

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 นี้ จะเป็นการศึกษาเอกสารเพื่อวิเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบปรัชญาของหลักสูตร สาขาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ซึ่งมีทฤษฎีการจัดการที่เรียกว่า TMILL Model ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี (Technology: T) ด้านการจัดการ (Management : M) ด้านนวัตกรรม (Innovation: I) ด้านผลกระทบ (Impact: I) และ ด้านพื้นที่ (Locality: L) (สิน พันธุ์พินิจ, 2549 : 10) โดยสามารถที่จะอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มกับโมเดลของหลักสูตรได้ดังนี้

ด้านเทคโนโลยี (Technology)

เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านอุตสาหกรรมโดยศึกษารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผสมผสานรวมกับการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ซึ่งสามารถครอบคลุมเนื้อหา ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการตลาด 2) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 4) ปัจจัยด้านการผลิต 5) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ 6) ปัจจัยด้านผู้นำ 7) ปัจจัยด้านแรงงาน 8) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน และ 9) ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีอีกรูปแบบหนึ่งที่มีกระบวนการพัฒนามาจากทักษะพื้นฐานความรู้ความเข้าใจจากสถานประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ปีพ.ศ. 2559 มาก่อนมา เป็นต้นแบบ ซึ่งเป็นกระบวนการการเรียนรู้จากของจริง สถานที่จริงโดยตรง การเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวนี้ย่อมที่จะเกิดผลดีกับสถานประกอบการที่ยังไม่ประสบความสำเร็จต้องการนำไปเป็นรูปแบบแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสำเร็จ ได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาวต่อไป ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนเป็นไปตามหลักการของ OTOP นั้นเอง

ด้านการจัดการ (Management)

คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มนี้สามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางดำเนินการกับผู้ผลิตประเภทเครื่องดื่มที่มีความสนใจต้องการประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาวในอนาคต และยังสามารถที่จะนำไปประยุกต์และบูรณาการดำเนินการกับผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับใช้หรือปฏิบัติตามแล้วเกิดผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย และยังช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศ ของจังหวัด และของชุมชนดีขึ้นต่อไป

ด้านนวัตกรรม (Innovation)

นวัตกรรม คือ การนำแนวความคิด แนวการปฏิบัติที่ใหม่ หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ฉะนั้นคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จ

ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มนี้ ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรม ซึ่งยังไม่มีรูปแบบที่เป็นรูปธรรม ที่จะเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

งานวิจัยนี้ นวัตกรรม คือ คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ซึ่งได้มาจากขั้นตอนของการพัฒนา (Development) ที่เกิดจากการศึกษาเรียนรู้และนำมาสังเคราะห์แล้วนำมาสร้างเพื่อเป็นรูปแบบโดยสามารถนำไปขยายผลในประเภทอื่นๆได้และนำไปต่อยอดอันจะเป็นแนวทางเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จต่อไป

ด้านผลกระทบ (Impact)

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มนี้จะส่งผลกระทบต่อประเทศชาติ ด้านเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนโดยตรง เนื่องจากโครงการ OTOP เป็นโครงการที่เน้นหมู่บ้าน ชุมชน ท้องถิ่นเป็นหลัก ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเอง โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้าน หรือของท้องถิ่นตนเองเป็นหลัก ในการสร้างงาน สร้างรายได้ เพราะว่าโครงการดังกล่าวต้องการให้ชุมชน ท้องถิ่นรากหญ้าพัฒนาและเข้มแข็งได้ด้วยตนเอง และถ้าชุมชนสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง รัฐบาลจะสามารถพัฒนาประเทศได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเปรียบเสมือนว่าถ้ารากฐานด้านล่างมั่นคง แข็งแรง ส่วนยอดก็จะสามารถแข็งแรงและเติบโตได้อย่างดีเช่นกัน

ด้านพื้นที่ (Locality)

การวิจัยครั้งนี้จะมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยโดยการถ่ายทอดคู่มือให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ลงทะเบียนที่ยังไม่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ผู้ประกอบการที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้ที่สนใจทั่วไป

จากกรอบปรัชญาของสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีดังกล่าว จึงนำมาสู่ในการกำหนดหัวข้อในการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาในการดำเนินงานของ “OTOP”
 - 1.1 การริเริ่มการดำเนินงานของ OTOP
 - 1.2 การขยายตัวของการดำเนินงานของ OTOP
 - 1.3 การดำเนินงานของ OTOP ในประเทศไทย
 - 1.4 หลักการพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน
2. แนวคิดและหลักการพื้นฐานของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. แนวทางการดำเนินงานคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
4. กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
 - 4.1 คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่สามารถสมัครเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)
 - 4.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสามารถส่งเข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)
 - 4.3 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)
 - 4.3.1 ประเภทอาหาร

- 4.3.2 ประเภทเครื่องดื่ม
- 4.3.3 ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
- 4.3.4 ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก
- 4.3.5 ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- 4.4 การจัดระดับผลิตภัณฑ์
- 5. หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2559
- 6. แนวคิดด้านปัจจัยสู่ความสำเร็จ
 - 6.1 แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP
 - 6.2 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ SMEs ให้บรรลุผลสำเร็จ
 - 6.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Critical Success Factor

Analysis)

- 6.4 10 ปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ
- 7. หลักการดำเนินงานของ OTOP
 - 7.1 แนวคิดด้านการเงิน หรือเงินทุน
 - 7.2 แนวคิดด้านการผลิต
 - 7.3 แนวคิดด้านการตลาด
 - 7.4 แนวคิดด้านการบริหารจัดการ
- 8. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ
- 9. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและหลักการจัดการเทคโนโลยี
- 10. แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม การมีส่วนร่วม และการถ่ายทอดเทคโนโลยี
- 11. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ
- 12. หลักการวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)
- 13. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 14. กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ประวัติความเป็นมาในการดำเนินงานของ “OTOP”

2.1.1 การริเริ่มการดำเนินงานของ OTOP

การดำเนินงานของ OTOP แรกเริ่ม ได้ถูกก่อตั้งขึ้นมาที่ประเทศญี่ปุ่น โดยนายยามาดะ ฮารุมิ (Yamada Harumi) ซึ่งเขาได้ถึงแก่กรรมไปเมื่อปี ค.ศ. 1993 ตอนที่อายุได้ 81 ปี เขาเป็นชาว จังหวัดโออิตะ (OITA) ซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศญี่ปุ่นเป็นเมืองใน ชนบทที่มีความยากจน เมืองนี้ตั้งอยู่บนเกาะคิวชู หมู่บ้านที่คุณยามาดะอาศัยอยู่นั้นเป็นหมู่บ้านที่ชื่อว่าโอยามะ (OYAMA) เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในหุบเขา มีความยากจนเป็นอย่างมาก เนื่องจากหมู่บ้านโอ ยามะตั้งอยู่ในหุบเขาตัวเอง จึงทำให้มีพื้นที่ในการทำเกษตรน้อย ส่งผลให้ผู้คนส่วนใหญ่มีรายได้ไม่ พอใช้ จึงต้องเข้าไปเป็นแรงงานในป่าบ้าง หรือออกจากหมู่บ้านเพื่อไปหางานทำต่างถิ่นในที่ไกลเป็น

ระยะเวลานานๆ โดยเฉพาะช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่นั่นน่าสงสารมาก บางคนก็เป็นโรคขาดสารอาหาร บางคนก็เป็นวัณโรค มีความเดือดร้อนทุกข์เข็ญเกิดขึ้นมากมาย

แต่ในปัจจุบันนี้ ทุกคนในหมู่บ้านโอยามะจะเรียกคุณยามาตะว่าเป็น “บิดาแห่งเมืองโอยามะ” หรือบางคนเรียกเขาว่าเป็น “เทพเจ้า” บ้าง เพราะว่าเมื่อครั้งเขายังมีชีวิตอยู่เขาจะคอยเฝ้าดูสถานการณ์ของหมู่บ้าน และมีความเชื่อมั่นว่า “ยังมีผู้คนในหมู่บ้านของเขาที่รักและให้ความสำคัญกับครอบครัวของตนเองเป็นอย่างมาก แต่เขายังปรารถนาไปยังไปมากกว่านั้นที่อยากให้คนหมู่บ้านทั้งหมดมีความสุข ซึ่งเป็นศรัทธาอันแรงกล้าของเขา” ดังนั้นทุกๆ คืนเขาจะออกเวียนไปพบกับผู้คนตามศาลาประชาคม หรือไปยังที่ๆ มีผู้คนมาอยู่รวมกัน และคอยรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นๆ บางทีก็เล่าเรื่องความฝันของตัวเองให้ใครๆ ฟัง ในปี ค.ศ. 1961 การดำเนินของ OTOP จึงได้ถือกำเนิดขึ้น ซึ่งเป็นการเริ่มต้นมาจากหมู่บ้านที่อยู่ในหุบเขาที่มีผู้คนอยู่ในที่สภาพยากจนมาก ตอนที่เริ่มดำเนินการนั้นเขาได้คัดเลือกเอาบ๊วยกับเกาลัดเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมาย เพราะเป็นสิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นแล้ว และก่อนเริ่มดำเนินนั้นก็ได้ทำการสำรวจและตรวจสอบสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานอย่างละเอียดถี่ถ้วนบวกกับการเตรียมตัวเป็นอย่างดี มีการคำนวณค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุน (Cost) มีการคาดการณ์ และได้คาดคะเนว่าอีก 30 ปีหลังจากนั้นอาหารในชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่นนั้นจะมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น และยังได้คาดคะเนทิศทางที่มีความเป็นไปได้ เขาได้เขียนสิ่งต่างๆ เหล่านี้ลงไป ในนโยบายด้วย เบื้องหลังของการเริ่มดำเนินงานของ OTOP ที่สามารถประสบความสำเร็จในญี่ปุ่นนั้นก็คือ “ความรักใคร่สามัคคีและความพยายามจนสุดกำลัง, การคำนวณทางด้านตัวเลข” และกลายเป็นตัวอย่างสำหรับเมืองที่ได้มีการพัฒนาตัวเอง ในปัจจุบันนี้ สหกรณ์การเกษตรของเมืองโอยามะ จังหวัดโออิตะยังคงสืบทอดการดำเนินงานของ OTOP และได้เปิดทำการสัปดาห์ละ 4 วันๆ ละ 7 ชั่วโมง รวมเวลาทำการ 28 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ซูซุมิ โอซากิ, 2547 : 14)

2.1.2 การขยายตัวของการดำเนินงานของ OTOP

หลังจากที่การดำเนินงาน OTOP ของเมืองโอยามะ ได้แสดงให้เห็นถึงผลจากความสำเร็จตามที่ไดวางเอาไว้ นายฮิรามะชิ (Hiramatsu) ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่จากกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมที่ถูกทางรัฐบาลส่งให้มาดำรงตำแหน่งในหน้าที่ผู้ว่าราชการจังหวัดก็ได้เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานนี้ จึงได้มีการเรียกร้องให้เป็นนโยบายของทุกจังหวัด

แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของ OTOP ในประเทศญี่ปุ่นนั้นก็ไม่ได้มีการดำเนินงานผ่านมาด้วยความราบรื่นโดยตลอดเวลา ในตอนแรกที่เริ่มดำเนินงานนั้น ในตัวจังหวัดโออิตะเองก็มีคนพูดกลับหลังว่า “หนึ่งขาดทุน หนึ่งผลิตภัณฑ์” (คำว่า Isson ในภาษาญี่ปุ่น แปลได้ 2 ความหมายคือ หนึ่งตำบล หรืออาจจะแปลว่า หนึ่งขาดทุน ส่วนคำว่า Ippin แปลว่า หนึ่งผลิตภัณฑ์) จังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ที่เป็นหุบเขาเป็นจำนวนมาก มีชายฝั่งทะเลที่ยาว เป็นเมืองที่ความห่างไกล(ความเจริญ) และผู้คนมีความยากจนมาก แต่ด้วยกำลังและความสามัคคีของประชาชนที่มีความตั้งใจที่จะพัฒนาสังคมท้องถิ่นด้วยการรวมกลุ่มเป็นหนึ่งเดียวกัน และยังช่วยกันชักชวนหาผู้คนที่เข้ามาช่วยในการพัฒนาสังคมท้องถิ่นอีกด้วย

สำหรับผู้ว่าราชการจังหวัด นายฮิรามะชิ มีความคิดว่าจะทำอย่างไรที่จะให้ประชาชนทุกๆ คนในจังหวัดได้เกิดจิตใจที่จะอยากพึ่งพาตนเอง เพื่อที่จะได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสังคมท้องถิ่นให้ได้ และในระบบขั้นตอนการทำงานก็ได้ใช้ความสำเร็จที่เกิดขึ้นกับเมืองโอยามะเป็นตัวอย่างในการ

ดำเนินงาน (สำหรับจังหวัดอื่นๆต่อไป) กล่าวกันว่าเป้าหมายสุดท้ายที่สำคัญที่สุดของผู้ว่าราชการนั้น มีใช้อยู่ที่การสร้างเมืองแต่เป็นการ “สร้างคน” ขึ้นมา ในปัจจุบันนี้ การดำเนินงานในรูปแบบของ OTOP ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็เริ่มต้นขึ้นจากที่ประเทศไทย และได้แพร่ขยายออกไปสู่ประเทศเกาหลี และจีน การดำเนินงานของ OTOP ในประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นการเริ่มต้นของความพยายามที่จะเอาชนะความยากจนที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ และผู้ที่ริเริ่มก็คือ เกษตรกรที่มีความยากจน ในญี่ปุ่นมิได้ใช้ชื่อว่า “OTOP” แต่ในการดำเนินงานในรูปแบบเช่นนี้ ทั่วประเทศในทุกหมู่บ้าน ก็จะมีสหกรณ์การเกษตรเป็นผู้นำ มีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จให้เห็นอยู่เป็นจำนวนมาก ในกรณีของจังหวัดโออิตะ ทางฝ่ายบริหารของจังหวัด ได้เห็นถึงความสำเร็จในระดับท้องถิ่น จึงตั้งขึ้นเป็นนโยบายโดยใช้ชื่อ OTOP และได้ขยายออกไปทั่วจังหวัด และทั่วประเทศตามที่ได้กล่าวไป ซึ่งเป็นนโยบายที่มีชื่อเสียงมากของจังหวัด

เมื่อมองย้อนกลับไปดูถึงตัวอย่างของความสำเร็จต่างๆที่เกิดขึ้นก็จะพบว่า ไม่ว่าจะเป็นตัวอย่างไหนจะไม่มี (สหกรณ์ไหนที่ดำเนินการและ) ประสบความสำเร็จได้ภายในระยะเวลาเพียงแค่ 3 หรือ 4 ปีเลย ในทางตรงข้ามก่อนที่จะประสบความสำเร็จมาได้นั้นเขาก็ได้พบกับความล้มเหลวมาแล้วหลายครั้ง อีกทั้งยังต้องออกแรงพยายามซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนในที่สุดสิ่งที่พวกเขารอคอยก็ได้มาถึง และนั่นก็คือกระบวนการที่สร้างความสำเร็จให้แก่พวกเขา ซึ่งจริงๆแล้วก็ไม่สามารถเล่าเรื่องของความสำเร็จให้ฟังอย่างง่ายๆได้ และการไปดูงานในระยะเวลานั้นๆคงจะไม่สามารถทำความเข้าใจได้อย่างง่ายๆเช่นเดียวกัน กระบวนการที่จะทำให้เข้าใจได้เป็นอย่างดีก็คือความบากบั่นพยายามอย่างต่อเนื่องและความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่หลุดพ้นออกจากความยากจน มีหลายๆกลุ่มที่ได้มีโอกาสไปดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น แต่ก็ยังไม่เคยได้ยินว่าใครคนใดคนหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ โดยการลอกเลียนแบบผู้อื่น ดังนั้นก่อนที่จะเราจะมองดูงานที่คนอื่นทำ เราจะต้องสำรวจดูพื้นฐานของตัวเราก่อน และที่สำคัญคือความพยายามที่ต้องลงมือทำอย่างต่อเนื่อง (ซูซุมุ โอซากิ, 2547 : 15)

2.1.3 การดำเนินงาน OTOP ในประเทศไทย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทยเริ่มขึ้นครั้งแรกในปีพ.ศ. 2544 ซึ่งเป็นนโยบายของนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2556 : 11)

- 1) สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน
- 2) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน
- 3) ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ของชุมชน เป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานราก

ให้เข้มแข็ง

โดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นั่นก็คือวัตถุประสงค์ที่สำคัญของนโยบาย OTOP แต่หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว สามารถพูดได้ว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญของนโยบายนี้คือ “เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในชนบท ที่ประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะเป็นการช่วยลด

ช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างประชาชนที่อยู่ในภาคการเกษตรกรกับในภาคของอุตสาหกรรมให้ลดลง” ในปัจจุบันนี้กลุ่มที่เข้ามาร่วมในการดำเนินงาน OTOP อย่างเข้มแข็งนั้นควรจะมีความกระบวนกรที่จะเข้ามาช่วยตรวจสอบอีกครั้งว่า แต่ละกลุ่มยังคงดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของนโยบายอยู่หรือไม่ โดยเฉพาะในเรื่องของ “การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นนั้น กับเรื่องของการพัฒนาความสามารถในการทำธุรกิจ”

2.1.4 หลักการพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของ OTOP

เพื่อการดำเนินงานของ OTOP สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งเอาไว้ จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาไปตามหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 5 ข้อดังต่อไปนี้ คือ (ชูชุม โอซากิ, 2547 : 16)

