

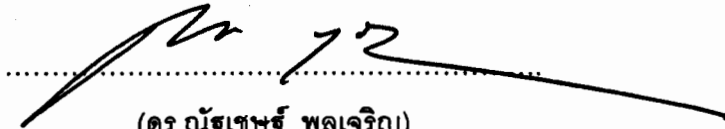
ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต
ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) :
กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

SOCIAL CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR SUPPORTING
ACHIEVEMENTS OF THE ONE TAMBON ONE PRODUCT PROJECT
(OTOP): A COMPARATIVE STUDY OF KHON KAEN AND PHITSANULOK

พิมลรัตน์ ผาคำ

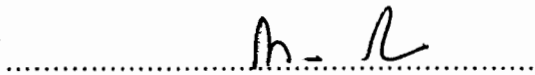
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
กระทรวงวัฒนธรรม
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๔๙

คณะกรรมการได้พิจารณาผลงานวิจัย ของ นางสาวพิมพ์รัตน์ ฝาคำ เรื่อง "ทุนทางสังคม
ในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายใน
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) : กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและ
พิษณุโลก" แล้ว ผลงานวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์ในระดับดี เห็นสมควรเผยแพร่ในวงวิชาการ



(ดร.ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ)

ประธานที่ปรึกษา



(ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.กาญจนา เจริญ)

กรรมการที่ปรึกษา

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รวมถึงศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ด้วยดีตลอดมาผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิติมา วิทยาวงศรจิ รองศาสตราจารย์พรณยูพา นพรัถ และศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.กาญจนา เจริญศิริ ที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรทุกท่านที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ศิษย์ ขอขอบคุณพัฒนาการในจังหวัดขอนแก่น ที่ให้ความอนุเคราะห์และช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสุนิตย์ คุณแม่เปรมจิต และคุณย่าพิมพ์ ผาคำ ที่คอยเป็นกำลังใจและกำลังทรัพย์ให้ลูกเสมอมา ขอขอบคุณ คุณสิทธิพงษ์ ผาคำ คุณจิรวรรณ และคุณปราโมทย์ โสภา ที่คอยให้คำปรึกษา และที่สำคัญที่สุดที่นรีศ คำบอล ที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม ที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นกตัญญู กตเวทิตาแต่ครู-อาจารย์ ตลอดจนผู้เขียนตำราทางวิชาการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าอ้างอิงทุกท่าน อีกทั้งเพื่อนมนุษย์และสรรพชีวิตด้วยกัน

พิมลรัตน์ ผาคำ

ชื่อเรื่อง	: ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก
ผู้วิจัย	: นางสาวพิมลรัตน์ ผาคำ
ประธานที่ปรึกษา	: ดร.ณัฐเชษฐ ทุลเจริญ
กรรมการที่ปรึกษา	: ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.กาญจนา เगरังษี

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาและบันทึกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาถึงผลของทุนทางสังคม (ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ด้านการต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย)ที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกายระดับ 3 - 4 ดาว ทุกกลุ่ม (จำนวน 166 กลุ่ม) ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปีพ.ศ.2547 แบ่งเป็น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม

ผลของการวิจัยระบุว่า

1. ทุนทางสังคมมีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มในทั้งสองจังหวัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งความสำคัญของทุนทางสังคมในทั้งสองจังหวัดพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร
2. การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคม พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับ

สินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้านสูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า จังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมสูงกว่า จังหวัดขอนแก่น ในด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบรรทัดฐาน/จารีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ ด้านต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย ของทั้งสองจังหวัดพบว่า ไม่แตกต่างกัน

3. ทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับยอดขายและจำนวนสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับแนวทางและกิจกรรมที่จะสนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มมีอยู่ 3 ประการคือ

1. ควรมีหน่วยงานของรัฐที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด ด้านการเงินและด้านการเรียนรู้ของสมาชิกและคณะกรรมการกลุ่ม

2. กรมการพัฒนาชุมชนควรมีการฝึกอบรมนักพัฒนาชุมชน และผู้นำชุมชน ให้ทราบถึงบทบาทและความสำคัญของทุนทางสังคม และใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

3. กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายทั้งที่ประสบผลสำเร็จและยังไม่ประสบผลสำเร็จควรให้ความสำคัญทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จในด้านการเพิ่มยอดขายและจำนวนสมาชิก

Title : SOCIAL CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR SUPPORTING
ACHIEVEMENTS OF THE ONE TAMBON ONE PRODUCT
PROJECT (OTOP): A COMPARATIVE STUDY OF KHON KAEN
AND PHITSANULOK

Author : Miss Phimonrut Phakhum

Major Adviser : Dr.Nattachet Pooncharoen

Adviser : Honourary Prof. Dr.Kanchana Ngorungsri

Abstract

The objectives of this study are

1. To study and record the general information related to the groups of garment producers, the One Tambon One Product (OTOP) projects in Khonkaen, and Phitsanulok
2. To study effects of social capital namely information, trust, norm, reciprocity, and network on the operation of the groups of garment producers in Khonkaen, and Phitsanulok.
3. To compare the effect of social capital on the achievement of the OTOP in Khon Kaen with the OTOP in Phitsanulok, both measured in product level.
4. To study the relationship between social capital and the achievement of the groups of garment producers in Khonkaen, and Phitsanulok, measured in sales, product levels, fund and number of members.

This research used questionnaires and in-dept interviews to obtain quantitative and qualitative data of 166 groups of garment producers classified as 3-4 stars in Khonkaen and Phitsanulok in 2004.

This research indicates that

1. The social capital effects on the operation of the OTOP producers both Khon kaen and Phitsanulok is high especially on information.
2. The comparative study of this research also found that in general social capital in Phitsanulok is 5% higher than social capital in Khon Kaen. Specifically, 3 stars OTOP producers in Phitsanulok have all type of social capital higher than OTOP

producers in Khon Kaen at 5% significant level; 4 stars OTOP producers in Phitsanulok have higher social capital (information and norm) than Khon Kaen at 5% significant level while trust, reciprocity and network are not different between both provinces.

3. The relationship between social capital (trust) and sales, and between social capital (trust) and number of members are 5% statistically significant.

Recommendations on the ways and activities to support the achievement of the groups are following.

1. The government should set up a responsible office to collect the necessary information for improving efficiency of business operations such as marketing, finance, and information about members and group committees.

2. The Community Development Department of the Ministry of Interior should set up training programs for community developers and group leaders to notice roles and importance of social capital, and utilize it in group operations.

3. Garment producer groups with and without achievement should realize the significant of trust, an important factor affecting sales and number of members.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	6
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	6
สมมุติฐานของการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีสังคม.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	14
การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	76
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	76
สรุปผลการวิจัย.....	77
อภิปรายและวิเคราะห์ผล.....	82
ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	94
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	94
ภาคผนวก ข ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม.....	101
ภาคผนวก ค การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน.....	112
ภาคผนวก ง แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....	118
ประวัติผู้วิจัย.....	121

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	4
2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และระดับสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดขอนแก่น.....	26
3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และระดับสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก.....	27
4 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับสินค้า.....	32
5 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ.....	33
6 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ.....	33
7 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	34
8 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	35
9 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ.....	36
10 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ก่อนเป็นสมาชิก.....	37
11 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้หลังเป็นสมาชิก.....	38
12 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความรู้เดิมจากการประกอบอาชีพ.....	39
13 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่ตั้งทำการกลุ่มอาชีพ.....	40

