท่ากับ 0.766 ดังนั้นการสร้างงานให้คนในชุมชน มีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยกับการเสริมสร้างภูมิปัญญาท้องถิ่น การเสริมสร้างสรรค์ความคิดสร้างสรรค์ การให้ความรู้ในมุมมองสุขกิจ และสร้างการพึ่งตนเอง ในระดับที่ใกล้เคียงกัน
คือ ค่า r มีค่าเท่ากับ 0.675, 0.681, 0.663, 0.690 ตามลำดับ การสร้างพลังชุมชน (Synergy) ในการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ มีค่าที่ คือ มีค่า r เท่ากับ 0.329 ในท่านองเดียวกัน กลุ่มพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อพิจารณาค่า สาเหตุการณ์ (Correlation) การสร้างงานให้ชุมชนมีความสัมพันธ์กับการสร้างอาชีพ ให้กับชุมชน มีค่า r เท่ากับ 0.739 และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ผู้มั่นคง ผู้ประกอบการในระดับปานกลาง มีค่า r เท่ากับ 0.603 และ ส่งเสริมการปัญญาท้องถิ่น มีค่า r เท่ากับ 0.533 และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มั่นคง ผู้ประกอบการ ในระดับปานกลาง คือ มีค่า r เท่ากับ 0.593

แนวทางการพัฒนาแนวคิด 3 P สร้างความสำเร็จ เมื่อนำแนวคิดที่ได้จากการศึกษา

<table>
<thead>
<tr>
<th>ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ</th>
<th>หน่วยงานเจ้าหน้าที่ของรัฐ</th>
<th>ประชาชน</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.ความต้องการสร้างอาชีพตัวเริ่ม</td>
<td>1.การให้ความสุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เช่น ความรู้ด้าน การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์</td>
<td>1.สินค้ามีคุณภาพ</td>
</tr>
<tr>
<td>2.การพัฒนาผลิตภัณฑ์</td>
<td>2.การจัดทำฐานข้อมูล OTOP</td>
<td>2.เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น</td>
</tr>
<tr>
<td>3.แรงจูงใจ</td>
<td>3.การประสานงาน</td>
<td>3.การพัฒนาผลิตภัณฑ์</td>
</tr>
<tr>
<td>4.การพัฒนาการบริหารองค์กร</td>
<td>4.การจัดงานจัดหน่วยสินค้าผลิตภัณฑ์</td>
<td>4.การจัดงานจัดหน่วยสินค้าผลิตภัณฑ์</td>
</tr>
<tr>
<td>5.ความมั่นคง ช่วย ชีวิตชีวา</td>
<td>5.การสร้างสรรค์การแสดงผล</td>
<td>5.การสร้างสรรค์การแสดงผล</td>
</tr>
</tbody>
</table>

การอภิปรายผล

การศึกษาการประเมินโครงการหนึ่งต่ำปลิวหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง ตามความคิดเห็นการประเมินของทั้ง 3 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่ม มีความคิดเห็นที่ตรงกัน ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับนโยบาย นโยบายหนึ่งต่ำปลิวหนึ่งผลิตภัณฑ์มีพื้นฐานทางปัจจัยและหลักการที่สอดคล้อง แนวคิดทฤษฎีการบริหารสิทธิ์ที่แตกต่างจากการเดิมและสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง คือ เป็นการเน้นความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และ
ภาคประชาชน (3P) โดยมีตั้งถึงปัญหาและจุดมุ่งหมายที่ต้องการให้ประชาชนมีรายได้ได้รับประโยชน์ ทั้งด้านการพัฒนาความรู้ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อันนับเป็นความคิดที่ดีที่จะต้องตั้งกับแนวคิดของบรรดานักจิตวิทยา (2556, หน้า 9) ที่ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการประชาชนที่มีเป็น "วิวัฒนาการพัฒนาระบบการบริหารราชการแผ่นดิน" ที่เน้นการหนุนเสรีภาพและคุณภาพชีวิต ของประชาชน ตามแนวทางพี.ค.И. ตามที่กล่าวมาในเรื่อง "การพัฒนาประเทศไทยที่มีแนวคิดข้า ควรปรับเปลี่ยนระบบที่มาจากสังคมโลกที่มีอาณา ภาพของภาคประชาชนในบริบทพื้นฐานผ่านการปฏิบัติจากสังคมโลกที่มีอาณาภาพที่แตกต่างกัน เฉลยไปเป็นการสร้างพลังให้เกิดขึ้นทั้งสามภาคส่วน (ศูนย์วิจัยมนุษย์, 2556, หน้า 256-257; วุฒิสาร ตันไชย, 2552, หน้า 98-100)

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรแสดงวิเคราะห์รายละเอียดการจัดทำที่มีมาตรฐานของการจัดทำที่เป็นมาตรฐานการบริหารจัดการกิจการของรัฐที่เป็น ระบบการบริหารจัดการหน่วยงาน การบริหารมีส่วนร่วมระหว่างภาคประชาชน ภาคเอกชน ภาคประชาชน ในบริบทความแตกต่างเชิงพื้นที่

2. ควรศึกษาจากบริหารเชิงโครงสร้างในระดับบนสู่ระดับล่าง และการบริหารในระดับแนวนอน (Horizontal) สำหรับโครงการภาครัฐ เพื่อเปรียบเทียบการทำงานของบริหารเชิงลึกซึ่งมีการเปรียบเทียบที่แตกต่างกัน ภาวะการตัดสินใจที่มีความต้องการของกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์เป็นที่ต้องการที่แตกต่างกัน เพื่อประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สร้างเสริมนโยบายหนึ่งด้านหลักหนึ่งคือการบริหาร ผลิตภัณฑ์ในเชิงคุณภาพและต่อยอดสู่สากล ตามความพร้อมของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จ ในบริบทที่แตกต่างกัน ตามพื้นที่ในแต่ละ
2. นโยบายการสร้างงานให้คนในชุมชน อาจต้องแยกจากการเสริมสร้าง
ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดเชิงสร้างสรรค์ การให้ความรู้เชิงธุรกิจ สร้างการ
พื้นฐาน การใช้โครงการหนึ่งต่ำบลีหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการ
สร้างงานให้คนในชุมชนคงไม่เพียงพอ
รายการอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2555). คู่มือการลงทะเบียน ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ปี 2555.  กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.