- (1) ต้องมีการนำทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ และต้องมีการนำเอาประเพณี วัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์
- (2) มุ่งไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยเกิดขึ้นมาจากความพยายามที่จะช่วยเหลือตนเองของประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ
- (3) ถือว่าการตลาดเป็นสิ่งที่สำคัญ และมีมาตรการในการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น
- (4) ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผลิตสินค้าที่ก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกให้ผู้บริโภคซื้อหาไปใช้
- (5) การดำเนินงานต่าง ๆ นั้น ให้ทำแบบค่อยเป็นค่อยไป ทีละขั้น ทีละตอน (Step by Step) (โดยให้ทำการบุกเบิกตลาดบริเวณใกล้เคียงก่อน แล้วจึงค่อยไปทำการบุกเบิกตลาดการส่งออก)

2.2 แนวคิดและหลักการพื้นฐานของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.2.1 แนวคิด

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นแนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีจุดขาย เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

2.2.2 หลักการพื้นฐาน

2.2.2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นมุ่งสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรม และมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2.2.2.2 พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance Creativity) ต้องมี

การระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องและเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล

2.2.2.3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555 : 6)

2.3 แนวทางการดำเนินงานการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ. 2559 กำหนดหน่วยดำเนินการเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับจังหวัด/กรุงเทพมหานคร และระดับประเทศ โดยมีกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 14-21)

2.3.1 ระดับจังหวัดและกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 1 การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงทำความเข้าใจผู้ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 การประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมเจ้าหน้าที่ สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์

ขั้นตอนที่ 5 การรับสมัครผลิตภัณฑ์เข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

ขั้นตอนที่ 6 การพิจารณา ตรวจสอบและกลั่นกรองการรับสมัครผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรฯ

ขั้นตอนที่ 7 การบันทึก ประมวลผล รายงานผลการคัดสรรฯและการจัดส่งผลิตภัณฑ์

2.3.2 ระดับประเทศ

ขั้นตอนที่ 1 การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับประเทศ

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงทำความเข้าใจผู้ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 การประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมเจ้าหน้าที่ สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์

ขั้นตอนที่ 5 การรับข้อมูลและผลิตภัณฑ์เข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

ขั้นตอนที่ 6 การดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

ขั้นตอนที่ 7 การบันทึกค่าคะแนน ประมวลผล รายงานผลการคัดสรรฯและการขึ้นผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 8 การประกาศผลการคัดสรรฯระดับประเทศ

การตัดสินผลิตภัณฑ์
คณะกรรมการคัดสรรระดับประเทศ สงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคุณสมบัติของ
ผลิตภัณฑ์

ผลตรวจวิเคราะห์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เก็บจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรฯ ให้พิจารณา
ดังนี้

- (1) กรณีผลิตภัณฑ์เดี่ยว ไม่ผ่านมาตรฐานจะไม่ได้รับคะแนน ส่วน ค. ว่าด้วยคุณภาพ
ผลิตภัณฑ์
- (2) กรณีชุดผลิตภัณฑ์ ถ้าหากว่ามีรายการใดรายการหนึ่งไม่ผ่านมาตรฐานให้ถือว่าไม่
ผ่านมาตรฐานทั้งชุด และไม่ได้รับคะแนน ส่วน ค. ว่าด้วยคุณภาพผลิตภัณฑ์
- (3) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรระดับประเทศต้องตรงตามรูปภาพที่ได้ส่งสมัครเข้ารับ
การคัดสรรฯ ในระดับจังหวัด (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 22)

2.4 กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีหลักดังนี้คือ

- (1) สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand
Equity)
 - (2) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
 - (3) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความ
พึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
 - (4) มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story Of Product)
- (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 7)

2.4.1 คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ ที่สามารถสมัครเข้ารับการ
คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

2.4.1.1 เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและ
ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2559 ของจังหวัด หรือกรุงเทพมหานคร

2.4.1.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/
ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2559

2.4.1.3 ผลิตภัณฑ์ตามข้อ 2.4.1.2 ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่
กฎหมายกำหนด เช่น อย. และหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ต้องผ่านการ
รับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง ก่อนวันสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ เช่น มผช., มอก., ฮาลาล, คิว
(Qmark), GAP, GMP, HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ทั้งนี้ กรณีผลิตภัณฑ์
เครื่องประดับอัญมณีหากไม่มีมาตรฐานได้รับรองให้สามารถส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ได้ สำหรับ
ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระหว่างขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ถือปฏิบัติ ดังนี้

1) กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่สามารถใช้หนังสือรับรองจากหน่วยงานที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นหลักฐานแทนใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะถือว่าขาดคุณสมบัติและไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์

2) กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายเก่าซึ่งใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมดอายุสามารถใช้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้ ทั้งนี้ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ จะนำผลคะแนนที่ได้ คุณด้วย 1 แต่หากยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ ในห้วงเวลาดังกล่าว ผลคะแนนที่ได้จะคูณด้วย 0.75

3) กรณีที่ไม่อยู่ในคุณสมบัติตามข้อ 1) และ 2) ให้ใช้หนังสือรับรองการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ทั้งนี้ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับหนังสือรับรองการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา จะถือว่าขาดคุณสมบัติ และไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 7-8)

2.4.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสามารถส่งเข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถส่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ.2559 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่กำหนดไว้ ตามข้อ 2.4.1.3 ส่งสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้รายละเอียด 1 ผลิตภัณฑ์ (กรณีผลิตภัณฑ์เดี่ยว) หรือ 1 ชุด (กรณีชุดผลิตภัณฑ์)

2.4.3 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

ผลิตภัณฑ์ที่จะส่งคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) จะแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามนิยามความหมายที่ระบุดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 8-10)

2.4.3.1 ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, Qmark, มผช., มอก., มาตรฐานเกษตรอินทรีย์, ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด จำพวก พืชผัก ผลไม้ เช่น มะม่วง สับปะรด ส้มเขียวหวาน มังคุด ส้มโอ ถั่วลิสง เป็นต้น กรณีพันธุ์ไม้ เช่น กิ่งพันธุ์มะม่วง กิ่งพันธุ์มะปราง ไม้ประดับ ฯลฯ ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้

2) ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น น้ำผึ้ง ข้าวสาร ข้าวกล้อง ข้าวฮาง เป็นต้น เนื้อสัตว์แปรรูป เช่น เนื้อโคขุน เนื้อนกกระจอกเทศแช่แข็ง หมูแดดเดียว หมูยอ แหนม ไส้อั่ว ไส้กรอก ปราอบรมควัน หอยจ๊อ เป็นต้น อาหารประมงแปรรูป เช่น ไส้กรอกปลา ปลาช่อนแดดเดียว ปลาสดแดดเดียว ส้มปลาตัว น้ำบูดู กะปิ กุ้งแห้ง น้ำปลา ปลาร้า เป็นต้น กรณีสัตว์ที่มีชีวิต เช่น ไก่ชน ปลากัด ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้ เพราะไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น

3) อาหารแปรรูปสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมเค้ก เนกอวี่ ขนมโมจิ เต้าส้อ กระจยาสารท ถั่วยวบ ถั่วยอบ มะขามปรางรสทุเรียนทอด กาละแม กะหรี่ปั๊

ขนมทองม้วน ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น น้ำพริกเผาและน้ำพริกต่าง ๆ แจ่วบอง น้ำจิ้มสุกี้ น้ำปลาหวาน ผักกาดดอง พริกไทย แคบหมู ไข่เค็ม กุนเชียง หมูทุบ หมูแผ่น เป็นต้น

2.4.3.2 ประเภทเครื่องดื่มน้ำ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุไวน์ เหล้าขาว 35 – 40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มรณรงค์ กาแฟคั่ว กาแฟปรุงสำเร็จ ชิงผลสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน ชาสมุนไพร ชาชัก น้ำเก๊กฮวย น้ำเต้าหู้ นมสด นมข้าวกล้อง เป็นต้น

2.4.3.3 ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกาย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม

1) ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอ ถักเป็นผืนมีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือถักแต่งสำเร็จบนผืนผ้า ทำด้วยมือ หรือเครื่องจักร รวมถึง ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบผสม เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผ้าบาติก ผ้าถุง ผ้าปักชาวเขา ผ้าคลุมผม หมวกกะปิเยาะ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าสำเร็จรูปบุรุษ - สตรี เป็นต้น

2) เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจากวัสดุทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ เป็นต้น และเพื่อความสวยงาม เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กำไล นาฬิกาข้อมือ เนคไท หมวกแฟชั่น เป็นต้น

2.4.3.4 ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน สถานที่ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย หรือประดับตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ เพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอยในบ้าน ตกแต่งบ้าน รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และใช้แรงงานคนเป็นส่วนเสริม หรือไม่ใช้แรงงานคน โดยประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1) ไม้ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กล่องไม้ นาฬิกาไม้ตั้งโต๊ะ โคมไฟกะลามะพร้าว ของเล่นเด็ก เครื่องดนตรี ตู้พระธรรม เรือจำลอง แจกันไม้ กรงนก ไม้แขวนเสื้อ เป็นต้น

2) จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติกนำมาจักสาน หรือถักสานถักทอเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระจุยสาน เสื่อกก ที่รองจานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน กระจาด กระบุง กระด้ง กระติบข้าว เชือกมัด เปลายวน โคมไฟผักตบชวา ไม้กวาด กระเช้า ถาดวัลย์พรมเช็ดเท้า ผาซี หมวกสานไม้ไผ่ เป็นต้น

3) ดอกไม้ประดิษฐ์ วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ ก้านไม้ ผลไม้ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติแต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติหรือและผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษเป็นหลัก เช่น ฤๅ กระดาษ กล่องกระดาษ ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4) โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่าง ๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสหุบบทองเหลืองหุบบ พิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

5) เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดินสอพอไปขึ้นรูปและนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เเบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระถางต่าง ๆ เป็นต้น

6) เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้ามีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ ถูมือถักสำหรับทำการเกษตร เป็นต้น

7) อื่น ๆ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใดนอกเหนือ จาก ข้อ 1) – ข้อ 6) เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระเจ๊ก ซีเมนต์ ต้นไม้มงคล ตุ๊กตาจากดินไทย ผลไม้เผาดูดกลืน พระพุทธรูป เป็นต้น

2.4.3.5 ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอาจใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ยุงหรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร เช่น น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้ม ควันไม้ เป็นต้น โดยประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

- 1) ยาจากสมุนไพร
- 2) เครื่องสำอางสมุนไพร
- 3) วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ให้พิจารณาจัดโยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หรือประโยชน์ในการใช้สอย และให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการ นตผ. จังหวัด

2.4.4 การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 ผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์ มีระดับเดียว คือ ระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งได้กำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบไปด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 11)

2.4.1.1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 – 100 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก

2.4.1.2 ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 – 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล

2.4.1.3 ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 – 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

2.4.1.4 ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 – 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

2.4.1.5 ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนายาก

2.5 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2559 (OTOP Product Champion : OPC)

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้ารับการคัดสรรฯในระดับประเทศโดยมีคณะกรรมการดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2559 ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ มีองค์ประกอบและเกณฑ์การคัดสรรฯ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 24)

2.5.1 องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรรฯ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน)

ด้านการผลิต (12 คะแนน)

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (9 คะแนน)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน (9 คะแนน)

ส่วน ข. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (25 คะแนน)

ด้านการตลาด (11 คะแนน)

ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (14 คะแนน)

ส่วน ค. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (45 คะแนน)

การตรวจสอบ/วิเคราะห์คุณภาพตามประเภทผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

โอกาสทางการตลาดสู่สากล (5 คะแนน)

2.5.2 การจัดกลุ่มตามมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

เราสามารถจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้เป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559 : 72)

กลุ่มดาวเด่นสู่สากล (A)

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง และผลิตได้จำนวนมากอย่างต่อเนื่อง มีตลาดจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ มีกำลังการผลิตที่รองรับการสั่งซื้อได้ในปริมาณมากและมีศักยภาพในการส่งออกตลาดต่างประเทศได้ในระยะยาว

กลุ่มอนุรักษ์ สร้างคุณค่า (B)

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง ผลิตได้จำนวนน้อย เพราะมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตยาก และซับซ้อน เป็นงานหัตถกรรมประณีตศิลป์ มีเอกลักษณ์ของสินค้าต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต โดยไม่สามารถผลิตสินค้าที่เหมือนกันในปริมาณมากได้ และผลิตเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

กลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน (C)

ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพระดับพื้นฐานตามที่กฎหมายกำหนด หรือมาตรฐานอื่นที่รองรับ กระบวนการผลิตไม่มีความซับซ้อน ผลิตได้จำนวนมาก สามารถรองรับปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมากได้ และมีกำลังการผลิตเพียงพอ หรือมีกำลังการผลิตในลักษณะเป็นเครือข่าย มีตลาดจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน และสามารถเข้าสู่การแข่งขันในตลาดได้

กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (D)

ผลิตภัณฑ์มีการผลิตง่าย ไม่ซับซ้อน ผลิตได้จำนวนน้อย ยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐาน และมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในตัวผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริหารจัดการ เพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน

2.6 แนวคิดด้านปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factor – CSFs)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การบริการลูกค้า ความเร็วของตลาด และนวัตกรรมปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้ จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความแตกต่าง และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็น ปัจจัยด้านการเงิน ด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อสามารถติดตามวัดผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้

ปัจจัยด้านการเงิน ที่ใช้วัดความสำเร็จได้แก่ ผลกำไรและการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการ ทั้งด้านกระแสเงินสด ความสำเร็จในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนสินค้าคงเหลือ ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับและยังวัดค่าจากการขายสินค้าได้ด้วย

ปัจจัยด้านลูกค้า ก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้วัดถึงความสำเร็จของการดำเนินงานสามารถวัดค่าของปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านนี้ได้โดย ความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีการตอบกลับจากลูกค้าเป็นอย่างไร หรือใช้วิธีการสำรวจลูกค้าการประเมินตัวแทนผู้จำหน่ายทั้งด้านช่องทางจัดจำหน่าย ความครอบคลุมในพื้นที่ขาย จุดแข็งของตัวแทนจำหน่ายและความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ความรวดเร็วและความถูกต้องในการส่งสินค้าคุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า ความสามารถด้านการทำตลาดและการขาย โดยวัดจากแนวโน้มของยอดขาย กิจกรรมสำรวจตลาด และการฝึกอบรมพนักงานขาย

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหาร และการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ถึงแม้จะมียอดขายสูง ก็อาจไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างที่ควรเป็นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพสินค้าว่ามีจำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมหรือไม่มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน ผลิตซ่อมแซมสินค้า หรือ ขาดเสียให้ลูกค้ามาน้อยเพียงใด ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ทั้งการใช้วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร การบริหารเวลาในการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ความปลอดภัย

ในการทำงาน พิจารณามีจำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุสูงหรือไม่ และมีผลกระทบรุนแรงระดับใด และสุดท้ายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแก้ไขการผลิตหรือไม่

การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถวัดค่าความสำเร็จได้จากการนวัตกรรมสินค้าของกิจการทั้งจากจำนวนของสินค้าใหม่ หรือการพัฒนาสินค้าเดิม ตลอดจนความรวดเร็วในการสร้างสินค้าใหม่ และทักษะและการพัฒนาทักษะของผู้วิจัย ขวัญกำลังใจของลูกค้าจากอัตราผลตอบแทน การสำรวจความพอใจ และจำนวนการร้องเรียน สุดท้ายคือการวัดความรู้ ความสามารถของพนักงานจากการฝึกอบรม ประสบการณ์ และการวัดผลการปฏิบัติงาน

นอกจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น ความสัมพันธ์กับรัฐบาล การให้บริการของภาครัฐ การสื่อสาร ก็ล้วนแต่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจเช่นกัน (นภาพร ณ เชียงใหม่, 2548 : 50)

2.6.1 แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP

แนวความคิด One Village One Product ของจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2545 : 20 – 25) เป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนที่ให้คนที่อยู่ในชุมชนได้สร้างความคิดและทำด้วยตัวเอง สร้างสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นของตัวเอง นำของเดิมที่ดีและมีอยู่แล้วไปพัฒนาขัดเกลาให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้ฐานข้อมูลของชุมชนให้เป็นประโยชน์ โดยอาศัยหลักในการดำเนินงาน 3 ประการ ได้แก่

- (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล
- (2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
- (3) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

จากหลักการทั้ง 3 ประการ ต้องมีการทำให้แนวความคิดดังกล่าวสามารถแพร่กระจายในชุมชนของตนเอง ส่งเสริมแนวคิดนี้อย่างถูกต้อง ให้ผู้นำชุมชนได้ทราบและเข้าใจ มีการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่และข้าราชการของจังหวัด จนเกิดความเข้าใจและกระจายข้อมูลไปอย่างแพร่หลาย จนเกิดการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มีการเสนอข่าวผ่านสื่อจนเป็นที่ยอมรับ และเกิดการแข่งขันในการพัฒนาจนทำให้สินค้ามีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในกระบวนการพัฒนา One Village One Product ของจังหวัดโออิตะ 9 ประการ ได้แก่

1. การมีผู้นำมีวิสัยทัศน์ และมีความตั้งใจทำงานอย่างจริงจัง
2. การมีหน่วยงานที่ให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องที่ต้องการอย่างพร้อมมูลจากการฝึก
ขั้นทักษะ
3. มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบการค้าเข้าถึงได้ง่าย ตอบคำถามประชาชนได้ทุกเรื่อง
4. องค์กรสหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง มีมาตรฐาน และมีบทบาทในแง่ของการช่วยเหลือทางเทคนิค ทั้งทางด้านการตลาด การขนส่งและเทคโนโลยี และที่สำคัญเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนอย่างแท้จริง
5. ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนตามความเป็นไปได้ของโครงการที่ขอต่อรัฐบาลท้องถิ่นโดยไม่เหลื่อมล้ำระหว่างคนจนและรวย ทุกคนมีสิทธิ์ขอทุนได้เท่าเทียมกัน โดยรัฐพิจารณา