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
14 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่จำหน่ายของกลุ่มอาชีพ.....	41
15 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดขาย.....	42
16 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนทุนจดทะเบียน.....	43
จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน.....	44
17 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิก.....	45
18 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม.....	46
19 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามแหล่งเงินทุนสนับสนุน.....	47
20 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนเงินทุนสนับสนุน.....	48
21 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนอุปกรณ์.....	49
22 จำนวนและร้อยละของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวิธีการบริหารเงินทุน.....	50
23 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ต่อการดำเนินงาน ในจังหวัดขอนแก่น.....	51
24 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ต่อการดำเนินงาน ในจังหวัดพิษณุโลก.....	53
25 จำนวนและร้อยละผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของโครงการในจังหวัดขอนแก่น.....	54

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
26 จำนวนและร้อยละผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของโครงการในจังหวัดพิษณุโลก.....	55
27 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	56
28 การเปรียบเทียบทุนทางสังคมของโครงการ ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	64
29 การเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	65
30 การเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	65
31 การเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	66
32 การเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านการต่างตอบแทนกัน ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	67
33 การเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านเครือข่าย ที่ระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก.....	67
34 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จ ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย.....	70
35 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จ ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับสินค้า.....	71
36 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จ ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนทุน.....	71
37 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จ ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก.....	72
38 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ กับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย.....	73
39 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ กับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก...	73

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
จังหวัดขอนแก่น	
40 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร.....	102
41 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านความไว้วางใจ.....	103
42 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต.....	104
43 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการต่างตอบแทนกัน.....	105
44 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเครือข่าย.....	106
จังหวัดพิษณุโลก	
45 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร.....	107
46 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านความไว้วางใจ.....	108
47 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต.....	109
48 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการต่างตอบแทนกัน.....	110
49 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเครือข่าย.....	111
50 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย.....	113
51 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับสินค้า.....	114

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
52 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนทุน.....	115
53 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก.....	116
54 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย.....	117
55 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก.....	117

บัญชีภาพ

ภาพ

หน้า

- 1 การเลือกสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความ
ความสำเร็จโดยกำหนดตัวแปรดังนี้ Social capital = ทุนทางสังคม,
Information = ข้อมูลข่าวสาร, Trust = ความไว้วางใจ,
Norm = บรรทัดฐาน/จารีต, Reciprocity = การต่างตอบแทนกัน,
Networking = เครือข่าย..... 75

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (OTOP) เป็นแนวคิดบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพของชุมชน ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีผลิตภัณฑ์เด่นอย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลเท่านั้น โดยโครงการนี้ยังเป็นเครื่องมือเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ของชุมชน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดสากล อันส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนในระดับรากหญ้ามีความเข้มแข็งพร้อมที่จะช่วยเหลือตนเองต่อไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์ของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" จึงรวมถึงกระบวนการทางความคิด การให้บริการ การดูแล การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปสู่ตลาดทั่วประเทศและทั่วโลก

โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่บนพื้นฐานแห่งปรัชญา 4 ประเด็น คือ

1. การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาไปสู่สากล (Local yet global) เป็นการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตขึ้นให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในและต่างประเทศ

2. สนับสนุนให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและคิดสร้างสรรค์ (Self-reliance-creativity) เป็นการระดมความคิดของชุมชนท้องถิ่นในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนท้องถิ่น

3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human resource development) เป็นการพัฒนาความคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ มีการวางแผนเป็นการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น ที่มุ่งเน้นการสร้างการผลิตการบริการที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

4. การพัฒนาองค์กรและสถาบันในลักษณะเกื้อกูล และร่วมมือกัน โดยอิงรากฐานทางวัฒนธรรมและสังคมในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว เช่น คนในชุมชน รู้จักกัน ไว้วางใจกัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (การประเมินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตภาคกลาง, 2546 หน้า 2-3)

ในการผลิตสินค้าของโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยหลายด้าน ทั้งด้านที่เป็นรูปธรรม เช่น ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านความเป็นผู้นำ และด้านแรงงาน เป็นต้น ส่วนในด้านที่เป็นนามธรรม ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษทางสังคมของโครงการ เช่น ระบบความคิด พฤติกรรม ความรู้ ภูมิปัญญา และยังรวมถึงความเชื่อถือได้ของสมาชิก (Trustworthiness of member) การร่วมมือกัน (Cooperation) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทำให้สามารถรวมตัวกันจัดสรรทรัพยากรที่มีความสำคัญ เช่น น้ำ ป่า ฯลฯ

เพื่อมาสร้างอัตลักษณ์ในการผลิตสินค้า และบริการให้เกิดมูลค่าเพิ่มซึ่งอาจเรียกว่า ทูทางสังคม

จากผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง โดยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ได้กำหนดมาตรฐานของสินค้าเป็น 5 ระดับ (Product Level) คือ ระดับ 1-5 ดาว โดยในระดับ 3-5 ดาว หมายถึง โครงการที่ได้รับการตัดสินจากคณะกรรมการว่าเป็นโครงการที่มีการดำเนินงาน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลสามารถส่งออกได้ทันที จากผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาพบว่า มีโครงการได้รับมาตรฐาน 3-5 ดาวจำนวนหนึ่ง ซึ่งในการผลิตสินค้าดังกล่าว เป็นการสืบทอดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และเมื่อภาครัฐให้การสนับสนุนยิ่งส่งผลให้โครงการเกิดการขยายตัวมากขึ้น จากสถิติจำนวนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในปี พ.ศ.2547 จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 35,179 ราย เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย 8,538 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.27 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (<http://www.thaitambon.com>) และผลิตภัณฑ์ยังเป็นที่ต้องการทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกสินค้าดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น (ดังแสดงในตาราง 1) รวมไปถึงการสร้างงาน สร้างอาชีพที่นำมาซึ่งรายได้ของครัวเรือนที่เป็นสมาชิกโครงการ และการนำเงินตราต่างประเทศ ทำให้ดุลการค้าเกินดุล แต่ในขณะเดียวกันมีสินค้าของบางกลุ่มเป็นสินค้าที่จะต้องพัฒนา เพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก ซึ่งสมาชิกภายในกลุ่มจำเป็นต้องศึกษาแนวทางและวิธีการดำเนินงานที่จะส่งผลให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการคมนาคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ จะเห็นได้จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาไทย มีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า และเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลกได้ดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ พ.ศ.2544 ปัจจุบันสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของทั้งสองจังหวัด สร้างโอกาสและรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดเป็นอันมาก อีกทั้งยังสร้างชื่อเสียงให้ทางจังหวัดเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยเฉพาะสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จากรายงานผลการจำหน่ายสินค้าปีงบประมาณ 2548 (ต.ค.2547 - ก.ย.2548) พบว่า จังหวัดขอนแก่นมียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 1,093,408,461 บาท โดยสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายมียอดจำหน่าย จำนวน 365,395,976 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.41 และจังหวัดพิษณุโลกมียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 281,344,896 บาท (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก, 2548) ปัจจุบันสินค้านี้ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในจังหวัดขอนแก่น แบ่งเป็น ระดับ 4 ดาว จำนวน 29 กลุ่ม และระดับ 3 ดาว จำนวน 124 กลุ่ม จังหวัดพิษณุโลก แบ่งเป็น ระดับ 4 ดาว จำนวน 5 กลุ่ม และระดับ 3 ดาว จำนวน 8 กลุ่ม ซึ่งสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และให้คำปรึกษาแก่โครงการต่างๆ เพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้คะแนนในระดับ 3 - 5 ดาว เพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้า OTOP ภาคีรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชน สู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย ระบบออนไลน์ และเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งใน และต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น

อนึ่งจากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม (วิทยา จันทะวงศ์ศรี, 2547) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทุนทางสังคม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงผลของปัจจัยในด้านทุนทางสังคม ที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย โดยทำการศึกษา

จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จของจังหวัดขอนแก่น และจังหวัด พิษณุโลก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปขยายผล และประยุกต์ใช้ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้มาตรฐานระดับ 3-5 ดาว และเพื่อเป็น การดำรงไว้ซึ่งความยั่งยืน ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาวตลอดไป ซึ่ง รายละเอียดของยอดจำหน่ายที่เข้าเป้าหมายมาตรฐานของสินค้าในระดับ 3-5 ดาว ของ ปี 2545 - 2548 มีดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หน่วย : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	เป้าหมาย	ผลการจำหน่าย
2545 (ต.ค. 44- ก.ย.45)	10,000	16,700
2546 (ต.ค.45-ก.ย.46)	20,000	33,200
2547 (ต.ค. 46-ก.ย.47)	40,000	46,300
2548 (ต.ค. 47-ก.ย.48)	46,000	38,474
รวมยอดจำหน่าย ปี 2545-2548		134,674
ภายในประเทศ	ร้อยละ 85.97	115,789
ต่างประเทศ	ร้อยละ 14.03	18,885

ที่มา : <http://www.cdd.go.th.com>

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและบันทึกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาถึงผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะข้อมูลทั่วไปของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
2. ทำให้ทราบถึงผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
3. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างผลของทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
4. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคม กับ ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก
5. นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ และเป็นการดำรงไว้ซึ่งความยั่งยืน ของโครงการที่ประสบความสำเร็จตลอดไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึง ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ตั้งแต่ ระดับ 3-4 ดาว ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปี พ.ศ.2547

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในระดับ 3-4 ดาว ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปี พ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม แบ่งเป็น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม

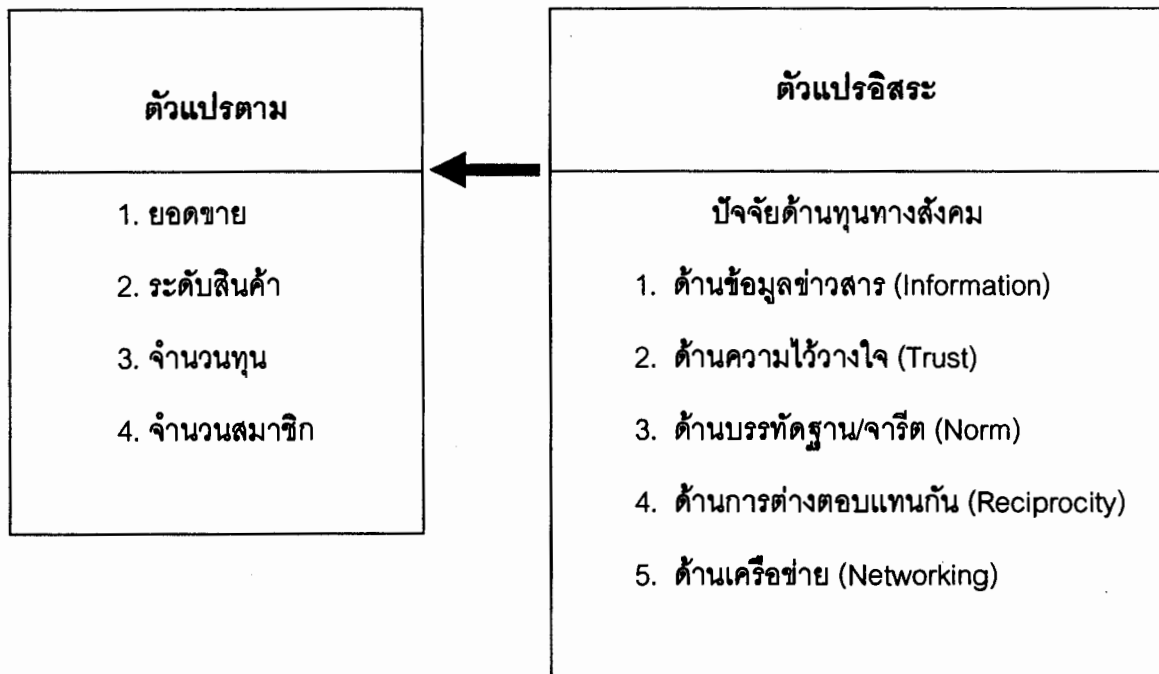
3. ตัวแปรในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทุนทางสังคม แบ่งเป็น

- 3.1.1. ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information)
- 3.1.2. ด้านความไว้วางใจ (Trust)
- 3.1.3. ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)
- 3.1.4. ด้านการต่างตอบแทนกัน (Reciprocity)

3.1.5. ด้านเครือข่าย (Networking)

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก ข้อตกลงเบื้องต้น



นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ทุนทางสังคม หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีอยู่ในกลุ่ม ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดการกระทำที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน และเกิดความสะดวกในการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานที่ประกอบด้วย ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ด้านการต่างตอบแทนกัน และด้านเครือข่าย

ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง สารสนเทศที่สมาชิกในกลุ่ม ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้มีการติดต่อ หรือ รับฟังข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงาน การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่ม และเรื่องอื่นจากภายนอก โดยสื่อเหล่านี้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประกาศ แผ่นพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความเชื่อถือหรือความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคลที่มีต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงความเชื่อมั่นในนโยบาย ทักษะ กลยุทธ์ และความภักดีของสมาชิกที่มีต่อกลุ่ม ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น สมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ ฝ่ายผู้นำก็สะท้อนภาพตัวเองให้สมาชิกมองเห็น คือ ความสามารถทำงานให้บรรลุผลตามเป้าหมาย และเสียสละ

บรรทัดฐาน/จารีต (Norm) หมายถึง ระเบียบแบบแผนของกลุ่ม ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มยึดถือเป็นหลักปฏิบัติตน ได้แก่ วิถีประชา จารีต หรือ กฎศีลธรรม และกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่กำหนดให้สมาชิกต้องปฏิบัติตาม หากฝ่าฝืน จะได้รับการลงโทษตามข้อตกลงของกลุ่ม

การต่างตอบแทนกัน (Reciprocity) หมายถึง การปฏิบัติต่อบุคคลอย่างเท่าเทียมกัน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเอื้ออาทร การแบ่งปัน หรือการทำให้เป็นประโยชน์กับผู้อื่นในที่นี้หมายถึง สมาชิกทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

เครือข่าย (Networking) หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมที่บุคคลมีต่อกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอธิบายพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่ม บุคคล ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและมีส่วนร่วม ช่วยสนับสนุนต่อการดำรงอยู่ของกลุ่ม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง โครงการอันมีแนวทางที่จะเสริมสร้าง ศักยภาพของชุมชน โดยนำเอาภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัฒนธรรม และทรัพยากรในชุมชนมาเป็นพื้นฐาน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นสอดคล้องกับวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น โดยภาครัฐจะ เข้าไปช่วยส่งเสริมทางด้านการบริหารจัดการ การเสริมสร้างทางด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ ช่องทางทางการตลาด เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั้งในและต่างประเทศ

ความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต หมายถึง ระดับความสำเร็จในผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่ง กายของกลุ่มในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับประเทศ ของจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก ซึ่งได้แก่ กลุ่มที่ได้คะแนนการ ประเมินตั้งแต่ 70 ขึ้นไป จัดเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับมากหรืออยู่ในระดับ 3-4 ดาว

กลุ่มผู้ผลิต หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่รวมกลุ่มกันทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และไม่มีจดทะเบียนได้แก่ กลุ่ม ชมรม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ ผู้ผลิตที่เป็นนิติบุคคล และ วิชาศึกษาขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใย ธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์