จากความเป็นไปได้ของโครงการ ทำให้โครงการที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จสูง มีการสร้างงานที่เป็นธรรมชาติ เนื่องจากหากธุรกิจเกิดและประสบความสำเร็จ การจ้างงานก็จะเกิดตามมา และยังเอื้อต่อการเกิดธุรกิจที่เกื้อหนุนกันเป็นทอดๆ

6. ระบบสังคมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ สมาชิกของกลุ่มโครงการมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันดี ไม่แบ่งเขาแบ่งเรา

7. ประชาชนมีคุณภาพ ช่างคิดช่างทำ คิดแล้วทำ ทำแล้วคิดตลอดเวลา มีความขยันเป็นพื้นฐาน อดทน ไม่ย่อท้อ

8. รัฐบาลระดับท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ เช่น รู้จักการเรียนรู้ร่วมกันกับประชาชนโดยมีการทำงานในระบบ PAR (Participatory Action Research) มีการสื่อสารถึงกันตลอดเวลา และมีความใกล้ชิดกับประชาชน คิดถึงผลประโยชน์ของประชชนเสมอ การลงมือทำกิจกรรมขนาดใหญ่ จะมีการพบ พูดคุยกับประชาชนเป็นเวลานาน ๆ ก่อนเสมอ ซึ่งผู้นำชุมชนเรียกว่า การถกเถียง 100 วัน (100 Days Discussion) โดยจะมีผู้เกี่ยวข้องจากส่วนต่างๆ ของชุมชนมาร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน ธุรกิจ

9. ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม One Village One Product เข้าใจแนวคิดของหลักการ Symbiosis เป็นอย่างดี ซึ่งทุกส่วนเชื่อว่าหากทุกคนร่วมมือกัน ประโยชน์ที่ได้ก็จะได้รับกันอย่างทั่วถึงและมีความยั่งยืน

2.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ SMEs ให้บรรลุผลสำเร็จ

นี่คือแบบฉบับหรือข้อแนะนำ 15 ประการเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจให้ได้ผล ซึ่งรวบรวมจากข้อคิดของผู้ดำเนินธุรกิจจนประสบผลสำเร็จ มีดังนี้ (เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร, 2552 : 38-40)

2.6.2.1 มีความรู้ความชำนาญ ในการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าประเภทใดก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีประสบการณ์ หรือความรู้ความชำนาญมาก่อน นอกจากนี้ยังจะต้องหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มเติม

2.6.2.2 เริ่มต้นด้วยเงินทุนที่เพียงพอ เมื่อเริ่มประกอบธุรกิจ ควรมีเงินของตนเองเพียงพอ ไม่ใช่กู้หนี้ยืมสิน

2.6.2.3 เลือกทำเลที่เหมาะสม คนทั่วไปมักจะเข้าใจผิดอยู่เสมอว่าการเลือกทำเล จำเป็นเฉพาะร้านขายปลีกเท่านั้น ร้านขายส่งและโรงงานอุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยทำเลที่ตั้งที่ดี และเหมาะสม เช่นเดียวกัน ทำเลที่ดี คือ ที่ที่มีลูกค้าติดต่อได้สะดวก การบริการขนส่งสะดวกและรวดเร็ว โดยเสียค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนน้อยที่สุด

2.6.2.4 มีความชำนาญในการซื้อสินค้าการมีความชำนาญในการซื้อสินค้ามาจำหน่ายซึ่งได้แก่การรู้ว่าซื้อสินค้าอะไร ซื้อจากที่ไหน และซื้ออย่างไร ถือว่าเป็นความสำคัญเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การประกอบธุรกิจให้ได้กำไร การซื้อสินค้าผิด ๆ นอกจากจะขายไม่ได้แล้ว ยังจะต้องเสียค่าใช้จ่ายอีกมากมาย เช่น เสียที่เก็บสินค้า เสียดอกเบี้ย ขาดขาดทุน เป็นต้น

2.6.2.5 ควบคุมเงินทุนหมุนเวียน ธุรกิจแต่ละประเภทมีความต้องการระดับเงินทุนหมุนเวียนแตกต่างกันไป แต่ไม่ว่าธุรกิจประเภทใด เมื่อมีการนำเงินไปซื้อสินทรัพย์ถาวร เงินหมุนเวียนจะลดลงทันที ผลที่ตามมาคือ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีเงินไม่เพียงพอในการชำระ

หนี้ทางการค้า หรือหนี้สินกู้ยืมระยะสั้น ธุรกิจที่ขายตัวอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนมากขึ้นอยู่เสมอ การคาดคะเนระดับความต้องการเงินทุนหมุนเวียนไว้ล่วงหน้า จะช่วยให้สามารถชำระหนี้ได้โดยไม่บกพร่องธุรกิจหมุนเวียนไปได้โดยไม่ติดขัด

2.6.2.6 บริหารการขายเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ โดยปกติการขายเชื่อจะมีกำไรมากกว่าการขายเป็นเงินสด เพราะการขายเชื่อมีความเสี่ยงและอาจจะเกิดหนี้สูญ นอกจากนั้นจะต้องมีค่าใช้จ่ายในเรื่องการเรียกเก็บและติดตาม ค่าใช้จ่ายในเรื่องเอกสาร และการบันทึกต่าง ๆ

2.6.2.7 ใช้จ่ายเงินด้วยความระมัดระวัง

2.6.2.8 มีท่าทีที่ดีต่อลูกค้า

2.6.2.9 เตรียมการเพื่อขยายกิจการ

2.6.2.10 ต้องประมาณตนเองอยู่เสมอ

2.6.2.11 บันทึกตัวเลขทางการค้า

2.6.2.12 ตรวจสอบกำไรและฐานะการเงินอยู่เสมอ

2.6.2.13 ประารถนาที่จะเรียนรู้ ชีวิตเราไม่ว่าประกอบธุรกิจอาชีพอะไร ดูเหมือนจะต้องเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุดการเรียนรู้เป็นวิธีหนึ่งที่จะเพิ่มความสามารถให้กับตนเอง การเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่และพนักงานในองค์การธุรกิจของตนได้เรียนรู้ถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากร ความปรารถนาที่จะชวนหาความรู้ถือว่าเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะในยุคธุรกิจสมัยใหม่

2.6.2.14 เต็มใจที่จะรับฟังคำแนะนำ

2.6.2.15 ระวังสุขภาพของท่าน สุขภาพเป็นขีดจำกัดหนึ่งของการประกอบธุรกิจโดยธรรมชาติมนุษย์ทุกคนย่อมพยายามหลีกเลี่ยงจากการเจ็บป่วยแต่เมื่อมีอายุมากขึ้นความแข็งแรงทางร่างกายจะลดลง การเจ็บป่วยจะมีมากขึ้นเมื่อท่านเห็นว่าสุขภาพของท่านไม่แข็งแรงเพียงพอที่จะรับความกดดันจากธุรกิจของท่าน ควรรักษาทางแก้ไขอาจจะให้ผู้อื่นรับช่วงต่อไป หรือเลิกกิจการมิฉะนั้นอาจประสบกับการสูญเสียมากกว่านี้

2.6.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Critical Success Factor : CSF)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor : CSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือก็คือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์กรจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลัก หมายถึงที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น (Higher Performance) ซึ่งประเด็นนี้จัดเป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring System) สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่ (2559, ออนไลน์)

2.6.3.1 ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้ว การที่เราจะมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) นั้นเป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่คุณต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน ความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใด ๆ ที่จะได้มาจากการเพียรพยายามเพียงน้อยนิด

2.6.3.2 ภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความสามารถ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหารที่ต้องมีครบถ้วน

2.6.3.3 การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล

2.6.3.4 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิธีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลก ๆ ใหม่ ๆ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดเป็นคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.6.3.5 มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็ก ให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทาง กลยุทธ์ และวิธีปฏิบัติ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องกัน โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่จะเป็นทั้งเจ้าของธุรกิจ และผู้จัดการในเวลาเดียวกันนั้น ก็คือ เซาว์อารมณ์ หรือ ความฉลาดรู้ทางอารมณ์ (Emotional Quotient – EQ)

2.6.3.6 ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญกับปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหารายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจ จะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

2.6.3.7 การบริหารเวลา (Time Management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บนโลกนี้ ก็คือ เวลาทุกคนมี 24 ชั่วโมงเท่า ๆ กัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้ให้หมดไปในลักษณะใด เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทำอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์ แก่ลูกค้า แก่ครอบครัว และแก่สุขภาพส่วนตัว

ปัจจัยทั้งหมดเป็นเพียงขั้นพื้นฐาน ยังมีสิ่งที่เจ้าของธุรกิจควรจะมีอีกมากมายหลายประการ อาทิ ความเป็นผู้นำ ความสามารถในการบริหาร การมอบหมายงาน การกำกับดูแล ฯลฯ แต่ก็ได้เป็นประเด็นที่น่าวิตกกังวลแต่อย่างใด หากเรามีการใฝ่เรียนรู้ด้วย “การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)”

วัชร ใหมเจริญ (2550) ได้สรุปคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ไว้ดังนี้ คือ

- (1) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- (2) ด้านความกล้าเสี่ยง

- (3) ด้านความชำนาญ
- (4) ด้านความมุ่งมั่น ทะเยอทะยาน
- (5) ด้านความขยันขันแข็ง
- (6) ด้านความเชื่อมั่น
- (7) ด้านความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน
- (8) ด้านความสามารถหาโอกาสในวิกฤต

2.6.4 10 ปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

2.6.4.1 ความเข้าใจในเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงวิสัยทัศน์การทำงาน ที่แทรกซึมเข้าไปเป็นวัฒนธรรมองค์กร และพนักงานใช้ในการทำงานร่วมกัน

2.6.4.2 ผลผลิตของบริษัท ที่เป็นมากกว่า ผลของการทำงาน แต่เป็นผลผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสังคม

2.6.4.3 ความซื่อสัตย์และความโปร่งใสขององค์กร ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อถือให้เกิดตามมา

2.6.4.4 การวางแผนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าให้เกิดขึ้นในระยะยาว

2.6.4.5 พนักงานเข้าใจถึงวิธีการทำงานเป็นทีม และทำงานร่วมกันเป็นอย่างดี

2.6.4.6 การมองไปในระยะยาว ถึงการรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานที่ดีขององค์กร

2.6.4.7 การที่พนักงานเข้าใจว่า วิธีที่สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ นั้น จะต้องริตขีดพลังความสามารถของตัวเองออกมามากที่สุด และต้องปฏิบัติตามข้อตกลงขององค์กร

2.6.4.8 หัวหน้าและพนักงานมองอนาคตไปในทิศทางเดียวกัน และกำลังปฏิบัติการเพื่อมุ่งไปยังอนาคตนั้น

2.6.4.9 องค์กรปรับปรุงกลยุทธ์ไปเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งความสนใจ ไปที่การพัฒนาความสามารถและเพิ่มประสบการณ์ให้กับพนักงาน

2.6.4.10 องค์กรวางโครงสร้างในการทำงานเป็นทีม ให้เล็ก กระชับ และใช้งานได้ง่าย แต่วางเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จให้มีความยิ่งใหญ่ (สถาบันฝึกอบรมและให้คำแนะนำด้านการพัฒนาการบริการลูกค้าอย่างเป็นระบบ, 2559: ออนไลน์)

2.7 หลักการดำเนินงานของ OTOP

จากเอกสารวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแบบพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (จิระ กาญจนภักดิ์ และพนอจิต เหล่าพูลสุข, 2541) ได้นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยวิธีการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในด้านเงินทุน การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการไว้ดังนี้

2.7.1 แนวคิดด้านการเงิน หรือเงินทุน

ทุนในที่นี้ หมายถึง คน ภูมิปัญญา ความรู้ ความสามารถ เทคโนโลยี ปัจจัยการผลิต พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ดิน อาคาร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือประกอบอาชีพ และสำหรับการพัฒนาเงินทุน

มีวิธีการพัฒนาเงินทุนด้วยการจัดทำข้อมูลแหล่งเงินทุนที่จะสนับสนุนทุนแก่กลุ่มได้ การระดมเงินออมของประชาชน โดยการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ วรรณะการเพิ่มเงินออมแก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ สนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ หรือการขยายกิจการเชิงธุรกิจ เพิ่มพูนประสิทธิภาพการบริหาร/จัดการ แก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการระดมและพัฒนาเงินทุน จัดทำหนังสือคู่มือแนวทางหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเงินทุน และจัดตั้งชมรมกลุ่มออมทรัพย์ทุกระดับ

ในระดับครอบครัวจะสามารถสร้างทุนให้เกิดขึ้นได้ด้วยการประหยัด การออม การประกอบอาชีพ การลดรายจ่าย ใช้ประโยชน์ของเงินทุนให้คุ้มค่า และการกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำ

2.7.2 แนวคิดด้านการผลิต

การผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อนำสนองความต้องการของผู้บริโภค

สำหรับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิต เป็นการผลิตได้ ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูปและการบริโภค เพื่อให้ปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันได้ มีรายได้จากการขายผลผลิต ผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก มีคุณภาพ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิต

การพัฒนาการผลิต มีวิธีการดังนี้

- (1) ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการของตลาด
- (2) พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- (3) สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิต
- (4) จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ เผยแพร่ให้กับทางด้าน

ผู้ประกอบการกลุ่มอาชีพ

- (5) สนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ในการบริหารการผลิต เป็นการวางแผนการจัดระเบียบองค์การและควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและการจัดการระบบการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต การแปรรูปผลผลิตที่มีคุณภาพ และติดตามควบคุมให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นในการผลิตยังจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานให้เป็นไปตามข้อกำหนดคุณลักษณะที่องค์การต่าง ๆ ได้กำหนดไว้ นอกจากเป็นการรับรองคุณภาพและมาตรฐานแล้ว ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือได้อีก เช่น อย. มอก. มผช. เป็นต้น

2.7.3 แนวคิดด้านการตลาด

ในการพัฒนาการตลาด อันดับแรก ได้แก่การศึกษาตลาดด้วยการค้นหาความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค จัดเตรียมข้อมูลเพื่อการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านรูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ประโยชน์ ความนิยม ราคา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาเพื่อช่วยในการตัดสินใจผลิต และลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการลงทุน สำหรับแหล่งข้อมูลการตลาดอาจจะได้จากข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น รายงาน วารสาร สถิติ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน และข้อมูลที่ต้องเก็บรวบรวมขึ้นใหม่ เช่น วิธีการสังเกต ทำการทดลอง วิธีสำรวจ การประมาณการจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย และการทดสอบการขาย และเมื่อมีการ

วิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จะทำให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นการผสมผสานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ระบบการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้เข้ากันได้ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

2.7.4 แนวคิดด้านการบริหารจัดการ

ในการพัฒนาการบริหารจัดการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้ถูกทิศทาง ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สามารถดำเนินกิจการได้ด้วยตนเอง และสำหรับแนวทาง ในการพัฒนาผู้บริหาร และการจัดการ มีวิธีการดังนี้

2.7.4.1 การฝึกอบรม สัมมนา ประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบการและการบริหาร ศึกษาดูงาน การบริหารทุน การผลิต การตลาด แลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มอาชีพประเภทเดียวกัน สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และประสานให้เอกชนมีบทบาทพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากนั้นผู้บริหาร ผู้จัดการ และคณะกรรมการควรต้องรู้เรื่องการบริหารจัดการให้สามารถบริหารจัดการเป็น และมีประสิทธิภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนและการบริหารทุน ให้รู้จักพึ่งตนเอง สามารถผลิตให้มีคุณภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนทั้งภายในและภายนอก

2.7.4.2 การสร้างองค์กรให้เข้มแข็ง องค์กรที่เข้มแข็ง เป็นองค์กรที่จะมีคุณธรรม ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความสามัคคี มีความเป็นผู้นำ พึ่งตนเอง รู้จักหน้าที่ มองการณ์ไกล และมีระเบียบวินัย มีการพัฒนาโครงสร้างองค์กรให้มีคุณภาพ สามารถบริหารจัดการได้

2.7.4.3 การพัฒนาบุคลากร เป็นการพัฒนาศักยภาพบุคคล โดยการพัฒนาคณะกรรมการบริหารกลุ่มให้บริหารกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.7.4.4 การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการผลิตและการตลาด ส่งเสริมสนับสนุนให้มีเครือข่ายตามพื้นที่ ตามกิจกรรม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม

2.7.4.5 การจัดหาและบริหารวัสดุ ในการจัดหาและบริหารวัสดุ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้รู้จักเลือกและจัดหาวัสดุ มีทักษะและมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้งานและการบำรุงรักษา และสามารถทำได้โดยฝึกอบรมผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

2.8.1 ความหมายของรูปแบบ

คัมภีร์ สุตแท้ (2553 : 65) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้น แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญของเรื่องให้เข้าใจง่ายขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

ปัญญา ทองนิล (2553 : 24) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง โครงสร้างที่เกิดจากทฤษฎีประสบการณ์ การคาดการณ์ นำเสนอในรูปของข้อความหรือแผนผัง

บาร์ดู และฮาร์ทแมน (Bardo and Hartman, 1982 : 70) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง สิ่ง que แสดงโครงสร้างของความเกี่ยวข้องระหว่างชุดของ ปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ หรือองค์ประกอบที่

สำคัญในเชิงความสัมพันธ์หรือเหตุผลซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยเข้าใจข้อเท็จจริงหรือปรากฏการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

เวปสเตอร์ (Webster, 1983 : 154) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง รูปแบบแบบของจริง รูปแบบที่เป็นแบบอย่าง และแบบจำลองที่เหมือนของจริงทุกอย่างแต่มีขนาดเล็กลงหรือใหญ่ขึ้นกว่าปกติ