ระดับสินค้า (Product Level) หมายถึง ระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่เข้าคัดสรรต้องได้รับรองมาตรฐานที่กำหนดเป็นสำคัญหรืออยู่ใน กระบวนการพัฒนา เพื่อให้ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ทั่วไป และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่ม

โดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ได้แก่ หลักเกณฑ์ด้านการผลิต และความเข้มแข็ง 40 คะแนน ด้านตัวผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน ซึ่งนำมากำหนดระดับสินค้าออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 80-89 คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้
3. ระดับ 3 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 70-79 คะแนน เป็นสินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 50-69 คะแนน เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับมาตรฐานได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและยากต่อการพัฒนา
(สำนักงานคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2547. หน้า 5)

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัยมีดังนี้

1. ทูทางสังคมมีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ยอดขายมีความสัมพันธ์กับทูทางสังคม
3. ระดับสินค้ามีความสัมพันธ์กับทูทางสังคม
4. จำนวนทุนมีความสัมพันธ์กับทูทางสังคม
5. จำนวนสมาชิกมีความสัมพันธ์กับทูทางสังคม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ
3. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
4. การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม

คำว่า “ทุนทางสังคม” ทั้งในส่วคำและความหมายที่ใช้กันอยู่พัฒนามาจาก ฐานคิดและประสบการณ์ในประเทศตะวันตก เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาวิเคราะห์สังคมไทย จึงต้องใช้อย่างระมัดระวัง และปรับใช้กับบริบทของสังคมไทยอันเป็นสังคมตะวันออกที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์และปรัชญาของสังคมที่แตกต่างออกไป ซึ่งในทัศนะของนักคิด นักวิชาการของไทย ได้เสนอแนวคิดของทุนทางสังคมไว้ดังนี้

ประเวศ วะสี (2541, หน้า 26-30) ได้อธิบายว่า “ทุนทางสังคม” เป็นคำที่นำมาใช้ในแง่มุมและลีลาที่ต่างกันสิ่งที่สำคัญ ต้องทำความเข้าใจเรื่องของทุนก่อน คือ ทุนไม่ได้มีแต่ทุนที่เป็นเงินเท่านั้น แต่มีทุนอื่น ๆ อีก เช่น ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสิ่งแวดล้อม ซึ่ง “ทุนทางสังคม หมายถึง ความเป็นกลุ่มก้อนทางสังคม การมีการศึกษาดี การมีวัฒนธรรม การมีความซื่อสัตย์สุจริต การมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การมีประสิทธิภาพในการทำงาน การมีการเมืองและระบบราชการที่ดี ทั้งนี้ทุนทางสังคมเป็นฐานที่ทำให้เศรษฐกิจดี ประเทศใดที่มีทุนทางสังคมมาก เศรษฐกิจย่อมดี ญี่ปุ่นและสิงคโปร์เป็นตัวอย่างของประเทศที่มีลักษณะใกล้เคียงกับคำดังกล่าวข้างต้น จึงมีเศรษฐกิจดีกว่าประเทศด้อยทุนทางสังคม ”

ทุนทางสังคมมีความหมายใกล้เคียง หรือตรงกับสังคมเข้มแข็งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ลักษณะที่สำคัญของสังคมเข้มแข็งคือ มีการรวมกลุ่มหรือความเป็นกลุ่มก้อนทางสังคม ซึ่งการรวมกลุ่มหรือความเป็นกลุ่มก้อน เป็นธรรมชาติของสรรพสิ่ง ทั้งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เพราะการรวมกลุ่มทำให้เกิดความมั่นคง เช่น โปตรอน นิวตรอน อิเลคตรอน เมื่อมาจับยึดกันเป็นกลุ่มจะมีความมั่นคงกว่าอยู่เดี่ยว ๆ สัตว์ที่อยู่เป็นฝูงมีโอกาสรอดชีวิตมากกว่าการอยู่ตามลำพังมนุษย์ก็เช่นเดียวกัน การรวมกลุ่มช่วยให้เกิดความมั่นคง สุข ความปลอดภัย และทำอะไรก็สำเร็จได้ง่าย มนุษย์ในสังคมเกษตรก็อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน มีความยั่งยืนมาช้านานเป็นพันปี จนกระทั่งความเป็นชุมชนสลายไปด้วยพัฒนาการสมัยใหม่

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2541, ไม่มีเลขหน้า) มีความเห็นว่า ทุนทางสังคมเป็นนามธรรม ซึ่งหมายถึงความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ความสามัคคีรวมพลัง การมีองค์กร มีหน่วยการจัดการระบบต่าง ๆ ในชุมชน มีศิลปวัฒนธรรม มีจุดรวมใจ มีศีลธรรม มีความสมัครสมานรักใคร่กลมเกลียวกัน เป็นพื้นฐานให้ท้องถิ่นและชุมชน มีการพัฒนาที่เข้มแข็งต่อเนื่องและยั่งยืน

วรวิมล โธมรัตน์และคณะ. (2546, หน้า 68) ได้กล่าวถึงการวัดทุนทางสังคม การวัดโดยตรงได้จากการสังเกตปรากฏการณ์ทางสังคมและการรวบรวมจากการสำรวจ การวัดจากระดับความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนและกลุ่มต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรม นามธรรม และการวัดระดับปัจเจก เช่น การมีส่วนร่วม การต่างตอบแทนกัน ความไว้วางใจกัน บรรทัดฐานทางสังคม นอกจากนี้การวัดเพื่อให้ทราบว่ามิทุนทางสังคมหรือไม่ อาจดูจากสถิติหรือตัวเลข อัตราการเกิด อาชญากรรม การมีสุขภาพดี การมีศึกษาดี และความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจกลุ่มที่มีทุนทางสังคมสูงมักจะใช้ทั้งในที่ทำงานและการทำงานอื่น ๆ หรือความหนาแน่นของเครือข่ายทางสังคม พิจารณาจากการที่มีคนมารวมในที่เดียวกัน

อานันท์ กาญจนพันธ์ (2541, หน้า 6) ได้กล่าวถึงทุนสังคมในสังคมไทยว่าอยู่ภายใต้หลักการที่สำคัญ 2 ประการ คือ หลักการต่างตอบแทนกัน (Reciprocity) เป็นกลไกการสร้างความร่วมมือเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนแรงงานแบบลงแขก เป็นการที่เน้นความเท่าเทียมกัน เป็นบรรทัดฐานที่ถูกผลิตซ้ำจนกลายเป็นสถาบันสำคัญในชุมชน และหลักการใช้ประโยชน์ร่วมกัน (Communalism) หมายถึงการใช้พื้นที่ส่วนรวมของชุมชนในด้านต่าง ๆ กล่าวคือให้คนในชุมชนมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน โดยยังแฝงนัยของการกำหนดกฎเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อควบคุมการใช้พื้นที่อันถือเป็นของสมาชิกในชุมชน

Coleman S. James (1988) ได้กล่าวว่า ทูทางสังคมเป็นชุดของความสัมพันธ์ (Set of Relationships) ระหว่างคน เป็นความสัมพันธ์ที่มีผลมาจากความตั้งใจบนพื้นฐานความคาดหวัง ในสิ่งที่ต้องใช้ร่วมกัน (Common) เป็นชุดของการมีค่านิยมร่วมกัน (set of shared values) และการมีสำนึกของความไว้วางใจ (sense of trust) มีลักษณะเหมือนกับรูปแบบของทุนอื่นๆ คือ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลดี ทำให้งานบรรลุเป้าหมายสูงสุด

Fukuyama, F. (1995) ได้กล่าวถึงทุนทางสังคม โดยให้ความหมายว่าเป็นเสมือน ธรรมชาติพื้นฐานที่มีอยู่ในแต่ละสังคม ที่จะก่อให้เกิดการกระทำที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การไว้วางใจกัน และจารีตที่เกี่ยวกับการพึ่งพิงกัน หรือการต่างตอบแทนกัน (information, trust, and norms of reciprocity inhering in one's social networks)

Narayan, D. and Pritchett, L. (1997) แสดงให้เห็นว่า ทุนทางสังคมเป็น "ทุน" เพราะ สามารถเพิ่มระดับรายได้ของครัวเรือน โดยวัดทุนทางสังคมจากจำนวนกลุ่ม องค์กรที่สมาชิกใน ครัวเรือนเป็นสมาชิก ระดับการร่วมมือกันในกลุ่มนั้น และความหลากหลายทางลักษณะของ สมาชิกในกลุ่มนั้นๆ ครัวเรือนที่มีระดับตัวชี้วัดมากกว่า มีแนวโน้มที่จะมีรายได้มากกว่า

Pa S. Adler and Seok-Woo Kwon (2000, หน้า 103-105) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของ ทุนทางสังคม สำหรับตัวผู้แสดง และผลกระทบภายนอกในทางบวก ซึ่งประโยชน์ของทุนทางสังคม ประกอบด้วย

1. สำหรับตัวผู้แสดง คือ ทุนทางสังคมสามารถเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารที่กว้างขวางในราคา ที่ต่ำลง การมีอำนาจ และอิทธิพลมากกว่า ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับบรรทัดฐานทางสังคม
2. ผลกระทบภายนอกในทางบวก คือ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การมี อำนาจของบุคคลในการนำผู้อื่นเพื่อให้บรรลุความสำเร็จ และความผูกพันของคนในระดับชุมชน

Putnam Robert (1993, หน้า 171-176) ได้กล่าวถึงทุนทางสังคม (Social capital) โดยให้ความสำคัญของการร่วมมือกัน ประกอบกิจกรรมด้วยความสมัครใจของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีค่านิยมร่วมกันในเรื่องความไว้วางใจ การช่วยเหลือกันซึ่งเป็นสิ่งที่เอื้อ ต่อการรวมกลุ่ม และได้ให้ความหมายของทุนทางสังคม หมายถึง ความเชื่อมโยงระหว่างปัจเจก และเครือข่ายของกลุ่มสังคม นำมาซึ่งบรรทัดฐานการปฏิบัติ (Norm) เครือข่าย (Networking) ความไว้วางใจ (Trust) โดยได้ศึกษาการทำงานขององค์กรปกครองในแคว้นต่าง ๆ ในประเทศ อิตาลี พบว่าความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมมี ความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับทุนทางสังคม แคว้นทางภาคเหนือมีทุนทางสังคมสูง มีองค์กรที่ เข้มแข็ง ความเจริญทางเศรษฐกิจและคุณภาพของสถาบันในภาคเหนือของประเทศอิตาลีที่มี

สูงกว่าในภาคใต้เป็นผลมาจากการมีระดับความเชื่อถือไว้วางใจและการเกื้อกูลกัน (Norm of trust and reciprocity) และเครือข่ายชุมชน (Civic engagement)

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

รายงานสังคมศาสตร์ โครงการวิจัยระบบฟาร์ม (2529) ได้แสดงว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. กลุ่มเกิดขึ้นจากความคิดริเริ่ม ความต้องการและความสนใจร่วมกันอย่างจริงจังของสมาชิก มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นต่อกัน กลุ่มจะอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก และจะดำรงคงอยู่ได้นานเช่น กลุ่มผู้ทำพิธีกรรมพื้นบ้าน ฯลฯ

2. การมีผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก มีความซื่อสัตย์และไว้วางใจต่อกัน เช่น กลุ่มนายจ้างกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ชน เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันและมีความไว้วางใจกัน

3. ผู้บริหารหรือ ผู้นำกลุ่มมีความสามารถในการบริหาร รู้จักใช้หลักจิตวิทยาและเป็น ผู้ประสานงานที่ดี ก็สามารถสร้างศรัทธาแก่สมาชิกกลุ่ม ทำให้กิจกรรมกลุ่มประสบความสำเร็จและอยู่ได้นาน เช่น กลุ่มกรรมการหมู่บ้าน จัดว่าเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จกลุ่มหนึ่ง ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มนี้คือ คณะกรรมการรู้จักใช้หลักจิตวิทยาในการประสานงานกับชาวบ้าน และเคารพในความคิดเห็นของชาวบ้าน เป็นต้น

บริหารหรือ ผู้นำกลุ่มมีความสามารถในการบริหาร รู้จักใช้หลักจิตวิทยาและเป็น ผู้ประสานงานที่ดี ก็สามารถสร้างศรัทธาแก่สมาชิกกลุ่ม ทำให้กิจกรรมกลุ่มประสบความสำเร็จและอยู่ได้นาน เช่น กลุ่มกรรมการหมู่บ้าน จัดว่าเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จกลุ่มหนึ่ง ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มนี้คือ คณะกรรมการรู้จักใช้หลักจิตวิทยาในการประสานงานกับชาวบ้าน และเคารพในความคิดเห็นของชาวบ้าน เป็นต้น

4. ความสามัคคีของสมาชิกกลุ่ม หากสมาชิกกลุ่มและคณะกรรมการบริหารกลุ่ม มีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และมีการประสานงานที่ดีทั้งภายในกลุ่มกับภายนอกกลุ่ม และกลุ่มก็จะประสบผลสำเร็จได้

5. การสืบทอดและการถ่ายทอดความรู้ จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลเข้าร่วมกลุ่มด้วยความสนใจ และร่วมกิจกรรมอยู่ได้นาน เช่น การถ่ายทอดความรู้แก่ลูกหลานหรือผู้สนใจ

วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547, หน้า 1) ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารงานและกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางด้านการผลิต การตลาด การสะสมทุน การบริหารจัดการองค์กร การบริหารการเงิน และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบจากกรณีตัวอย่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่มในเขตพื้นที่อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 ราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินกิจกรรม การมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกตัวสมาชิก ด้านการบริหารจัดการและข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดของแนวทางการดำเนินกิจกรรม คือ ความร่วมมือ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนที่ดีนั้น เริ่มต้นจากกิจกรรมการมีส่วนร่วม การกำหนดรูปแบบและแผนการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน การร่วมเป็นเจ้าของโดยการสะสมทุน การออมทรัพย์และการสร้างกระบวนการเรียนรู้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน โดยมุ่งเน้นที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเกื้อหนุนซึ่งกันและกันได้แล้วจะเป็นการสร้างฐานรากทางเศรษฐกิจของชุมชนและนำไปสู่การมีเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศที่มั่นคงต่อไป

นิวัฒน์ มาศวรรณา (2541) ได้แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการด้วยกัน คือ

1. คุณลักษณะที่ทำให้สมาชิกกลุ่มหรือสถาบันเกษตรกรประสบความสำเร็จ
2. บทบาทในการเป็นผู้ชี้แนะ ผู้ประสานงาน และควบคุมการดำเนินงานของผู้นำหรือ

คณะกรรมการ

3. โครงการมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ดี จะอำนวยความสะดวกให้กลุ่มหรือ
4. ความเป็นบรรทัดฐานของกฎระเบียบ และข้อบังคับของสถาบัน
5. มีการสื่อสารสัมพันธ์กันของบุคคลในกลุ่ม
6. มีกิจกรรมต่อเนื่อง
7. สมาชิกในกลุ่มได้รับประโยชน์อย่างเสมอภาค