เรย์ (Raj, 1996 : 197) กล่าวว่า รูปแบบ หมายถึง รูปย่อที่เลียนแบบความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้ง่ายขึ้น

ทิงค์เอ็กซ์ซิสต์ (Thinkexist, 2008 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่า รูปแบบ (Model) ไว้ว่าเป็นแบบจำลองระบบการปฏิบัติงาน หรือแบบแปลนของการก่อสร้างที่วาดไว้ล่วงหน้า หรือสิ่งของที่เป็นตัวแทนแสดงความคิดของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือสิ่งที่เตรียมเอาไว้ล่วงหน้า

อาร์ ดิกชันนารี (Ar dictionary, 2008 : 1) ได้นิยามความหมายของ รูปแบบ (Model) ว่า หมายถึง แบบจำลองที่เป็นสัดส่วนหรือเป็นประเภทเดียวกันกับของจริงหรือสัญลักษณ์ของการเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต หรือแบบแผนของสิ่งที่เตรียมไว้

สรุปความหมายของรูปแบบ คือ สิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้น เพื่อไว้เป็นแนวทางในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง

2.8.2 ประเภทของรูปแบบ

รูปแบบมีหลายประเภทด้วยกันซึ่งนักวิชาการด้านต่าง ๆ ก็ได้จัดแบ่งประเภทต่างگانออกไป สำหรับรูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์นั้น ได้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (Keeves, 1988, : 561-565)

1) Analogue Model เป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบในการทำนายจำนวนนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบโรงเรียน ซึ่งอนุมานแนวคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าและปล่อยน้ำออกจากถัง นักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบเปรียบเทียบกับน้ำที่เปิดออกจากถัง ดังนั้นนักเรียนที่คงอยู่ในระบบจึงเท่ากับนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยนักเรียนที่ออกจากระบบ เป็นต้น

2) Semantic Model เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อ ในการบรรยาย หรืออธิบาย ปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้นๆ

3) Mathematical Model เป็นรูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ รูปแบบประเภทนี้นิยมใช้กันทั้งในสาขาจิตวิทยาและศึกษาศาสตร์ รวมทั้งการบริหารการศึกษาด้วย

4) Causal Model เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิค ที่เรียกว่า Path Analysis และหลักการสร้าง Semantic Model โดยการนำเอาตัวแปรต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น เช่น The Standard Deprivation Model ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทางเศรษฐกิจสังคมของบิดา มารดา สภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่บ้าน และระดับสติปัญญาของเด็ก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป รูปแบบ มีหลายประเภท เช่น รูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์ ได้แบ่งออกเป็น รูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปไมยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม รูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ รูปภาพ รูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และรูปแบบที่นำเอาตัวแปรต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น เป็นต้น

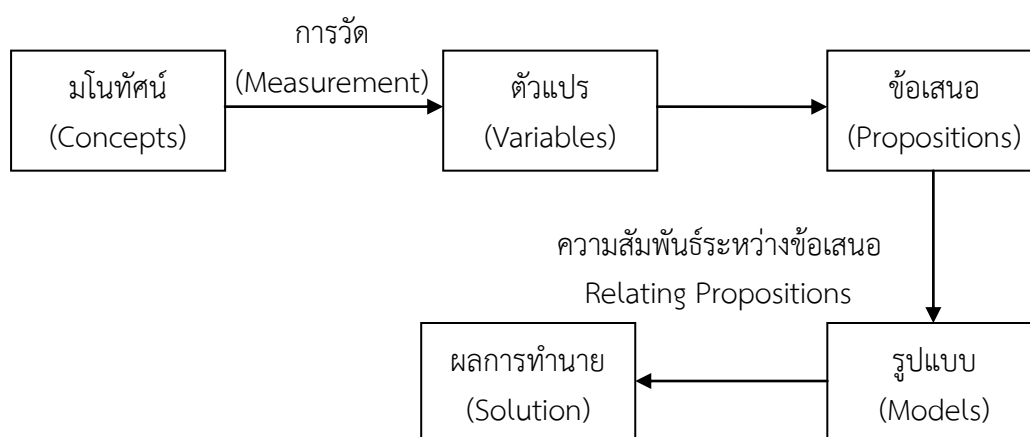
2.8.3 คุณลักษณะของรูปแบบที่ดี

กีเวส (Keeves, 1988 : 560) กล่าวว่า รูปแบบที่ใช้ประโยชน์ได้ ควรจะมีข้อกำหนด (requirement) 4 ประการ คือ

- 1) รูปแบบ ควรที่จะประกอบไปด้วย ความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง (structural relationship) มากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันแบบรวมๆ (associative relationship)
- 2) รูปแบบ ควรใช้เป็นแนวทาง การพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น สามารถถูกตรวจสอบได้โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ได้
- 3) รูปแบบ ควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ ควรใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย
- 4) รูปแบบ ควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

2.8.4 การสร้างรูปแบบ

การสร้างรูปแบบ คือ การกำหนดมโนทัศน์เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เพื่อชี้ให้เห็นชัดเจนว่า รูปแบบเสนออะไร เสนออย่างไร เพื่อให้ได้อะไร และสิ่งที่ได้นั้นอธิบายปรากฏการณ์อะไร และนำไปสู่ข้อค้นพบอะไรใหม่ๆ ซึ่งขั้นตอนการสร้างรูปแบบเขียนไว้ในแผนภาพสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการสร้างรูปแบบสร้างความสัมพันธ์
(Keeves, 1988 : 172)

กล่าวโดยสรุป รูปแบบที่จะนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้น ต้องประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ คือ มีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง สามารถทำนายผลได้ สามารถขยายความผลทำนายได้กว้างขวางขึ้น และสามารถนำไปสู่แนวคิดใหม่ๆสำหรับการพัฒนารูปแบบนั้น ผู้วิจัยจะต้องศึกษาแนวคิด ทฤษฎีในการสร้างรูปแบบนำเอาข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของรูปแบบ กำหนดโครงสร้างและข้อเสนอของรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่ผลสรุป เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่มุ่งหวังของการวิจัย มีการทดสอบและปรับปรุงรูปแบบ

จากการศึกษาวิเคราะห์ พอสรุปได้ว่า การสร้างรูปแบบ (model) นั้นไม่มีข้อกำหนดที่ตายตัวแน่นอนว่าต้องทำอะไรบ้าง แต่โดยทั่วไปจะเริ่มต้นจากการศึกษา องค์ความรู้ (intensive knowledge) เกี่ยวกับเรื่องที่เราจะสร้างรูปแบบให้ชัดเจน จากนั้นจึงค้นหาสมมติฐานและหลักการของรูปแบบที่จะพัฒนา แล้วสร้างรูปแบบตามหลักการที่กำหนดขึ้น และนำรูปแบบที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเหมาะสมและหาคุณภาพของรูปแบบต่อไป ส่วนการพัฒนารูปแบบ มีขั้นตอนการดำเนินการ คือ ศึกษาสภาพบริบทปัญหาและความต้องการผสมกับแนวคิด ทฤษฎีและองค์ความรู้เดิม จากนั้นนำมาสร้างรูปแบบ แล้วนำรูปแบบไปทดลองใช้ และสุดท้ายต้องมีการประเมินรูปแบบด้วยจึงจะถือได้ว่ารูปแบบที่ได้นั้นมีความสมบูรณ์ น่าเชื่อถือต่อไป

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับหลักการจัดการเทคโนโลยี

2.9.1 ความหมายของการจัดการ

สาคร สุขศรีวงศ์ (2551 : 26) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทางการจัดการซึ่งรวมถึงกิจกรรมหลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 30) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงานให้สำเร็จด้วยการใช้บุคคลอื่นให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งประสิทธิผลและประสิทธิภาพมีความแตกต่างกันทั้งนี้ ประสิทธิภาพใช้วัดความสามารถในการทำงานกับการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาถึงผลงานที่ได้รับกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ส่วนประสิทธิภาพใช้วัดความสามารถในการทำงาน กับการใช้ทรัพยากรที่น้อยที่สุด

เฮอร์เบิร์ต เอ. ไชมอน (Herbert A. Simon, 1947 : 3) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

คูนซ์ และ โดแนล (Koontz & Donnel, 1972 : 43) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น

เออร์เนสต์ เดล (Ernest Dale, 1973 : 4) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการจัดองค์การและการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการ หมายถึง วิธีการดำเนินการของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันในกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ

2.9.2 ความหมายของเทคโนโลยี

พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (2553 : 408) กล่าวว่า เทคโนโลยี คือ วิทยาการที่เกี่ยวกับศิลปะ ในการนำเอาวิทยาศาสตร์ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ในทางปฏิบัติ และอุตสาหกรรม

บดินทร์ รัชมีเทศ (2550 : 26) กล่าวว่า เทคโนโลยี เป็นคำเรียกที่ทับศัพท์ กับคำภาษาอังกฤษว่า Technology ได้อ้างถึง Roger ที่ให้นิยามว่าคือ การออกแบบข้อมูลเพื่อให้เกิดการกระทำของเครื่องมือที่ลดความไม่แน่นอนของผลลัพธ์ที่พึงปรารถนา จากนั้นนิยามดังกล่าว เทคโนโลยี ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบ คือ Software ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความรู้ ข้อมูลที่ใช้สำหรับการปฏิบัติการของเครื่องมือ และ Hardware คือสิ่งที่ เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่เอื้อต่อการใช้งานของ ข้อมูล Software องค์ประกอบทั้ง 2 ของเทคโนโลยีจำเป็นต้องอยู่คู่กันและใช้งานร่วมกัน โดยมีมนุษย์ เป็นผู้สร้าง ใช้ และจัดการทั้งสิ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า เทคโนโลยี คือ การนำความรู้ ทางด้าน วิทยาศาสตร์และด้านอื่นๆมาทำให้เกิดสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดไว้ หรือตามต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ที่ดีกว่า ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้น

2.9.3 ความหมายของการจัดการเทคโนโลยี

ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2548 : 64) กล่าวว่า สภาวิจัยแห่งสหรัฐอเมริกา (The US National Research Council) ได้ให้คำจำกัดความของการจัดการเทคโนโลยีว่าเป็นตัว เชื่อมโยงศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรม และการจัดการเข้ามาไว้ด้วยกันเพื่อวางแผนพัฒนาและดำเนินการด้าน ความสามารถทางเทคโนโลยีในการเปลี่ยนแปลงและความสัมฤทธิ์ผลของเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และ ปฏิบัติงานภายในองค์กร

ประพนธ์ ผาสุกยิ่ง (2549 : 1) กล่าวว่า การจัดการเทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการ วิธีการ หรือกระบวนการในการนำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดผลผลิตที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และมนุษยชาติในทางปฏิบัติ โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่า และสามารถถือครองสิทธิ์ได้

สิน พันธุ์พินิจ (2549: 1) กล่าวว่า “ การจัดการเป็นการจัดคนทำงานตามที่ เรา ต้องการ ในขณะที่ การจัดการเทคโนโลยี เป็นการจัดคนและเทคโนโลยีให้ทำงานด้วยกันตามที่ เรา ต้องการ” การจัดการเทคโนโลยี จึงเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ “Know-how” อย่างเป็น ระบบทั้งด้านวิชาการ (Technical) กับการจัดการ (Managerial) เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

เกรนอร์ (Gaynor,1999 : 4) ได้ให้นิยามความหมายของการจัดการเทคโนโลยี (Principles of Technology Management) ว่าหมายถึง ความรู้ของการที่จะทำสิ่งต่างๆ อย่างไร (How) ให้เป็นระบบ (System) ที่สังคมพึงพอใจในการนำมาใช้ เพื่อให้ตรงตาม ความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

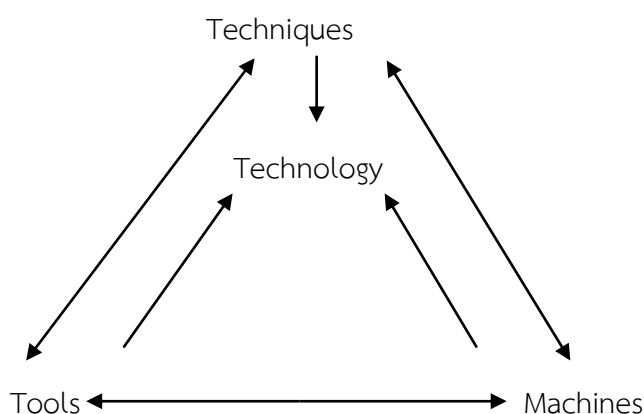
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วิทยาศาสตร์เป็นแต่เพียงความรู้ที่จัดเรียบเรียงไว้อย่างเป็นระบบ ระเบียบแล้ว ส่วนเทคโนโลยีซึ่งแท้จริงก็คือ Know-How หมายถึงความรู้ว่าจะทำอย่างไร เป็นการนำ ความรู้วิทยาศาสตร์ไปใช้ในทางปฏิบัติให้เกิดประโยชน์แก่มวลมนุษย์ ซึ่งเทคโนโลยีสามารถมองเห็นได้

วัดได้ จับต้องได้ การจัดการเทคโนโลยีแท้จริงแล้วก็คือ การบูรณาการเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้สามารถเป็นเครื่องช่วยมนุษย์ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ขององค์การที่เอื้อให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากขึ้นนั่นเอง

2.9.4 การจัดการเทคโนโลยี (Technology Management : TM)

การจัดการเทคโนโลยีในความเป็นจริงก็คือ การบูรณาการศาสตร์สาขาวิชาทาง วิทยาศาสตร์และวิศวกรรม ตลอดจนการบริหารจัดการเข้าด้วยกัน ไปประดิษฐ์ ผลิต หรือดำเนินการ เป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้มากที่สุด และ สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ สภาพสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และกำลังทาง เศรษฐกิจ เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต เทคโนโลยีจะมีคุณสมบัติต่อการนำไปใช้หรือมีความเหมาะสมใน การผลิตในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ใช้เทคโนโลยี เป็นสำคัญ

กล่าวได้ว่าเทคโนโลยีนั้นๆ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ สถานที่ และยุคสมัย การนำเทคโนโลยีอย่าง เดียวกันไปใช้ในสถานที่ที่แตกต่างกัน ต่างยุคต่างสมัยกัน หรือผู้ใช้ต่างกลุ่มลักษณะกันย่อมได้ผลไม่ เหมือนกัน ซึ่งแตกต่างกับวิทยาศาสตร์ที่เป็นข้อเท็จจริงไม่ขึ้นกับผู้ใช้ สถานที่และยุคสมัย การจัดการ เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ผู้ใช้จะต้องมีความรู้ มีข้อมูลที่ดีพอ มีความเชี่ยวชาญและทักษะเป็นอย่างดี ที่สำคัญคือจะต้องมีเทคนิค(Technique) หรือที่เราเรียกติดปากว่า ศิลปะในการนำไปใช้ ดังนั้นใน การจัดการเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นระดับใดก็ตาม ถ้าเราคำนึงถึงหลักการดังกล่าวย่อมจะทำให้เกิด ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตอย่างแน่นอน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการเทคโนโลยี ดัง แสดงในภาพที่ 2.2

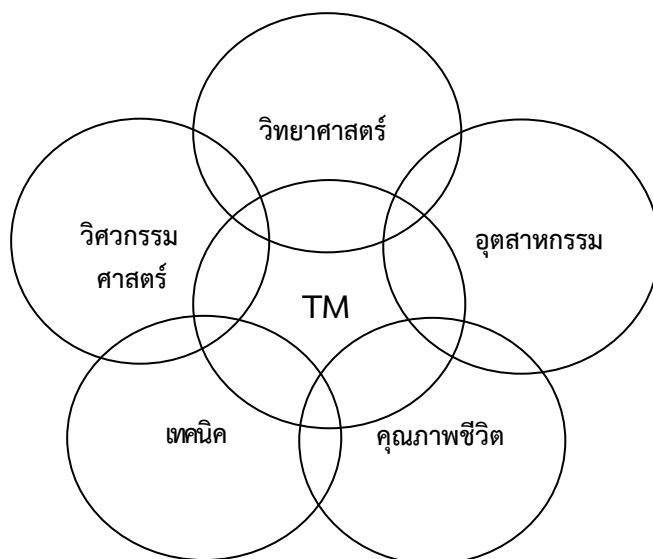


ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของการจัดการเทคโนโลยี

(คำรณ ศรีน้อย, 2549 : 6)

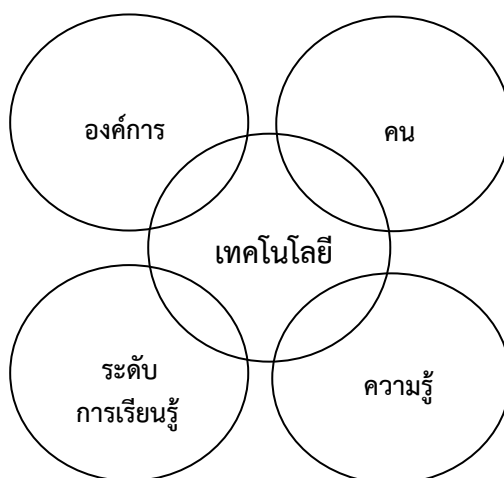
การใช้เทคโนโลยี หรือที่เรียกกันสรวหรือว่าการจัดการเทคโนโลยี เพื่อนำไปใช้ให้เกิด ประโยชน์จะบรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใดนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เทคโนโลยีกับส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วย เช่น วิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรม วิศวกรรมศาสตร์ เทคนิคและ คุณภาพชีวิต เพราะความสัมพันธ์ดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การผลิต การใช้และ

การเผยแพร่เทคโนโลยีให้เกิดความเหมาะสมกับศักยภาพของบุคคล ชุมชนและในระดับประเทศ ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ
(คำรณ ศรีน้อย, 2549 : 7)