ประภากร โล่ทองคำ (2522) ได้กล่าวถึงการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการ มีลักษณะสำคัญ ได้แก่ การมีประชาธิปไตย ความจริงใจ การมีส่วนร่วมพฤติกรรมที่เหมาะสมของผู้นำ การแบ่งหน้าที่ ความเสมอภาคและการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสมาชิกในกลุ่ม

อรุณ รักธรรม (2523) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับลักษณะความจำเป็นในการทำงานกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มประสบผลสำเร็จ และมีประสิทธิภาพ สมาชิกหรือหัวหน้ากลุ่มมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจกัน
2. ความพอใจ และยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมต่าง ๆ
3. ความเสียสละและกระตุ้นเตือนให้ร่วมมือกัน
4. ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยให้ความ
5. ความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา
6. ความอดทนในปัญหาและอุปสรรค
7. ความเชื่อในคุณค่าความสามารถของตนเอง
8. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม
9. ความรับผิดชอบในหน้าที่

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จุมพล หนีมพานิชย์ (2526) ได้ให้ความหมายและลักษณะของกลุ่มดังนี้

1. สามารถบอกหรือพิสูจน์การเป็นสมาชิกได้ (Identification)
2. มีบรรทัดฐานของการประพฤติปฏิบัติ (Norm of behavior)
3. มีกิจกรรมกลุ่ม (Group activity) ที่จะบรรลุวัตถุประสงค์
4. มีโครงสร้างทางสังคม (Structural of social)
5. มีการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม (Reciprocal relation)
6. สมาชิกต้องมีค่านิยมและความสนใจบางอย่างร่วมกัน (Common interest and values)
7. มีการรวมกันกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน

สุรพล กาญจนะจิตรา และประภาส ศิลปะรัศมี (2529, บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงกลุ่มว่า กลุ่มจะต้องเกิดจากบุคคลอย่างน้อยที่สุดสองคนมาประกอบกันและต้องมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) หมายความว่าทั้งกลุ่มและบุคคลแยกออกจากกันไม่ได้ จะต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน มีความสนใจ และมีแบบแผนร่วมกัน

อดุลย์ อภินันท์ (2529) ให้ความหมายว่า กลุ่มคือ คนตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมการทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ร่วมกันคือคำจำกัดความกับคำว่า "กลุ่ม" ดังนั้นองค์ประกอบอย่างง่าย ๆ ของกลุ่ม คือมีสมาชิกตั้งแต่สองคนขึ้นไปมีกิจกรรมทำร่วมกันปฏิบัติตามฐานะหน้าที่และสมาชิกต้องมีกิจกรรมทำร่วมกัน

กรมการพัฒนาชุมชน (2545) ได้กล่าวว่า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” มาจาก แนวความคิดการพัฒนาท้องถิ่น หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ว่าราชการเมืองโออิตะ (Oita) ประเทศญี่ปุ่น โดยเน้นการพัฒนาท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถ สร้างผลิตภัณฑ์และสร้างตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการสร้างงาน สร้างธุรกิจ และการสร้างรายได้ให้กับแก่ท้องถิ่น

ดังนั้นแนวคิดหลักของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็น เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หลักสำคัญของหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet global) คือ ชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์มี คุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ประการที่ 2 พึ่งตนเองและคิดสร้างสรรค์ (Self reliance creativity) คือ ชุมชนระดมความคิดสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับ วัฒนธรรม และหลักสำคัญอีกประการ คือ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human resource development) คือ การพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ ความสามารถวางแผนการผลิต และ ทำงานอย่างเต็มศักยภาพของตนเอง

นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2539, หน้า 284) กล่าวว่า การประหยัดต่อขนาด จะเกิดขึ้นเมื่อกิจการ ได้ขยายขนาดการผลิตออกไปในระยะแรก ๆ มีการใช้ ปัจจัยด้านการผลิตทั้งคงที่และผันแปร เพิ่มขึ้น ปริมาณการผลิตที่สูงขึ้น สถานการณ์ต่าง ๆ ทางด้านเทคนิคการผลิต การเงิน และ การจัดการเกี่ยวกับการผลิต จะเป็นในทางเอื้ออำนวยต่อผู้ผลิต เราอาจแยกชี้ให้เห็นถึงผลได้ ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับกิจการที่มีขนาดใหญ่ขึ้นได้ดังนี้

- ประการแรก เมื่อกิจการมีขนาด ปริมาณและระบบการผลิต ที่มากขึ้น หมายถึง การผลิตแต่ละส่วนของผลผลิตคราวละมาก ๆ จะเริ่มเข้ามามีบทบาทการผลิตในลักษณะดังกล่าวนี้ จะช่วยประหยัดเวลา และตัดทอนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นลงได้อย่างมาก อันเป็นผลให้ต้นทุนการ ผลิตต่อหน่วยลดต่ำลง

- ประการที่สอง เมื่อปริมาณการผลิตมากขึ้น ต้นทุนคงที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะในรูปของ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องจักรเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในด้านการบริหาร และการจัด การ ในการผลิต ตลอดถึงค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะถูกกระจายออกไปมากขึ้น ๆ อันเป็นให้ต้นทุน การผลิตต่อหน่วยค่อย ๆ ลดต่ำลง

- ประการที่สาม เมื่อปริมาณงานในแต่ละหน้าที่มีมากขึ้นตามขนาดการผลิตที่ใหญ่ขึ้น

หน่วยธุรกิจย่อมสามารถที่แบ่งแยกแรงงาน ทำหน้าที่เฉพาะในด้านหนึ่ง ๆ (Division of labor) ได้ อันเป็นให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (specialization) ขึ้นกับบรรดาแรงงานที่ต้องรับผิดชอบเฉพาะด้าน และผลจากการผลิตย่อมสูงขึ้น ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง

- ประการที่สี่ โอกาสในการนำเครื่องจักรเครื่องมือ และเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเข้ามาใช้ในกิจการจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อขนาดการผลิตใหญ่ขึ้น ทั้งนี้เพราะเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพของเทคนิคการผลิตที่สูงขึ้นนี้ จะทำให้ผลิตภาพในการผลิตสูงขึ้น และมีผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง

- ประการที่ห้า หน่วยธุรกิจยังได้ผลประโยชน์จากด้านอื่น ๆ จากการขยายปริมาณการผลิตออกไป อาทิ การซื้อปัจจัยการผลิตคราวละมาก ๆ ของกิจการขนาดใหญ่ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการทั้งในแง่การต่อรองให้ราคาของปัจจัยลดลง และในแง่ของค่าขนส่งต่อหน่วยที่ต่ำลง การกู้ยืมเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการก็เช่นกัน กิจกรรรมขนาดใหญ่ย่อมมีแนวโน้มที่จะสามารถจัดหาเงินทุนมาใช้ได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่ากิจการขนาดเล็ก ๆ

การประหยัดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น กับกิจการดังกล่าวมีผลทำให้เส้น LAC ของหน่วยธุรกิจค่อย ๆ ลดลง เมื่อปริมาณและขนาดการผลิตขยายออกไปในระยะแรก ๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อหน่วยได้ขยายขนาดการผลิตไปถึงระดับหนึ่ง จนทำให้กิจการสามารถได้ประโยชน์จากการประหยัดทุกชนิดได้อย่างเต็มที่แล้ว การขยายปริมาณการผลิตออกไปอีก จะกลับทำการเพิ่มขึ้นของต้นทุนทั้งหมดเป็นไปในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นผลผลิต ต้นทุนต่อหน่วยในระยะยาวจะกลับสูงขึ้นเกิดการไม่ประหยัดต่อขนาดขึ้น การไม่ประหยัดต่อขนาดที่เกิดขึ้น มีสาเหตุมาจากการที่เกิดกิจการขยายขนาดการผลิตจนมีขนาดใหญ่เกินไป การจัดสรรงานละเอียดซับซ้อนมากขึ้น การติดต่อประสานงานที่วิเศษยุ่งยาก การดูแลไม่ทั่วถึง จำนวนคนงานเพิ่มมากขึ้นทำให้จำนวนผู้จัดการเคยดูแลควบคุมการผลิตที่มีอยู่เดิมไม่เพียงพอ ต้องเพิ่มการจ้างงานขึ้น ค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงขึ้น

การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน

การวิเคราะห์การถดถอยเป็นวิธีการทางสถิติอย่างหนึ่งที่ใช้ในการตรวจสอบลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent variable) และตัวแปรตาม (Dependent variable) ผลของการศึกษาจะทำให้ทราบถึงขนาดของความสัมพันธ์และแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งวัตถุประสงค์ของการประยุกต์ได้แก่

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร ในกลุ่มตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวนั้น ตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุดน้อยเพียงใด หรือไม่มีความสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าตัวแปรอิสระตัวใดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด

2. สร้างแบบจำลองเพื่อทำนายตัวแปรตาม โดยรูปแบบจำลองดังกล่าวอยู่ในลักษณะสมการทางคณิตศาสตร์

3. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระบางตัวที่มีผลต่อตัวแปรตามโดยควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระๆ ให้คงที่

4. สร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่ดีที่สุด เพื่อนำไปใช้ในการทำนายตัวแปรตาม โดยอาจมีแบบจำลองจำนวนมากให้ตัดสินใจ

5. ทราบแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับทำนายนั้นจะมีประสิทธิภาพในการทำนายได้อย่างคงเส้นคงวาหรือไม่ เมื่อนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ กัน

ชนิดของการวิเคราะห์การถดถอย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear regression analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยไม่เชิงเส้น (Non linear regression analysis) ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น มี 2 แบบ คือ

1. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) ประกอบด้วยตัวแปรตาม 1 ตัว และตัวแปรอิสระ 1 ตัว เป็นการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง และพยากรณ์ค่าตัวแปรตาม

2. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ หรือเชิงซ้อน (Multiple Linear Regression) ประกอบด้วยตัวแปรตาม 1 ตัว และตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป การวิเคราะห์เป็นการหาความสัมพันธ์ และสร้างรูปแบบสมการประมาณการของตัวแปรตาม โดยใช้ตัวแปรอิสระที่ศึกษา

ข้อสมมุติฐานเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น

1. ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามมีมาตรวัดเป็น Interval ขึ้นไป (อนุญาตให้ตัวแปรอิสระบางตัวมีมาตรวัดเป็น Nominal หรือ Ordinal โดยเปลี่ยนตัวแปรอิสระมาตรวัดดังกล่าวเป็นตัวแปรหุ่น)

2. ข้อมูลตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม จะต้องสุ่มมาจากประชากรที่มีการแจกแจงปกติ

3. ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (การเกิด Multicollinearity มีเฉพาะในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ)

4. ข้อมูลจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองภายในตัว (การเกิด Autocorrelation)

5. ค่าความคาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์ จะต้อง

มีการแจกแจงแบบปกติ

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0

มีความแปรปรวนคงที่

แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ หรือเชิงซ้อน (Multiple Linear Regression)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i$$

ในบางครั้งตัวแปรอิสระที่ใช้ อาจจะมีการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ในกรณีเช่นนี้อาจจะทดสอบได้โดยการใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ Variance Inflation Factor (VIF) คือ ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับความสำเร็จ

ใจมานัส พลอยดี (2540, หน้า 151-155) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน เปรียบเทียบภาพรวมและภาพย่อย (อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวจากการนำแนวทางเลือกตั้งกล่าวไปปรับใช้ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและปัจจัยด้านการเงิน ซึ่งสำคัญที่สุดของแนวคิดธุรกิจชุมชนนั้นก็คือ หลักการพึ่งตนเองของชาวบ้าน นอกจากนี้ในการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมยังต้องได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นสำคัญอีกด้วย และจากการศึกษากรณีที่ประสบความสำเร็จพบว่ามีปัจจัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนต้องประสบปัญหาการไม่สามารถระดมเงินออมได้ด้วยชาวบ้าน ทำให้ธุรกิจต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากภายนอก ขณะที่กรณีที่ประสบความสำเร็จนั้นมีการระดมทุนจากชาวบ้านได้เป็นส่วนใหญ่ และมีแนวโน้มที่ชาวบ้านจะเข้าร่วมมากขึ้น ทำให้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็งทางการเงิน

เพ็ญพราว พิมพ์สอน (2541, หน้า 1) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการเกษตรกรในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานกลุ่มมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความเหมาะสมในการจัดตั้งกลุ่ม

และการดำเนินงานกลุ่ม 12 ประเด็น จากทั้งหมด 23 ประเด็น ความสำเร็จในการดำเนินงานกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 11 ประเด็น จากทั้งหมด 25 ประเด็น ความสำเร็จในการดำเนินงานกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการตอบสนองความต้องการของสมาชิกกลุ่ม 8 ประเด็น จากทั้งหมด 10 ประเด็น และความสำเร็จในการดำเนินงานกลุ่มมีความสัมพันธ์ของคณะกรรมการกลุ่ม 2 ประเด็น จากทั้งหมด 6 ประเด็น

รัฐกร ก้อนแก้ว (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมกับความสำเร็จของธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบทุนทางสังคมระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชนซึ่งได้รับความสำเร็จในระดับที่แตกต่างกัน 2) ศึกษาถึงบทบาทของทุนทางสังคม ในฐานะที่เป็นปัจจัยการดำเนินงานที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน โดยเปรียบเทียบธุรกิจ 2 กลุ่มซึ่งได้รับความสำเร็จแตกต่างกัน จากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 ในระดับ 2 ดาว และระดับ 4 ดาว ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม

1. ทุนทางสังคมที่เป็นความไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน
2. มีทุนทางสังคมที่เป็นบรรทัดฐานแตกต่างกัน โดยพบบรรทัดฐานการถ่ายทอดความรู้ และบรรทัดฐานการมุ่งสัมฤทธิ์ผลของงาน เป็นบรรทัดฐานที่เอื้อต่อกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่ม ลดความเป็นแก่ตัวของสมาชิก ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ
3. มีทุนทางสังคมที่เป็นเครือข่ายแตกต่างกัน ซึ่งการมีเครือข่ายมากก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุน งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาบทบาทสำคัญของทุนทางสังคม 3 ประการ ที่มีต่อการดำเนินงานธุรกิจชุมชน คือ บทบาทในการช่วยลดต้นทุนการกำกับดูแล (Monitoring cost) และต้นทุนทางธุรกรรม (transaction cost) บทบาทในการสร้างให้เกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมของสมาชิก (coordinating activities) บทบาทในด้านการผลิตและการตลาด

สมศักดิ์ อนุพันธ์ (2535) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรเพื่อการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจในชุมชนแออัด กรณีศึกษาเครดิตยูเนียนชุมชนฟ้าใหม่ พบว่ามีตัวบ่งชี้ความสำเร็จของสหกรณ์เครดิตยูเนียนชุมชนฟ้าใหม่ 6 ด้าน คือ 1) ฐานะทางเศรษฐกิจของกลุ่ม 2) ระยะเวลาการดำเนินงานกลุ่ม 3) การมีส่วนร่วมในองค์กรของคนในชุมชน 4) ความเป็นอิสระของกลุ่ม 5) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิกและ 6) แนวโน้มความเป็นอยู่ของกลุ่ม