สรุปได้ว่าการจัดการเทคโนโลยี เป็นศาสตร์ที่ผสมผสานทางด้านวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ วิศวกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ ตลอดจนการปฏิบัติการในด้านอุตสาหกรรม และธุรกิจที่มุ่งเน้นที่จะศึกษาในเรื่องของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลัก และในการพัฒนานั้นจะต้องบูรณาการและเพิ่มเติมระดับความรู้ ทักษะทางปัญญา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า แม้ว่าเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการจัดการเทคโนโลยีในการที่จะทำให้เกิดระบบการสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคตอันได้แก่ แรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ การตลาด นโยบาย สาธารณะ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเงินลงทุนก็ตาม แต่สาเหตุที่ต้องมีการจัดการเทคโนโลยีก็เนื่องมาจาก เทคโนโลยีได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อการบริหารข้อมูลที่หลั่งไหลเข้ามา เพราะมันทำให้เราเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบอย่างมากในยุคที่ต้องใช้ความไวในการรับข้อมูล การติดต่อ และการดำเนินการสามารถทำให้องค์การประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ เทคโนโลยีจะเป็นตัวสร้างความได้เปรียบอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน การจัดการเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ผมขอต้อนรับทุกท่านเข้าสู่โลกยุคใหม่ด้วยการทำงานกับเทคโนโลยี และมีความสุขที่จะจัดการกับเทคโนโลยีใหม่ๆที่กำลังจะมา ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ตัวแบบของการจัดการเทคโนโลยีเชิงระบบ
(สมสุข แหมคำ, 2554 : 3)

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม การมีส่วนร่วม และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และได้สรุปรายละเอียดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

2.10.1 แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม

2.10.1.1 ความหมายของการฝึกอบรม

วิชิต สุรัตน์เรืองชัย (2534: 47) อธิบายว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

วัฒนา ชื่นวงศา (2536:24) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการเสริมสร้าง เพื่อพัฒนาความคิดเห็น ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และทักษะของบุคคลในการทำงานให้กว้างขวางก้าวหน้า

เกรียงศักดิ์ เขียวยั้ง (2543: 166)กล่าวถึงความหมาย การฝึกอบรมว่า เป็นแนวทางและความพยายามที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้แนวใหม่ ได้ความชำนาญในการปฏิบัติงานมากขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและแก้ปัญหา ตลอดจนทัศนคติที่จะปรับปรุงงาน เปลี่ยนแปลงงานให้ดีขึ้นตามแนวทางที่องค์กรกำหนด

กิตติ พชรวิชัย (2544 : 445) ได้สรุปไว้ว่า การฝึกอบรมหมายถึง กระบวนการจัดกิจกรรมที่ตรงกับความเป็นจริงของปัญหา จัดขึ้นเพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ทักษะและเปลี่ยนเจตคติของบุคลากร และนำประสบการณ์ทั้งหมดที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปใช้แก้ปัญหาของงานที่ทำอยู่ให้บรรลุความสำเร็จตามความต้องการขององค์การ

บีช (Beach., 1970: 193) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้ และมีความชำนาญ เพื่อวัตถุประสงค์ให้บุคคลรู้เรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะ หรือเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลไปในทางที่ต้องการ

กู๊ด (Good., 1973: 613) ได้ให้ความหมายการฝึกอบรมว่า หมายถึง กระบวนการให้ความรู้ และฝึกทักษะแก่บุคคล ภายใต้เงื่อนไขบางประการ โดยการจัดการฝึกอบรมไม่ได้จัดกระทำให้ใหญ่โตเหมือนกับการจัดการเรียนการสอน

จากความหมายของการฝึกอบรมดังกล่าว สรุปได้ว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และทักษะของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ให้ได้รับความรู้แนวใหม่ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้มีการปรับปรุงงานและเปลี่ยนแปลงงานให้ดีขึ้นตามความต้องการขององค์กร

2.10.1.2 ประเภทการฝึกอบรม

เข็มทอง แสง (2544: 18 - 21) สรุปประเภทการฝึกอบรมไว้ 4 ประเภท คือ

(1) การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน เป็นการฝึกอบรม เพื่อที่จะเตรียมบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม ซึ่งฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน สามารถดำเนินการโดยหน่วยงานเจ้าสังกัด หรือสถาบันวิชาชีพอื่นๆ ก็ได้

(2) การฝึกอบรมปฐมนิเทศ เป็นการฝึกอบรมกับบุคคล ที่บรรจุใหม่หรือโอนมาปฏิบัติงานใหม่ เพื่อการต้อนรับ แนะนำ ชี้แจงวัตถุประสงค์ เป้าหมายและแนวทางโครงการให้กับบุคลากรในหน่วยงาน

(3) การฝึกอบรมหลังเข้าทำงาน เป็นการฝึกอบรมบุคลากรหลังได้ปฏิบัติงานในองค์การเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์เพิ่มขึ้น

(4) การฝึกอบรมเพื่อเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นนั้น เป็นการฝึกอบรม ที่มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงาน ให้กับบุคลากรที่ได้รับเลื่อนตำแหน่ง เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับองค์การ ซึ่งฝึกอบรมจะมี 2 ลักษณะคือ การฝึกอบรมเพื่อประเมินเข้าสู่ตำแหน่งและการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะประสบการณ์ก่อนเข้ารับตำแหน่งใหม่

วิโรจน์ ลักษณะอดิสร (2550: 72 - 73) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมไว้ 2 ประเภท ดังนี้

(1) การฝึกอบรมแบบ On the Job Training (OJT) คือ การฝึกปฏิบัติงานจริง โดยมีผู้ชำนาญงานนั้นเป็นครูฝึก คอยดูแลการฝึกงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งการฝึกอบรมแบบ On the Job Training จะไม่เน้นการเรียนทฤษฎีมากนัก แต่มุ่งเน้นไปในทางฝึกปฏิบัติ ทำให้การฝึกอบรมแบบนี้ มีความสามารถในการสร้างความรู้ความเข้าใจ เหมาะกับการปฏิบัติงานโดยตรง เพราะเห็นผลในระยะสั้นค่อนข้างชัดเจน ต้นทุนต่ำ แต่ก็ไม่ควรที่จะให้มีจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เกิดการดูแลของผู้ฝึกสอนไม่ทั่วถึง เกิดการบกพร่องในการปฏิบัติงาน ทำให้ Cost of Quality สูงขึ้น และ Productivity ต่ำลงได้

(2) การฝึกอบรมแบบ Off the Job Training เป็นการฝึกอบรมที่เน้นความรู้ความเข้าใจ โดยการจัดฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ ไม่ใช่การเรียนรู้แบบปฏิบัติงานจริง ซึ่งการ

ฝึกอบรมประเภทนี้จะทำให้ความรู้ผู้เข้าอบรมได้มากกว่าการอบรมแบบ On the Job Training เพราะผู้เข้าอบรมสามารถเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ แต่อาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการประยุกต์ใช้ เพราะความรู้เชิงทฤษฎีที่ได้ บางครั้งไม่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ทั้งหมด หากผู้เข้าอบรมไม่มีทักษะในการประยุกต์ความรู้เข้ากับการทำงาน หรือมีทัศนคติต่อการฝึกอบรมว่า เป็นการพักผ่อนผ่อนคลายเป็นการจะทำให้การฝึกอบรมนั้นไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร

วิจิตร อวกุล (2550: 83-87) ได้แบ่งประเภทของการฝึกอบรมไว้หลายประเภท ดังนี้

(1) การฝึกอบรมก่อนทำงาน (Pre-Service Training or Pre-Entry Training) กล่าวคือ ในการศึกษาความรู้พื้นฐานในโรงเรียน มหาวิทยาลัย ซึ่ง จัดการศึกษาจัดหลักสูตรให้สนองความต้องการของตลาด เช่นการแพทย์ วิศวกร นักบิน นักเคมี เศรษฐกร เป็นต้น การศึกษาประเภทนี้ไม่ได้สอนให้นักศึกษาจบออกมาเพื่อทำงานหรือบริการประชาชนโดยตรง แต่สอนเน้นหนักไปในเชิงวิชาการทฤษฎีหลักการเทคนิคส่วนการทำงาน วิธีปฏิบัติดำเนินงานในโรงงาน สถาบันในชีวิตจริงนั้นเป็นหน้าที่ของหน่วยงานและนักศึกษาต้องไปฝึกปฏิบัติหาประสบการณ์เอาเองอย่างไรก็ตาม การสอบคัดเลือกผู้เข้าทำงานในหน่วยงาน มักสอบได้เฉพาะเนื้อหาวิชาการที่เรียนมาจากมหาวิทยาลัย แต่วิธีการทำงานอื่นมักสอบไม่ใคร่ได้ ตัวนักเรียนเองก็ไม่มีประสบการณ์ด้านนี้ การศึกษาในวิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัย ในระยะก่อนการทำงาน จึงเป็นการศึกษาในเนื้อหาวิชาการอย่างกว้างๆ ทั่วไป การอบรมนี้เรียกว่า การอบรมก่อนการทำงาน (Pre-Service Training)

(2) การอบรมปฐมนิเทศ (Orientation) กล่าวคือ การอบรมปฐมนิเทศเป็นการอบรมให้แก่บุคคลที่เข้ามาทำงานใหม่ที่ได้รับการบรรจุเข้าทำงานในระยะแรก ยังไม่รู้อะไรเกี่ยวกับหน่วยงาน เป็นการแนะนำให้พนักงานที่บรรจุใหม่ได้ทราบเกี่ยวกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ ประวัติ ภาวะเปียบ ความเป็นมาของหน่วยงาน ผู้บริหาร โครงสร้าง การทำงาน สภาพการจ้าง เป็นการขจัดข้อสงสัยต่างๆ ความลังเลของผู้ปฏิบัติงานใหม่นอกจากนั้นการปฐมนิเทศยังจะช่วยให้พนักงานใหม่ ได้รู้จักคุ้นกับหน่วยงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันดีขึ้น การปฐมนิเทศจะทำให้พนักงานใหม่รู้เรื่องราวความเป็นไปขององค์การด้วยความรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น เป็นการหล่อหลอมทัศนคติที่ถูกต้องของหน่วยงาน

(3) การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน (Induction Training) กล่าวคือ พนักงานที่เข้ารับการฝึกก่อนเข้าประจำการ (Pre-Service Training) จากโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย จากคณะสาขาวิชาต่างๆ เป็นการได้รับความรู้พื้นฐานเป็นหลัก หรือทฤษฎีที่ใช้กับงานกว้างๆ หลายอย่างเช่น ผู้ที่จบทางวิทยาศาสตร์ (เคมี) ผู้ที่จะใช้วิชาเคมีทำงานในโรงงานน้ำอัดลม กับผู้ที่จบเคมีที่จะไปทำงานกับโรงงานผงซักฟอก หรือผู้ที่จบเคมีทำงานกับโรงงานปุ๋ย จะได้ไม่เสียเวลาศึกษาด้วยตนเอง เกิดการผิดพลาดและไม่ค่อยได้ผล ย่อมต้องรับการอบรมก่อนการเข้าทำงานที่แตกต่างกันฉะนั้นพนักงานที่แม้จะได้ศึกษาทางวิชาการแขนงต่างๆมาจากวิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยแล้ว ก่อนให้ปฏิบัติงานต้องมีการอบรมก่อนส่งตัวเข้าทำงาน หรือส่งตัวลงปฏิบัติงานในท้องที่เฉพาะเรื่องเฉพาะแห่งไปเช่นนี้ เราเรียกว่าเป็นการอบรมก่อนเข้าทำงาน ก่อนดำรงตำแหน่ง เช่น ก่อนไปดำรงตำแหน่งผู้จัดการ ก่อนไปดำรงตำแหน่งนายอำเภอ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานมีความรู้ในเรื่องของงาน ลักษณะของงาน วิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ เป็นการอบรมพนักงานที่เข้ามาใหม่ หรือผู้ได้รับมอบหมายให้ไปปฏิบัติงานที่หน่วยใหม่ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ในเรื่องหรืองานที่จะต้อง

ไปปฏิบัติในขั้นต้น จะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปศึกษาด้วยตนเอง ซึ่งเสียเวลาสิ้นเปลือง และอาจเกิดผลเสียหายแก่งานด้วย

(4) การฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติการหรือประจำการ (In-Service Training, On-The -Job Training) กล่าวคือ การจัดการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ความชำนาญงานในหน้าที่ที่ตนทำให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่บุคคลยังดำรงตำแหน่งอยู่ ไม่ต้องลาออกไปเรียน ไม่ก่อให้เกิดการเสียหายแก่งานของหน่วยงานนั้นในขณะรับการฝึกอบรม โดยหน่วยงานหรือทางราชการจัดขึ้นเอง เช่นการอบรมพัฒนาระยะสั้น การสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น ที่หน่วยงานต่างๆจัดขึ้นเป็นครั้งคราว เหล่านี้จัดว่าเป็นการฝึกอบรม หรือการพัฒนาบุคคลระหว่างปฏิบัติการทั้งสิ้น นอกจากนั้นการเรียนทางไปรษณีย์ การซื้อตำรามาอ่านศึกษาด้วยตนเอง ได้สนทนากับผู้ทรงคุณวุฒิ ก็จัดว่าเป็นการฝึกอบรมระหว่างประจำการด้วย เป็นการเติมความรู้ เพิ่มความรู้ใหม่ให้กับผู้ที่กำลังปฏิบัติงาน การฝึกอบรมระหว่างประจำการสามารถทำได้ทุกระดับและทุกวิชาที่มีความจำเป็นในการฝึกอบรม ซึ่งมีวิธีการฝึกอบรมหลายวิธีที่สามารถใช้ให้เหมาะสมกับระดับประเภทของวิชาและบุคคลที่เข้าฝึกอบรม

(5) การฝึกอบรมเฉพาะเรื่องเฉพาะสาขาวิชา (Specific Training) กล่าวคือ เป็นการอบรมเทคนิค ปลีกย่อย เป็นรายละเอียดเฉพาะเรื่อง เช่นการอบรมเทคนิค การตรวจการติดเชื้อในรังไข่ การตรวจตัวอ่อน การปรับโมดูล เป็นต้น ซึ่งเป็นการอบรมรายละเอียดเฉพาะเรื่อง ที่จัดทำเป็นพิเศษของหน่วยงาน เพื่อเสริมงานหลักให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

(6) การอบรมพิเศษ (Special Training) กล่าวคือ เป็นการอบรมรายการพิเศษ ที่นอกเหนือไปจากการอบรมหลักขององค์การทั้ง 5 ข้อ ดังกล่าวข้างต้น เช่นการอบรมอาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัย อบรมลูกเสือชาวบ้าน อบรมอาสาชาติ อบรมหน่วยบรรเทาทุกข์ การอบรมเพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวม หรือการอบรมให้บริการแก่คนภายนอกหน่วยงาน เป็นการร่วมมือในการจัดอบรมระหว่างหน่วยงานในสังคมชุมชน

2.10.1.3 เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม

กิตติ พัทธวิทย์ (2538: 9) กล่าวถึง ประเภทของเทคนิคการฝึกอบรม ที่มีการจัดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยยึดหลักวิธีการที่ใช้เป็นหลัก คือ

(1) กลุ่มวิธีที่เกี่ยวกับ “การบอก” (Telling Methods) กลุ่มนี้เกี่ยวข้องกับการพูดและการฟัง ซึ่งได้แก่ วิธีการสอนแบบบรรยาย อภิปรายกลุ่มและเทปบันทึกเสียง

(2) กลุ่มวิธีที่เกี่ยวกับ “การแสดง” (Showing Methods) ได้แก่ การแสดงสาธิต (Demonstration) การสังเกตการปฏิบัติงาน (On-The-Job Observation)

(3) กลุ่มวิธีที่เกี่ยวกับ “การกระทำ” (Doing methods) ได้แก่ การถามคำถาม การอภิปรายการให้แก้ปัญหา การประชุมกลุ่มเล็ก (Buzz groups)

อาชัยญา รัตนอุบล (2540: 67) แบ่งประเภทของเทคนิคการฝึกอบรมออกเป็น 2 ประเภท โดยยึดหลักบทบาทสำคัญของผู้ให้การฝึกอบรมและผู้เข้ารับการฝึกอบรม ดังนี้

(1) เทคนิคการฝึกอบรมที่ให้ความสำคัญต่อบทบาทของผู้ให้การฝึกอบรมหรือวิทยากร ได้แก่ การบรรยาย การอภิปรายเป็นคณะ การอภิปรายแบบซิมโปเซียม

(2) เทคนิคการฝึกอบรมที่ให้ความสำคัญต่อบทบาทของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งเป็นวิธีการฝึกอบรมที่เน้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นจุดศูนย์กลาง และการจัดกิจกรรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ โดยมุ่งสร้างพลังกลุ่มเป็นการพัฒนาทีม ภายใต้หลักการของกระบวนการกลุ่ม ทั้งนี้ พฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมให้ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการแสดงออกถึงค่านิยม และคุณค่าของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

วิจิตร อวกุล (2550: 88-93) กล่าวว่า รูปแบบของการฝึกอบรมที่ใช้กันทั่วไปมีมากมาย แต่ที่นิยมปฏิบัติกันมีดังนี้

(1) การบรรยายหรือการสอน (Lecture) เป็นการสอนโดยอาศัยหลักความแตกต่างของความรู้ โดยผู้บรรยายมีความรู้สูงกว่าผู้เข้ารับการบรรยาย ผู้อบรมมีความรู้ต่ำ ผู้สอนถ่ายทอดให้ผู้รับการอบรมทางเดียว มีลักษณะการสอนบอกเล่า ทางวิชาการ สื่อสารทางเดียวเพื่อสร้าง เปลี่ยนแปลงความรู้สึนึกคิด ความเชื่อเพื่อให้เกิดการยอมรับเรื่องราว หลักการทฤษฎี โดยใช้การจูงใจ ความจริง เหตุผล หลักทฤษฎีและวิธีการต่างๆโดยจะต้องมีเอกสารประกอบคำบรรยาย ตำรา การค้นคว้า การใช้ห้องสมุดด้วยจึงจะได้ผล

(2) การประชุม (Meeting) การประชุมเป็นวิธีหนึ่งของการฝึกอบรมในหน่วยธุรกิจขนาดเล็กมักใช้การประชุมเป็นการอบรมเช่น ร้านจำหน่ายสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น มักจะใช้วิธีการประชุม

(3) การนำอภิปราย (Leading Discussion) เป็นเทคนิคการอบรมเพื่อให้ความ โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมอบรม สามารถแสดงความคิดเห็นเสรี ข้อยุติเป็นประโยชน์ในการเพิ่มพูน ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการเรียนรู้ที่กว้างขวาง ตามวัตถุประสงค์และกรอบที่กำหนด

(4) การอภิปรายโดยผู้ทรงคุณวุฒิหลายคน (Panel Discussion) การอภิปรายที่มีผู้อภิปรายระหว่าง 3 - 4 คน รวมทั้งผู้อภิปรายคอยสรุปและเชื่อมโยงเรื่องราวของวิทยากรแต่ละคน ให้ผู้ฟังเข้าใจดีขึ้น โดยวิทยากรจะออกความเห็นในหัวข้อเรื่องเดียวกัน แต่เป็นความเห็นคนละทัศนคติของแต่ละคนไป

(5) การอภิปรายแบบซิมโปเซียม (Symposium) การอภิปรายแบบนี้คล้ายกับการอภิปรายหมู่ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิหลายคน วิธีการคือทุกคนพูดเรื่องเดียวกันแต่แบ่งกันพูดคนละตอน เช่น ถ้าพูดเรื่องอ้อย คนที่หนึ่งอาจพูดเรื่องพันธุ์อ้อย คนที่สองพูดเรื่องการปลูก คนที่สามพูดเรื่องการเก็บเกี่ยว เป็นต้น โดยมีผู้ดำเนินการอภิปราย (Moderator) เป็นผู้คอยเชื่อมโยงและประสานเรื่อง ให้ผู้ฟังเข้าใจดีขึ้น

(6) การฝึกอบรมแบบอื่นๆ เช่น การประชุมผู้มีประสบการณ์หรือมีความรอบรู้ใน สาขาต่างๆ (Conference) การประชุมทางวิชาการ (Institute) การประชุมระดับผู้นำหัวหน้า (Convention) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การประชุมซินดิเคต (Syndicate) การสัมมนา (Seminar) การตั้งเป็นคณะทำงาน (Working Group) การตั้งเป็นคณะกรรมการ (Colloquy) การศึกษาจากกรณี (Case Study) การอภิปรายกลุ่มย่อย (Group Discussion) การระดมความคิด (Brain Storming)

เดสส์เลอร์ (Dessler, 1999 : 128) กล่าวว่า วิธีการฝึกอบรมประกอบด้วย 9 วิธี ได้แก่ 1) การฝึกอบรมจากการทำงาน 2) การฝึกงาน 3) เทคนิคอุปกรณ์โสตทัศนวัสดุ 4) การฝึกอบรมทางไกล 5) การเรียนรู้การประชุมทางไกลโดยวีดิทัศน์ 6) แบบจำลองการฝึกอบรม 7) การใช้คอมพิวเตอร์เป็นฐานการฝึกอบรม 8) การฝึกอบรมผ่านทางซีดีรอม (CD-ROM) และ 9) การฝึกอบรมโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ

ฮาร์ลิส (Harris, 1997 : 310) กล่าวว่า การฝึกอบรมสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 วิธี ได้แก่ 1) การฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน เป็นการสอนแบบตัวต่อตัว การสอนงาน การหมุนเวียน และการฝึกงาน และ 2) การฝึกอบรมนอกเหนือจากงานที่ปฏิบัติ โดยใช้วิธีการบรรยาย เทปบันทึกฝึกอบรม ใช้คอมพิวเตอร์ ใช้เครื่องมือจำลองและสรุปด้วยวิธีการเพิ่มเติมบางอย่าง

วิลสัน (Wilson, 2000 : 310) กล่าวว่า วิธีการฝึกอบรมมีทั้งหมด 34 วิธี ดังนี้ 1) กลุ่มเรียนรู้โดยการปฏิบัติ 2) การกระทำทางอ้อม (Action Maze) 3) การระดมความคิด 4) สถานการณ์จำลองแบบเกมทางธุรกิจ 5) Buzz Groups 6) ศึกษากรณีตัวอย่าง 7) CD-ROM 8) การฝึกอบรมโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 9) การประชุมทางคอมพิวเตอร์/กลุ่มข่าวสาร 10) ค้นพบการเรียนรู้ด้วยตัวเอง 11) การอภิปราย 12) แบบฝึกหัด (Fish Bowl Exercises) 13) การสอน 14) แบบฝึกหัด 15) แบบฝึกหัดที่ได้จากประสบการณ์ 16) ฟิล์มและวีดิทัศน์ 17) การทดลอง (In-Try Method) 18) ห้องปฏิบัติการทางภาษา 19) การบรรยาย 20) การประชุมโดยใช้สื่อผสมและวีดิทัศน์ 21) การประชุมอภิปรายแบบเปิดกว้าง 22) โครงการอภิปรายนอกสถานที่ 23) โครงการ 24) รายชื่อ (Prompt List) 25) การกระจายเสียง/แพร่ภาพวิทยุและโทรทัศน์ 26) บทบาทสมมติ 27) การสลับบทบาท 28) การเรียนรู้/การอ่านด้วยการจัดการตัวเอง 29) แบบจำลอง 30) กลุ่มศึกษา 31) จัดตั้งเป็นองค์กรเฉพาะ 32) ฝึกอบรมเป็นกลุ่ม (T-Group Training) 33) การฝึกอบรมสภาพเหมือนจริง และ 34) ฐานการเรียนรู้ (Web-Base Learning)

กระทรวงศึกษาธิการ, สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา (2546 : 94) มีวิธีการฝึกอบรมผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา 14 วิธี ดังนี้ 1) การศึกษาด้วยตนเอง 2) การอภิปราย 3) การสนทนากลุ่ม 4) การบรรยาย 5) กลุ่มสัมพันธ์ 6) การสัมมนา 7) การประชุมแบบมีส่วนร่วม 8) การประชุมเชิงปฏิบัติการ 9) การแสดงบทบาทสมมติ 10) การฝึกปฏิบัติ 11) การฝึกปฏิบัติจริง 12) กรณีศึกษา 13) การศึกษาดูงาน และ 14) วิธีการเรียนรู้อื่นๆ

สรุปจากประเภทการฝึกอบรม และเทคนิคและวิธีการฝึกอบรม แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) การฝึกอบรมปฐมเทศ เป็นการฝึกอบรมบุคคลที่บรรจุใหม่หรือเป็นพนักงานใหม่ เพื่อการต้อนรับ แนะนำ ชี้แจงวัตถุประสงค์ เป้าหมายและแนวนโยบายโครงการด้านการจัดการพลังงานแก่พนักงานใหม่

(2) การฝึกอบรมแบบ Off the Job Training สำหรับพนักงานเก่า ซึ่งเป็นการฝึกอบรมที่เน้นความรู้ ความเข้าใจ โดยการจัดฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ ไม่ใช้การเรียนรู้แบบปฏิบัติงานจริง

(3) การฝึกอบรมแบบ On the Job Training (OJT) คือ การฝึกปฏิบัติงานจริง โดยมีผู้ชำนาญงานนั้นเป็นครูฝึก คอยดูแลการฝึกงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มุ่งเน้น

ไปในทางฝึกปฏิบัติ สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เข้ารับการอบรมได้เป็นอย่างดี สามารถปฏิบัติงานจริงได้อย่างถูกต้อง

โดยในการฝึกอบรมแต่ละประเภท มีเทคนิคและวิธีการฝึกอบรม สรุปได้ดังนี้

- (1) การประชุม (Meeting)
- (2) การบอก (Telling Methods) โดยเกี่ยวข้องกับการพูดและการฟัง ซึ่งได้แก่ วิธีการสอนแบบบรรยาย และอภิปรายกลุ่ม
- (3) การบรรยายหรือการสอน (Lecture) เป็นการสอนโดยอาศัยหลักความแตกต่างของความรู้ โดยผู้บรรยายมีความรู้สูงกว่าผู้เข้ารับการบรรยาย ผู้อบรมมีความรู้ต่ำ ผู้สอนถ่ายทอดให้ผู้รับการอบรมทางเดียว มีลักษณะสื่อสารทางเดียวเพื่อสร้าง เปลี่ยนแปลงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ความเชื่อเพื่อให้เกิดการยอมรับเรื่องราว หลักการทฤษฎี โดยใช้การจูงใจ ความจริง เหตุผล หลักทฤษฎีและวิธีการต่างๆโดยมีเอกสารประกอบคำบรรยาย
- (4) การฝึกอบรมแบบอื่นๆ เช่น การประชุมผู้มีประสบการณ์หรือมีความรอบรู้ในสาขาต่างๆ (Conference) การประชุมทางวิชาการ (Institute) การประชุมระดับผู้นำหัวหน้า (Convention) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การประชุมซินดิเคต (Syndicate) การสัมมนา (Seminar) การตั้งเป็นคณะทำงาน (Working Group) การตั้งเป็นคณะกรรมการ (Colloquy) การศึกษาจากกรณี (Case Study) การอภิปรายกลุ่มย่อย (Group Discussion) การระดมความคิด (Brain Storming)

วิเชียร วิทยอุดม (2549 : 109) กล่าวถึงกระบวนการฝึกอบรมไว้ 11 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การค้นหาความจำเป็นในการฝึกอบรมเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์หาความจำเป็นที่ต้องใช้ในการฝึกอบรม เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรอันจะนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิผล ซึ่งการวิเคราะห์หาความจำเป็นอาจพิจารณาถึงการวิเคราะห์องค์กรหรือระบบงาน วิเคราะห์ความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน
- 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรม
- 3) การกำหนดหลักสูตรเพื่อการฝึกอบรม
- 4) การกำหนดจำนวนของผู้เข้ารับการฝึกอบรมหรือขนาดของห้องฝึกอบรม
- 5) การเลือกผู้จะเป็นวิทยากรเพื่อการฝึกอบรม
- 6) การจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องแสงเสียง เอกสาร สิ่งพิมพ์ที่จำเป็นสำหรับการฝึกอบรม
- 7) การเลือกเทคนิคการฝึกอบรม
- 8) การจัดฝึกอบรม
- 9) การประเมินผลการฝึกอบรม
- 10) การติดตามผล
- 11) การส่งผลการประเมินผลและติดตามผลการฝึกอบรม

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2543 : 66) กล่าวถึงขั้นตอนของการฝึกอบรมไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การประเมินความต้องการฝึกอบรมหรือการแสวงหาความต้องการของการฝึกอบรม 2) การฝึกอบรมและการพัฒนา และ 3) การประเมินผล

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ (2545 : 147) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องกระทำ ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ การวางแผน การดำเนินงาน การควบคุม และการประเมินผลโครงการฝึกอบรมที่จัดทำได้รับผลตามความต้องการอย่างไร ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้สามารถพัฒนาให้โครงการฝึกอบรมเกิดประโยชน์ต่อทั้งองค์กรและผู้เข้ารับการฝึกอบรมอย่างสูงสุด

2.10.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะประสบความสำเร็จได้ ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ต้องมีส่วนร่วมในการรับเทคโนโลยีด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.10.2.1 ความหมายการมีส่วนร่วม

วิลเลียม เออร์วิน (William Erwin, 1976 : 67) การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง

โคเฮิน และ อัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1981 : 104) การมีส่วนร่วม หมายถึง สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ออกเสียง 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

เมตต์ เมตต์การุณจิต (2553 : 32) การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมติดตามผล

จากความหมายของการมีส่วนร่วมดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วม คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือผู้ใดบ้างค้ำบัญชามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำร่วมตัดสินใจ กระบวนการวางแผนการดำเนินงาน การรับทราบผลการดำเนินงาน การติดตามประเมินผล หรือร่วมกันทำกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตกลงกันไว้

2.10.2.2 กระบวนการมีส่วนร่วม

โคเฮิน และ อัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1981 : 78) ได้จำแนกรูปแบบกระบวนการมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกสุดที่ต้องกระทำ คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือกนโยบายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการไปเรื่อยๆ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการดำเนินงานโครงการนั้นได้มาจากคำถามว่าใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้

บ้างและจะทำประโยชน์ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารการงานและการประสานงานและการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมิน ผลนั้นสิ่งสำคัญจะต้องสังเกต คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่างๆ ได้

2.10.2.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม

วรวิรัช งามละม่อม (2557, ออนไลน์) ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม ไว้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ต่างๆ
- 2) ปัจจัยด้านชุมชน ได้แก่ ชุมชนให้การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม เลือกให้เป็นตัวแทน ชุมชนมีความสามัคคี และมีกลุ่มต่างๆ ที่สนับสนุนผลักดันการมีส่วนร่วม
- 3) ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ บรรยากาศองค์กร การติดต่อสื่อสาร ภาวะเปี่ยม การเอาใจใส่กระตือรือร้นในการแก้ปัญหา มีประชาธิปไตยประชาคม
- 4) ปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ เจตคติต่อการมีส่วนร่วม และแรงจูงใจในการทำงาน

สรุปได้ว่า ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี จำเป็นต้องได้รับการมีส่วนร่วมจากทุกคน โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารการงานและการประสานงานและการขอความช่วยเหลือ และกระบวนการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ทั้งทางบวกและทางลบของเทคโนโลยี ทั้งนี้โดยใช้การมีส่วนร่วมในลักษณะทั้งแนวราบและแนวดิ่ง เพื่อให้การทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในแผนกอื่นเป็นไปด้วยดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยึดการมีส่วนร่วมแบบให้พนักงานมีส่วนร่วม ได้แก่ การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการสร้างระบบงาน การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก เป็นต้น

2.10.3 แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technological Transfer)

2.10.3.1 ความหมาย

กัลยา อุดมวิทิต (2552 : 56) ได้ให้นิยามว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยี หมายถึงกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น (หรือพัฒนาขึ้น) ในสถานที่หนึ่งเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งไปใช้ในที่อื่นเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะต้องครอบคลุมประเด็นซึ่งประกอบด้วย (1) Know-how หมายถึง องค์ความรู้หรือประสบการณ์ต่างๆ (2) Show-how หมายถึง การฝึกทักษะคำแนะนำต่างๆ ที่ช่วยในการใช้องค์ความรู้ได้อย่างชำนาญหรืออย่างมีประสิทธิภาพ (3) Utilization หมายถึง การนำองค์ความรู้ที่ได้ไป

ใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงวิธีการผลิต พัฒนาบรรจุภัณฑ์ และปรับปรุงขั้นตอน/วิธีการขนส่ง เป็นต้น

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2558 : 89) ได้ให้นิยาม การถ่ายทอดเทคโนโลยี ว่าหมายถึงกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น (หรือพัฒนาขึ้น) ในสถานที่หนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่ง ไปใช้ในที่อื่นเพื่อวัตถุประสงค์ เดียวกันหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป

สรุป การถ่ายทอดเทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น (หรือพัฒนาขึ้น) ในสถานที่หนึ่งเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งไปใช้ในที่อื่นเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยในการถ่ายทอดเทคโนโลยีต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญ คือ Know-how หมายถึง องค์ความรู้หรือประสบการณ์ต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการนำไปถ่ายทอด และต้องมีการนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

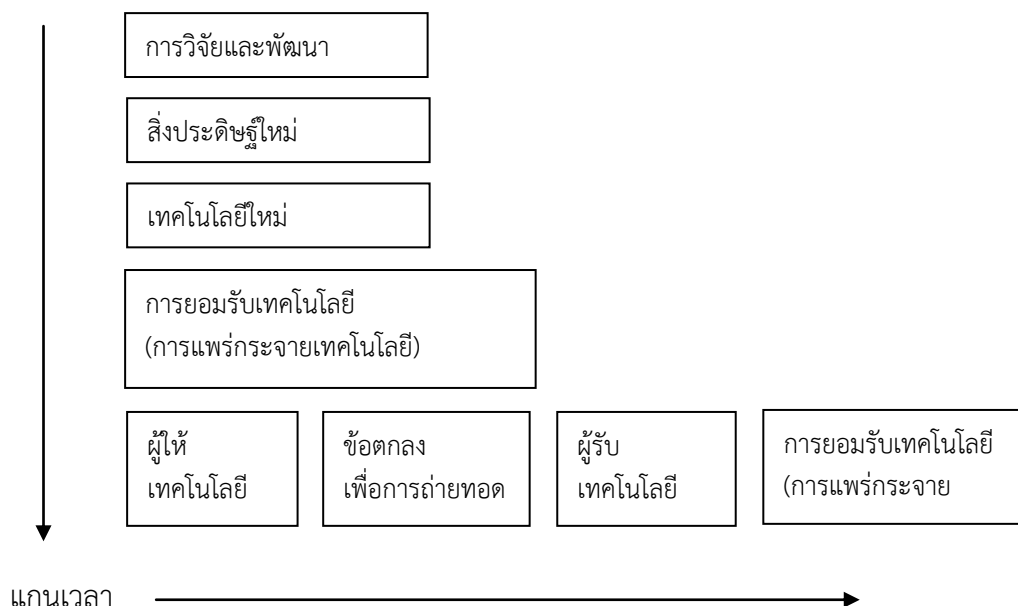
2.10.3.2 ประเภทของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

การถ่ายทอดเทคโนโลยีนับเป็นขั้นตอนสำคัญ เพราะการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะประสบผลสำเร็จ และได้ผลดีก็ต่อเมื่อมีการแพร่กระจายของเทคโนโลยีไปยังผู้รับการถ่ายทอดอย่างทั่วถึง สามารถแบ่งการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การถ่ายทอดเทคโนโลยีแนวตั้ง (Vertical Transfer) หมายถึง การถ่ายทอดความรู้และแนวความคิดใหม่ๆ จากงานวิจัย และพัฒนาไปสู่การประดิษฐ์เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้

2) การถ่ายทอดเทคโนโลยีแนวนอน (Horizontal Transfer) หมายถึง การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในประเทศ หรือบริเวณหนึ่งไปใช้อีกประเทศ หรือบริเวณหนึ่ง หรือการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งไปยังอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งอาจจะอยู่ภายในประเทศเดียวกัน หรือต่างประเทศก็ได้

จากการจำแนกประเภทของการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกเป็น 2 ประเภท ดังกล่าวข้างต้นสามารถเขียนและอธิบายได้ ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 การถ่ายทอดเทคโนโลยีแนวตั้งและแนวนอน
(คำรณ ศรีน้อย, 2549 : 267)

จากภาพที่ 2.5 จะเห็นได้ว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งแนวตั้งและแนวนอน มีลำดับขั้นตอนที่สัมพันธ์กัน คือ จุดเริ่มต้นของการถ่ายทอดเทคโนโลยีเกิดจากการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้จะต้องอาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การศึกษาวิจัยที่อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีที่มีความสลับซับซ้อนเป็นเบื้องต้น แล้วจึงนำไปประดิษฐ์คิดค้นเป็นเทคโนโลยีใหม่ และทำการถ่ายทอดไปสู่ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่อยู่ โดยคาดหวังว่าเมื่อทำการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปสู่ผู้รับการถ่ายทอด แล้วเขาสามารถยอมรับนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิต และให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม หรือเงื่อนไขต่างๆ ในชุมชนได้อย่างแท้จริง

2.10.3.3 องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ณรงค์ รัตน์ะ (2529 : 4) อธิบายว่า องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

- (1) ผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยี
- (2) ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี
- (3) ตัวเทคโนโลยี
- (4) สภาพแวดล้อมหรือเงื่อนไข

2.10.3.4 ลักษณะของการถ่ายทอดเทคโนโลยี เราสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

- (1) การจัดซื้อโดยผ่านเครื่องจักร หรือสินค้าขั้นกลาง (Intermediate goods) ที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต

(2) ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ซึ่งพบเห็นได้บ่อย และเป็นที่ยอมรับเนื่องจากการได้รับการถ่ายทอดจากผู้เชี่ยวชาญโดยตรง จะช่วยให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

(3) การถ่ายทอดเทคโนโลยี ในรูปของการส่งผ่าน ความรู้ทางเทคนิค หรือโน้วฮาว หรือข้อมูลต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นความรู้ที่ได้รับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Patent and Licensing) หรือไม่ก็ได้ (Joint Research or Training) โดยในกระบวนการนี้อาจไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักร หรือสินค้าชั้นกลาง หรืออาจไม่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญก็ได้ โดยผู้รับการถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวอาจนำความรู้นั้นไปปรับใช้หรือพัฒนาต่อไป (กัลยา อุดมวิทิต, 2552)

2.11 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ

2.11.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 55) ได้ให้ความหมายของ คำว่า ความพึงพอใจ ดังนี้ คำว่า “พึง” เป็นคำกริยาอื่น หมายความว่า ยอมตาม เช่น พึงใจ และคำว่า “พอใจ” สมใจ ชอบใจ

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545 : 85) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก รักชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับ อารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สรชัย พิศาลบุตร (2550 : 85) ความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาบริการให้ได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม

โวลแมน (Wolman, 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจนั้น หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือตามแรงจูงใจ

วรูม (Vroom, 1964 : 8) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ และความพึงพอใจ ในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

สรุปความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจของมนุษย์ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจที่ตรงต่อความต้องการของตนเอง โดยมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางบวก ต่อสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจที่เป็นผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือตามวัตถุประสงค์

2.11.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โคทเลอร์ และ อาร์มสตรอง (Kotler and Armstrong, 2002) อธิบายว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่ กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอ จนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.11.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

มาสโลว์ อับราฮัม (Harold Maslow Abraham, 1970) ค้นหาวีธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1) ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้จากการปฏิบัติงานเพียงพอ ก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยมีอาหารและที่พักอาศัย เขาจะมีกำลังที่จะทำงานต่อไป และการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นการสนองความต้องการในระดับนี้ได้

2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ซึ่งเป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย ซึ่งเป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการ สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองความต้องการนี้ ต่อพนักงาน ทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

3) ความต้องการทางสังคม (social needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราจะต้องความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

4) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเอง ชื่นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองแลเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น

5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน เป็นต้น

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม่แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

มาสโลว์ได้แบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งเป็นความต้องการระดับต่ำสุด (Lower – orders) ได้แก่ ความต้องการร่างกาย และความปลอดภัย และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นความต้องการระดับสูงสุด (Higher – orders) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่องและเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ และอธิบายว่า ความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูงจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง (Stephen P.Robbins, 1979 : 207)

2.11.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (Sigmund Freud, 1964 : 198) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความความพึงพอใจอีกหลายทฤษฎี อาทิเช่น

2.11.2.3 ทฤษฎี ERG ของแอลเดอร์เฟอร์

เคลย์ตัน แอลเดอร์เฟอร์ (Clayton Alderfer) แห่งมหาวิทยาลัยเยล ได้รับปรับปรุงลำดับความต้องการตามแนวคิดของมาสโลว์เสียใหม่ เหลือความต้องการเพียงสามระดับ คือ (Stephen P.Robbins, 1979 : 211)

1) ความต้องการการดำรงชีวิตอยู่ (Existence Needs) คือความต้องการทางร่างกายและความปลอดภัยในชีวิต เปรียบได้กับความต้องการระดับต่ำของมาสโลว์ ย่อโดย E

2) ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) คือ ความต้องการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทั้งในที่ทำงานและสภาพแวดล้อมอื่นๆ ตรงกับความต้องการทางสังคมตามแนวคิดของมาสโลว์ ย่อโดย R

3) ความต้องการเจริญเติบโต (Growth Needs) คือ ความต้องการภายใน เพื่อการพัฒนาตัวเอง เพื่อความเจริญเติบโต พัฒนาและใช้ความสามารถของตัวเองได้เต็มที่ แสวงหาโอกาสในการเอาชนะความท้าทายใหม่ๆ เปรียบได้กับความต้องการการยกย่อง และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ ตามแนวคิดของมาสโลว์ ย่อโดย G

จะเห็นได้ว่า มีความแตกต่างสองประการระหว่างทฤษฎี ERG และทฤษฎีลำดับความต้องการ คือ

ประการแรก มาสโลว์ยืนยันว่า บุคคลจะหยุดอยู่ที่ความต้องการระดับหนึ่งจนกว่าจะได้รับการตอบสนองแล้ว แต่ทฤษฎี ERG อธิบายว่า ถ้าความต้องการระดับนั้นยังคงไม่ได้รับการตอบสนองต่อไป บุคคลจะเกิดความคับข้องใจ แล้วจะถดถอยลงมาให้ความสนใจ ในความต้องการระดับต่ำกว่าอีกครั้งหนึ่ง

ประการที่สอง ทฤษฎี ERG อธิบายว่า ความต้องการมากกว่าหนึ่งระดับอาจเกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกัน หรือบุคคลสามารถถูกใจด้วย ความต้องการมากกว่าหนึ่งระดับในเวลาเดียวกัน เช่น ความต้องการเงินเดือนที่สูง (E) พร้อมกับความต้องการทางสังคม (R) และความต้องการโอกาสและอิสระในการคิดตัดสินใจ (G)

2.11.2.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก

เฟรดเดอริก เฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลาย คือ ทฤษฎีสองปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยอนามัย และปัจจัยจูงใจ (พัลลีย์ ชมภูคำ, 2552: 188-189)

1) ปัจจัยอนามัย (hygiene factors) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการทำงาน และวิธีการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ถ้าหากไม่เหมาะสม หรือบกพร่องไป จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่งถ้ามีพร้อมสมบูรณ์ก็ไม่สามารถสร้างความพอใจในงานได้ แต่ยังคงปฏิบัติงานอยู่ เพราะเป็นปัจจัยที่ป้องกันความไม่พอใจในงานเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้คนทำงาน โดยมีประสิทธิภาพ หรือผลผลิตมากขึ้นได้ ตัวอย่างปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ นโยบายของหน่วยงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน แบบการบริหารงาน เงินเดือนสวัสดิการต่างๆ ความมั่นคง ความปลอดภัย เป็นต้น

2) ปัจจัยจูงใจ (motivating factors) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน และทำให้ผู้ปฏิบัติมีความพอใจในงาน ใช้ความพยายาม และความสามารถทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง ได้รับผิดชอบในงาน ลักษณะงานที่ท้าทายเหมาะกับระดับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้า และพัฒนาตนเองให้มีระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น

การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานจึงมีสองขั้นตอน คือ

ตอนแรกหัวหน้างานหรือผู้บริหารต้องตรวจสอบให้มั่นใจว่าปัจจัยอนามัยไม่ขาดแคลนหรือบกพร่อง เช่น ระดับเงินเดือนค่าจ้างเหมาะสม งานมีความมั่นคง สภาพแวดล้อมปลอดภัย และอื่นๆ จนแน่ใจว่าความรู้สึกไม่พอใจจะไม่เกิดขึ้นในหมู่ผู้ปฏิบัติงาน

ในตอนที่สองคือ การให้โอกาสที่จะได้รับปัจจัยจูงใจ เช่น การได้รับการยกย่องในความสำเร็จและผลการปฏิบัติงาน มอบความรับผิดชอบ ตามสัดส่วน ให้โอกาสใช้ความสามารถในงานสำคัญ ซึ่งอาจต้องมีการออกแบบการทำงานให้เหมาะสมด้วย การตอบสนอง ด้วย ปัจจัยอนามัยก่อน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกลาง ไม่มีความไม่พอใจ แล้วจึงใช้ปัจจัยจูงใจเพื่อสร้างความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานทุ่มเทในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เฮิร์ชเบิร์กได้ลดความต้องการห้าขั้นของมาสโลว์เหลือเพียงสองระดับ คือ ปัจจัยอนามัยเทียบได้กับ การสนองตอบต่อความต้องการ ระดับต่ำ (ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางสังคม) ส่วนปัจจัยจูงใจเทียบได้กับ การสนองตอบต่อความต้องการระดับสูง (เกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ)

2.11.2.5 ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของ Douglas McGregor

ทฤษฎีนี้เสนอโดย ด็อกกลาส แมคเกรเกอร์ (Douglas McGregor) เมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ย่อมทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้นตามไปด้วย (Stephen P. Robbins, 1979: 208 – 209)

1) ทฤษฎี X ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับคนว่า มีลักษณะที่ไม่ดี ดังนี้

(1) คนโดยทั่วไป มักไม่ต้องการทำงาน ถ้ามีโอกาสหลีกเลี่ยงจะทำได้ทันที เพื่อตนจะได้ไม่ต้องเหน็ดเหนื่อยในการทำงานนั้นๆ

(2) คนไม่ชอบทำงาน แต่ถ้าจะให้คนทำงานนั้นต้องมีการบังคับควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด มีรางวัลทำดี และทำโทษถ้าคนไม่ทำงาน

(3) โดยทั่วไป คนมักจะหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ไม่ชอบที่กระตือรือร้นที่จะทำงานแต่อยากมีความมั่นคง

สรุปแล้ว เป็นทฤษฎีที่มองคนในแง่ร้าย และคิดว่าคนมีความต้องการด้านร่างกายแต่เพียงอย่างเดียว ไม่มีความต้องการที่สูงขึ้นไป ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเต็มไปด้วยการบังคับควบคุม ลงโทษ มากกว่าการที่จะจูงใจให้คนมองเป้าหมายอันสูงส่งทางสังคม หรือความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

2) ทฤษฎี Y เป็นแนวทางสมัยใหม่ ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับคนในแง่ตรงกันข้ามกับทฤษฎี X คือ

(1) โดยทั่วไป มิใช่ว่าคนจะคอยหลีกเลี่ยงงานอยู่ตลอดเวลา เพราะถ้าเขาได้ทำงานที่ชอบ ร่วมทำงานกับคนที่ถูกใจ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม คนเราก็จะปรารถนาที่จะทำ แต่ถ้างานใดที่ต้องทำเพราะถูกบังคับ ควบคุม คนอาจจะไม่ยอมทำงานนั้น ๆ ก็ได้

(2) การควบคุมบังคับบัญชาบทลงโทษใดๆ ไม่ใช่บรรทัดฐานที่ดีในการทำงานของมนุษย์ทางที่ดีควรเปิดโอกาสให้เขาได้ทำงานที่เขาชอบ ให้รู้จักรับผิดชอบในงานของเขาเอง ซึ่งจะทำให้เขาเกิดความพอใจและสามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้

(3) การที่กล่าวว่าคนชอบปิดความรับผิดชอบ ไม่กระตือรือร้นในการทำงาน แต่ชอบความมั่นคงส่วนตัวเองนั้น เป็นความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์เก่า ๆ มากกว่าลักษณะของคนไม่ได้มีคุณสมบัติดังกล่าวเพียงอย่างเดียว เพราะถ้าได้มีการจัดการบริหารที่ถูกต้องเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการแล้ว คนที่อยากทำงานและอยากมีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น (บรรจบ เนียมมณี, 2523 : 215-217)

จากแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ สรุปได้ว่า มนุษย์จะมีความพึงพอใจ เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของมนุษย์นั้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานด้านปัจจัยสี่ และความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและการทำงาน
2. ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการความรักใคร่ผูกพัน ได้แก่ ความต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการมีส่วนร่วมทางสังคม และความต้องการการยกย่องนับถือจากสังคม ความต้องการเจริญเติบโตหรือความต้องการอำนาจ ได้แก่ ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จหรือต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเองถือว่าเป็นความต้องการภายใน เพื่อการพัฒนาตัวเอง เพื่อความเจริญเติบโต และใช้ความสามารถของตัวเองได้เต็มที่ แสวงหาโอกาสในการเอาชนะความท้าทายใหม่ๆ และชอบการแข่งขัน

2.12 หลักการวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัยที่มุ่งลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่จำนวนมาก ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุผลตัวแปรบางตัวอาจมีคุณสมบัติในการอธิบายลักษณะของข้อมูลเหมือนกันได้ ตัวแปรบางตัวไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ตัวแปรในลักษณะนี้อาจจะต้องตัดทิ้งไป หรือตัวแปรบางตัวที่มีลักษณะหรือมีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันจะถูกจัดรวมเข้ากลุ่มเป็นกลุ่มเดียวกัน เรียกตัวแปรที่จะจัดเข้ากลุ่มเดียวกันว่า องค์ประกอบหรือปัจจัย (factor) การรวมกลุ่มของตัวแปรว่าจะจัดเป็นกลุ่มที่ได้ก็กลุ่ม หรือปัจจัย การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์กันของตัวแปร ซึ่งอาจจะสัมพันธ์กันในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ปัจจัยที่วิเคราะห์ได้เหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไปได้ ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยควรเป็นตัวแปรเชิงปริมาณหรือตัวแปรทวิ ซึ่งมีค่าเป็น 0 กับ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบมีเหตุผลให้ได้จำนวนองค์ประกอบน้อยที่สุด เพื่ออธิบายความผันแปรของข้อมูลให้ได้มากที่สุด โดยที่การวิเคราะห์องค์ประกอบจะไม่มีตัวแปรใดเป็นตัวแปรอิสระหรือตัวแปรตาม ในการวิเคราะห์จะเป็นการศึกษาลักษณะการรวมตัวของกลุ่มตัวแปรในลักษณะเชิงเส้นตรง (Linear Combination)

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

- 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)
- 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีความหมายของค่าต่างๆดังนี้ 1) ปัจจัยร่วม 2) ปัจจัยเฉพาะ หรือองค์ประกอบเฉพาะ 3) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 4) ค่าความร่วมกัน หรือค่า communality (h^2)

5) คะแนนองค์ประกอบ และ 6) ค่าไอเกน และในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีข้อตกลงคือ ตัวแปรที่รวมกลุ่มกัน (r) จะมีความสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า .30 โดยผู้วิเคราะห์พิจารณาจากตาราง Correlation matrix

นอกจากนี้ยังพิจารณาข้อมูลว่าจะวิเคราะห์องค์ประกอบได้หรือไม่ ให้พิจารณาจาก

1) สถิติค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) หรือค่าสถิติ MSA ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า .60

2) สถิติค่า Bartlett's test of sphericity ซึ่งต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig <.05) จึงจะนำไปวิเคราะห์ได้

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบมีขั้นตอนในการวิเคราะห์อยู่ทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ

1) การหาความสัมพันธ์ (Correlation Matrix) ระหว่างตัวแปรทั้งหมด ดูจากตาราง Correlation Matrix ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร และควรมีค่าไม่ต่ำกว่า .30 การตรวจสอบความสัมพันธ์นี้ใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสหสัมพันธ์บางส่วน (Partial Correlation) คือ การค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอื่นๆ ในตาราง Correlation Matrix ให้สังเกตดูค่าความสัมพันธ์ของแต่ละคู่ของตัวแปร ถ้ามีค่าเกิน .30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กัน นอกจากจะดูความสัมพันธ์เป็นเบื้องต้นของข้อมูลจากตาราง Correlation Matrix แล้วยังสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเทคนิค KMO เพื่อตรวจสอบภาพรวมว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานั้นจะนำมาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้หรือไม่ โดยพิจารณาจากค่า KMO

2) การหาองค์ประกอบเริ่มต้น (Initial Factor) หรือการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ขั้นนี้เป็นขั้นเลือกวิธีสกัดองค์ประกอบ จะเป็นการนำเอาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของขั้นตอนแรกมาสกัดเพื่อให้ได้องค์ประกอบแรก ซึ่งวิธีสกัดองค์ประกอบมีหลายวิธี เช่น วิธีตัวประกอบหลักปัจจัย วิธีกำลังสองน้อยที่สุด วิธีความเป็นไปได้สูงสุด และวิธีแกนหลัก

3) การหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) จะเป็นการให้ตัวแปรหนึ่งๆ ชัดเจนยิ่งขึ้นในการจัดองค์ประกอบ ซึ่งการหมุนแกนองค์ประกอบมีวิธีหมุน 2 วิธี คือ การหมุนแบบมุมฉาก และการหมุนแบบมุมแหลมหรือไม่ตั้งฉาก ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลังการหมุนแกนองค์ประกอบโดยการพิจารณาตัวแปรใด ควรอยู่ในองค์ประกอบใด จะพิจารณาจากน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า .30

4) การหาคะแนนองค์ประกอบ หรือปัจจัย (Factor Score) ดูในตาราง Component Score Coefficient Matrix และเมื่อผู้วิเคราะห์สร้างตัวแปรใหม่หรือองค์ประกอบใหม่ได้แล้วต่อไปก็ให้ตั้งชื่อองค์ประกอบใหม่ให้ครอบคลุมตัวแปรต่างๆเดิมที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกันนั้น (ยุทธไทยวรรณ, 2556 : 57-118)

2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.13.1 งานวิจัยในประเทศ

ใจมานัส พลอยดี (2540 : 147) ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวจากการนำแนวทางเลือกธุรกิจชุมชนไปปรับใช้ เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย กรณีศึกษาอำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัด

นครศรีธรรมราช พบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านแรงงานและปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร

พัลลภา สีนุวารินทร์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านการเงินมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมากโดยเฉพาะในส่วนของการผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความชำนาญ และคุณภาพของช่างฝีมือ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความพร้อมของเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) การบริหารเงินเดือนและค่าตอบแทนแก่พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) การวางแผนการผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.29) ประมาณการงบกำไร-ขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.08) การวิเคราะห์ยอดขายและค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการวิเคราะห์กระแสเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล (2545 : 55) ได้สรุปว่าปัจจัยกำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการบริหารและด้านการจัดการ ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับของชุมชน และปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

จิตติโส แก้วบุญเรือง (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่ามีการดำเนินงานแต่ละด้านดังนี้

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การวางแผนที่กำหนดจำนวนการผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการวัตถุดิบของชุมชนเป็นผลผลิตทางการเกษตร หรือทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนมากที่สุด

ด้านการจัดการและบุคลากร ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินงานเป็นแผนรายเดือนมีการกำหนดเป้าหมายและดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสังคม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดแบ่งและมอบหมายงานมุ่งเน้นที่ฝ่ายผลิต

ด้านการเงินและบัญชี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากหน่วยงานรัฐบาลและจากการเข้าร่วมลงทุนของสมาชิก

ด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่าชุมชนหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ไม่สามารถจัดทำกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดได้ ปัญหาการผลิตอันเนื่องจากการที่วัตถุดิบมีราคาสูงเป็นผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของชุมชนสูงขึ้นและปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงาน และการขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำรายงานทางการเงินให้ครบทุกประเภท

วสันต์ เสือขำ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาคของสินค้าประเภทอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยด้านการดำเนินงานที่มีผลต่อความสำเร็จ

ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจัยมาตรฐานการผลิต ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ปัจจัยเครือข่ายสังคม ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของกลุ่มหรือชุมชน สำหรับปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในผู้ประกอบการ คือ ปัญหาทางด้านการตลาด รองลงมาคือปัญหาทางด้านการจัดการ ปัญหาทางด้านการเงิน และปัญหาทางด้านการผลิตตามลำดับ

อัญชลี พูนชัย (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการจัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ในระดับภาค เมื่อปี 2546 โดยศึกษาสินค้าประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 ราย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ปัจจัยด้านการดำเนินงานของผู้ผลิต ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยทางด้านการตลาด ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และปัจจัยทางการเงิน

ธนากร เรืองศิลป์วิทย์ (2549) ซึ่งได้ศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทางด้านของการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ของผู้ขายสินค้านั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.40 แต่ทางด้านปัจจัยทางการตลาด และด้านการผลิตของสินค้าโอท็อปใช้วัตถุดิบในพื้นที่บ้านในการผลิตสินค้านั้น อยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 3.20 และ 2.67 แต่มีการพบว่าปัญหาทางด้านของแหล่งเงินนั้นอยู่ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง

คันธรส รองรัตน์พันธุ์ (2550) การดำเนินงานของผู้ประกอบการ สินค้าโอท็อปประเภทอาหารระดับ 3-5 ดาว ของจังหวัดชลบุรี พบว่า มีการดำเนินงานได้แก่ ด้านการจัดระบบการทำงาน ด้านปัจจัยทางการตลาด และด้านการพัฒนาการผลิต

รุ่งทิพย์ เสมอเชื้อ (2550) การศึกษาอิสระเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมือง พะเยา จังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

มนต์รัก ธีรานุสรณ์ (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

ธนพร กิตติพงศ์พิทยา (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มจักสานผักตบชวา กรณีศึกษา : บ้านห้วยเคียนเหนือ ตำบลบ้านด้า อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ผลการวิจัย พบว่า มีปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยทางการเงิน

นิตย หทัยสรวงศ์ สุขศรี (2553) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าโดยรวมและรายด้านมีระดับความสำเร็จดีกว่าคู่แข่งชั้น โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาดหรือลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านอนาคต ตามลำดับ

สิริพรรณ แสงศักดิ์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นจังหวัดชลบุรีปี 2550 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นจังหวัดชลบุรีปี 2550 คือปัจจัยการตลาดเพียงอย่างเดียว ปัญหาที่พบคือจำนวนผู้ผลิตมีไม่เพียงพอ สมาชิกขาดความชำนาญไม่สามารถผลิตได้หลายแบบ วัตถุดิบเสียหายและขาดแคลนไม่เพียงพอต่อการผลิต การสั่งซื้อและการจัดจำหน่ายไม่สอดคล้องกับการผลิต และสมาชิกควบคุมการผลิตไม่ได้

ชนม์ณัฐรักษ์ ฤทธิ์วิเศษ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และแหล่งข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถนำมาสังเคราะห์และสรุปเพื่อหารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มได้ ดังตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปปัจจัยความสำเร็จจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่ทำวิจัย	ชื่อเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จ
ใจมานัส พลอยดี ปี 2540	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย (บ้านคีรีวงษ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชและอำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร	1. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม 2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ 3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก 4. ปัจจัยด้านการเงิน 5. ปัจจัยเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก 6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 7. ปัจจัยด้านการผลิต 8. ปัจจัยด้านการตลาด 9. ปัจจัยด้านแรงงาน 10. ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร
กรมการพัฒนาชุมชน ปี 2545	แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP	1. การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 2. การมีหน่วยงานที่ให้ความรู้ 3. มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบการที่เข้าถึงได้ง่าย 4. องค์การสหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง 5. ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุน 6. ระบบสังคมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ 7. ประชาชนมีคุณภาพ 8. รัฐบาลระดับท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ 9. ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม OVOP เข้าใจแนวคิดของหลักการ Symbiosis เป็นอย่างดี
พัลลภา สินธุวารินทร์ ปี 2545	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดเชียงใหม่	1. ปัจจัยด้านการตลาด 2. ปัจจัยด้านการจัดการ 3. ปัจจัยด้านการผลิต 4. ปัจจัยด้านการเงิน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่ทำวิจัย	ชื่อเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จ
จิตติโส แก้วบุญเรือง ปี 2546	การดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ ประสบความสำเร็จใน จังหวัดลำปาง	1. ด้านการตลาด 2. ด้านการผลิต 3. ด้านการจัดการและบุคลากร 4. ด้านการเงินและบัญชี
วสันต์ เสือขำ ปี 2547	ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จของสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการ คัดเลือกระดับ 5 ดาว ในภูมิภาค	1. ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ 2. ปัจจัยด้านการบริหาร การจัดการ 3. ปัจจัยด้านการตลาด 4. ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5. ปัจจัยมาตรฐานการผลิต 6. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต 7. ปัจจัยเครือข่ายสังคม 8. ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของกลุ่มหรือ ชุมชน
อัญชลี พูนชัย ปี 2547	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของสินค้าที่ได้รับการ คัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาวในระดับภาค กรณีศึกษาสินค้า ประเพณีผ้าและเครื่อง แต่งกาย ในจังหวัด นครราชสีมา	1. ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ 2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ต่างๆ 3. ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน 4. ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการ 5. ปัจจัยทางด้านการตลาด 6. ปัจจัยด้านการผลิต 7. ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 8. ปัจจัยทางด้านการเงิน
นภาพร ณ เชียงใหม่ ปี 2548	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการประกอบธุรกิจ	1. ปัจจัยด้านการเงิน 2. ปัจจัยด้านลูกค้า 3. ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ 4. ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการสร้าง นวัตกรรมใหม่

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่ทำวิจัย	ชื่อเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จ
คันธรส รองรัตน์พันธุ์ ปี 2550	การดำเนินงานของ ผู้ประกอบการสินค้า หนึ่ง ตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ประเภท อาหารระดับ 3-5 ดาว ของจังหวัดชลบุรี	1. ด้านการจัดระบบการทำงาน 2. ด้านปัจจัยทางการตลาด 3. ด้านการพัฒนาการผลิต
มนต์รัก ธีรานุสรณ์ ปี 2550	การศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อความสำเร็จของ ธุรกิจชุมชนอำเภอ เมืองพะเยา จังหวัด พะเยา	1. ปัจจัยด้านการเงิน 2. ปัจจัยด้านการตลาด 3. ปัจจัยด้านการผลิต 4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
วัชรวิทย์ ไหมเจริญ ปี 2550	คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดย่อมที่ประสบ ความสำเร็จในเขต อำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี	1. ด้านความคิด ริเริ่ม สร้างสรรค์ 2. ด้านความกล้าเสี่ยง 3. ด้านความชำนาญ 4. ด้านความมุ่งมั่น ทะเยอทะยาน 5. ด้านความขยัน ช้นแข็ง 6. ด้านความเชื่อมั่น 7. ด้านความเอาจริง เอาใจและมีวินัยในการ ทำงาน 8. ด้านความสามารถหาโอกาสในวิกฤต
ธนพร กิตติพงศ์พิทยา ปี 2551	การศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อความสำเร็จของ กลุ่มจักสานผักตบชวา กรณีศึกษา : บ้านห้วย เคียนเหนือ ตำบล บ้านด้า อำเภอเมือง พะเยา จังหวัดพะเยา	1. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 2. ปัจจัยด้านการผลิต 3. ปัจจัยด้านการตลาด 4. ปัจจัยทางด้านการเงิน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย/ปีที่ทำวิจัย	ชื่อเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จ
เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร ปี 2552	แนวคิดเกี่ยวกับการ ดำเนินธุรกิจ SMEs ให้ บรรลุผลสำเร็จ	1. มีความรู้ ความชำนาญในการประกอบธุรกิจ 2. เริ่มต้นด้วยเงินทุนที่เพียงพอ 3. เลือกทำเลที่เหมาะสม 4. มีความชำนาญในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย 5. ควบคุมเงินทุนหมุนเวียน 6. บริหารการขายเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ 7. ใช้จ่ายเงินด้วยความระมัดระวัง 8. มีท่าทีที่ดีต่อลูกค้า 9. เตรียมการเพื่อขยายกิจการ 10. ต้องประมาณตนเองอยู่เสมอ 11. บันทึกตัวเลขทางการค้า 12. ตรวจสอบกำไรและฐานะการเงินอยู่เสมอ 13. ประารถนาที่จะเรียนรู้ 14. เต็มใจที่จะรับฟังคำแนะนำ 15. ระมัดระวังสุขภาพของท่าน
ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ ปี 2555	ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนในเขต มีนบุรีและเขตหนอง จอก กรุงเทพมหานคร	1. ปัจจัยด้านการเงิน 2. ปัจจัยด้านการตลาด 3. ปัจจัยด้านการผลิต 4. ปัจจัยด้านการบริหารและด้านการจัดการ 5. ปัจจัยด้านผู้นำ 6. ปัจจัยด้านแรงงาน 7. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก 8. ปัจจัยด้านระเบียบข้อบังคับของชุมชน 9. ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก
กรมการพัฒนาชุมชน ปี 2555	หลักการดำเนินงาน ของ OTOP	1. ด้านการเงิน หรือเงินทุน 2. ด้านการผลิต 3. ด้านการตลาด 4. ด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

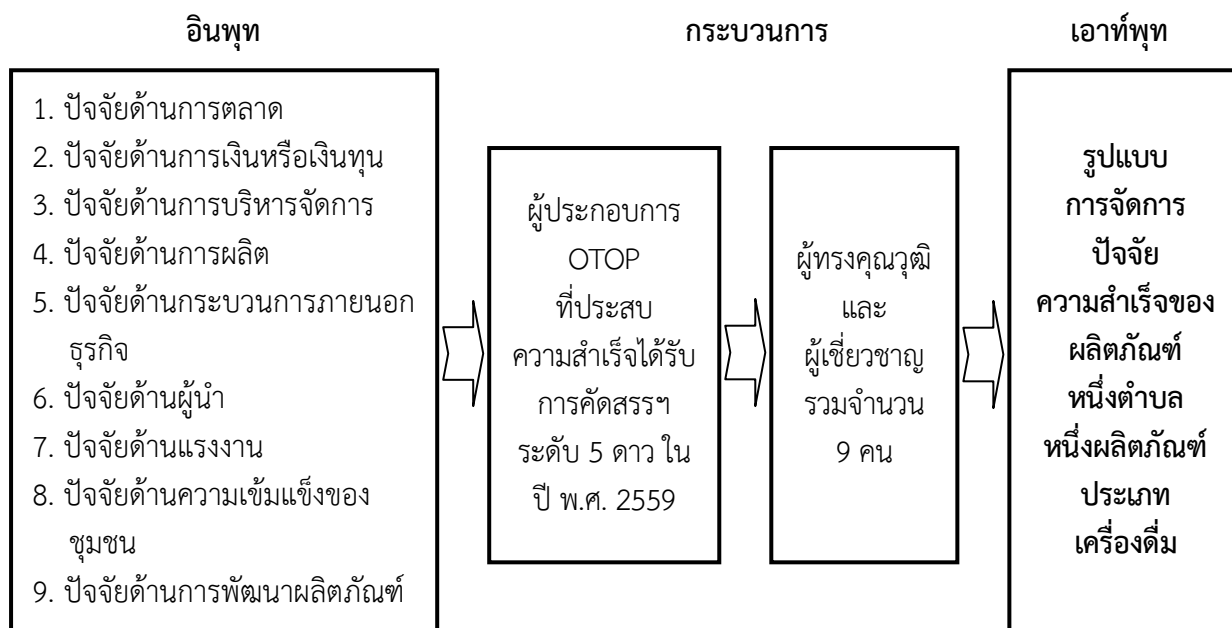
ชื่อผู้วิจัย/ปีที่ทำวิจัย	ชื่อเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จ
สืบค้นจาก www.dip.go.th ปี 2559	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	1. ความมุ่งมั่น 2. ภูมิปัญญา 3. การเรียนรู้ตลอดชีวิต 4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 5. มนุษยสัมพันธ์และทักษะเพื่อการสื่อสาร 6. ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ 7. การบริหารเวลา

จากตารางที่ 2.1 ผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยความสำเร็จจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการศึกษาและรวบรวมมา จากนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลนี้มาสังเคราะห์โดยพิจารณาจำนวนความถี่จากมากไปน้อยสรุปได้ตามลำดับดังนี้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปปัจจัยความสำเร็จแต่ละด้านตามความถี่จากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	สรุปปัจจัยความสำเร็จแต่ละด้าน	ความถี่
1	ปัจจัยด้านการตลาด	10
2	ปัจจัยด้านการเงิน หรือเงินทุน	9
3	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	9
4	ปัจจัยด้านการผลิต	8
5	ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ	3
6	ปัจจัยด้านผู้นำ	2
7	ปัจจัยด้านแรงงาน	2
8	ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน	2
9	ปัจจัยอื่นๆที่เหลือ	1

จากตารางที่ 2.2 ผู้วิจัยจึงได้เลือกสรุปปัจจัยความสำเร็จด้านที่มีจำนวนความถี่ในระดับมาก พบว่า มีปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการตลาด 2) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 4) ปัจจัยด้านการผลิต 5) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ 6) ปัจจัยด้านผู้นำ 7) ปัจจัยด้านแรงงาน 8) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อนำไปศึกษาและทำการวิจัยต่อไป ดังแสดงเป็นกรอบความคิดกระบวนการวิจัยดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 กรอบความคิดกระบวนการวิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

จากภาพที่ 2.6 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกรอบความคิดกระบวนการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้คือ ด้านอินพุต ผู้วิจัยได้เลือกสรุปปัจจัยความสำเร็จที่ได้จากตารางที่ 2.2 มีปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการตลาด 2) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 4) ปัจจัยด้านการผลิต 5) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ 6) ปัจจัยด้านผู้นำ 7) ปัจจัยด้านแรงงาน และ 8) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน ส่วนด้านที่ 9 ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะมาเข้าสู่กระบวนการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ที่ประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ.2559 จากนั้นผ่านกระบวนการสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน จนสุดท้ายได้เอาต์พุตเป็นรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มต่อไป