สินันท์ นัททิจจามร (2548, หน้า 1) วัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษามีจำนวน 10 ราย เก็บข้อมูลโดยการสำรวจโดยการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า ความชัดเจนและเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์ของโครงการ มีความสอดคล้องกับหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นหลังจากเข้าโครงการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในอำเภอ เชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สุรพล กาญจนะจิตรา (2528ก, หน้า 75-77) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนคือ ระดับการศึกษา สมรรถภาพทางการใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสาร มาตรฐานการดำรงชีพ การคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาชุมชน ความรู้ความเข้าใจในหลักและวิธีการพัฒนาชุมชน และความรู้สึกแปลกแยกจากกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่รัฐจัดบริการให้ สำหรับปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของการพัฒนา คือ อายุ และเพศ

สุรพล กาญจนะจิตรา (2528ข, หน้า 77-78) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและไม่สำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต โดยแยกเป็นปัจจัยด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ความแตกต่างด้านระดับรายได้ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลและความสนับสนุนของเจ้าหน้าที่ ได้แก่ มีความแตกต่างกันในด้านการได้รับการประชุมชี้แจงหรือการฝึกอบรมเกี่ยวกับกลุ่มออมทรัพย์ฯ และการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มออมทรัพย์ฯ ของสมาชิกกลุ่มและความแตกต่างของระดับความเข้าใจหลักการ วัตถุประสงค์และการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความสำเร็จต่อความสำเร็จและไม่สำเร็จ ได้แก่ อายุ และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนของสมาชิก

สุรพล กาญจนะจิตรา และประภาส ศิลปะศรีศรี (2529, หน้า 116-118) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ พบว่ามีปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกกลุ่ม การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ การได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน และการได้รับข่าวสารของกลุ่มสำหรับปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่และระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม

งานวิจัยที่เกี่ยวกับทุนทางสังคม

ณัฐกานต์ จิตรวัฒนา (2546, หน้า 1) การศึกษาเรื่อง พัฒนาการทุนทางสังคมของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโป่งคำ ตำบลคู่งษ์ อำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการทุนทางสังคมของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ ที่สร้างเสริมและ/หรือเป็นอุปสรรคต่อทุนทางสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และศึกษาความสามารถในการนำทุนทางสังคมมาเป็นกลไกในการพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดความเข้มแข็งและการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติในชุมชนบ้านโป่งคำ โดยใช้การศึกษาได้ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการทุนทางสังคม อันได้แก่ ระบบคิด วิธีปฏิบัติ ผลลัพธ์ และผลกระทบที่มีต่อคนในชุมชน และปัจจัยที่ช่วยให้กระบวนการทุนทางสังคมขับเคลื่อนไปได้ คือ ด้านผู้นำ หรือมนุษย์ ทุนทางทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ความเป็นเครือญาติ ความเชื่อค่านิยมในเรื่องเดียวกัน ความเอื้ออาทรต่อกัน การช่วยเหลือกัน ความไว้วางใจกัน และกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกัน ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการดำเนินกิจกรรม ส่วนปัจจัยในเชิงลบได้แก่ เรื่องของตลาด เรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มต้องการแสวงหากำไรจากการทอผ้าโดยที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ ผลการดำเนินกิจกรรมกลุ่มทอผ้า ทำให้ทุนของชุมชนเพิ่มขึ้น และก่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่ม เช่น การที่ชุมชนมีเงินออมมากขึ้น มีรายได้จากการทอผ้าเพิ่มขึ้น และสามารถลดต้นทุนจากการใช้วัสดุธรรมชาติ ผลจากการศึกษายังได้พบว่า การสนับสนุนจากองค์ภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนกระบวนการทุนทางสังคมให้สามารถดำเนินงานไปได้ โดยอาศัยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานจากหลาย ๆ ฝ่ายในลักษณะพหุภาคีทำให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังพบว่า การทอผ้าสามารถเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและนอกชุมชน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง กลุ่ม และชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

ไพพานี เหลืองภัทรเชวง (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมกับการดำเนินการของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ศึกษากรณีกองทุนที่ประสบความสำเร็จและกองทุนที่ประสบความล้มเหลว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จ คือ หมู่บ้านไผ่ลูกนก หมู่ที่ 6 กับหมู่บ้านที่ประสบความล้มเหลวในการดำเนินการ คือ หมู่บ้านป่าลำดำ หมู่ที่ 5 ตำบลสวนแดง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ตามหลักตรรกะ เทียบเคียงตามแนวคิดทฤษฎีควมคู่บริบท (Context) และการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อ

ความสำเร็จหรือล้มเหลวของกองทุนหมู่บ้าน ในหมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จนั้นมีทุนทางสังคม ดังนี้

- ด้านเครือข่าย มีจำนวนเครือข่ายมากและมีความสนิทสนมเหนียวแน่น มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีความสัมพันธ์การต่างตอบแทนกัน

- ด้านบรรทัดฐานกองทุนหมู่บ้านมีข้อตกลงร่วมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ คือ ในส่วนข้อตกลงร่วมที่เป็นทางการ จะเป็นข้อตกลงร่วมบนพื้นฐานของระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านแห่งชาติ ส่วนข้อตกลงที่ไม่เป็นทางการเป็นข้อตกลงในเรื่องการให้สมาชิกกู้เงินในกองทุนฯ โดยคณะกรรมการเป็นผู้ทำโครงการให้ และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบบัญชีจากผู้ทรงคุณวุฒิในหมู่บ้าน หากไม่ชำระหนี้จะถูกลงโทษทางสังคมอย่างชัดเจน เช่น การไม่มีการพูดคุยจนถึงการไม่ให้ความช่วยเหลือด้านใดเลย

- ด้านความเชื่อใจ สมาชิกกองทุนหมู่บ้านให้การยอมรับในคณะกรรมการ เพราะซื่อสัตย์ โปร่งใส ตรวจสอบได้ นอกจากนี้ คณะกรรมการยังสามารถปฏิบัติงานตามที่สมาชิกกองทุนคาดหวังได้ อีกทั้งสมาชิกมีความไว้วางใจที่จะเล่าเรื่องส่วนตัวให้คณะกรรมการฟัง เพื่อแก้ปัญหา

วรฤดี โรมรัตนพันธ์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยการผลิตของเศรษฐกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับทุนทางสังคมของทั้งในและต่างประเทศ และศึกษาพลังของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยมีขอบเขตการศึกษาครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี องค์ความรู้เกี่ยวกับทุนทางสังคม ธรรมชาติของทุนทางสังคมของเศรษฐกิจชุมชน โดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย และการสำรวจใน 3 พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนบ้านโป่งคำ จังหวัดน่าน ชุมชนคลองกระเจง จังหวัดสุโขทัย และชุมชนปลักไม้ลาย จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมเกิดจากความร่วมมือร่วมใจ และความสัมพันธ์ระหว่างคน หรือสถาบันบนความไว้วางใจ ความเอื้ออาทร และความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ในการศึกษาทุนทางสังคม สามารถศึกษาได้จากคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน หรือการเติบโตของเครือข่าย ส่วนการวัดทุนทางสังคม มีวิธีวัดทำได้โดยการสังเกต หรือการสำรวจ ส่วนระดับการวัดสามารถวัดได้ระดับ บัณฑิต ชุมชนเมือง และประเทศ สำหรับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมสามารถใช้พลังความรู้ / ความคิด และพลังปัญญาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน และยังพบว่าในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิต ทุนทางสังคมได้มีบทบาทเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้แก่ระบบเศรษฐกิจชุมชนทุกชั้นตอน สำหรับกรณีศึกษาของ

ต่างประเทศซึ่งศึกษาสังคมหมู่บ้านในรัสเซีย ผลการศึกษาได้แสดงถึงความเกี่ยวข้องระหว่างโครงสร้างของครัวเรือนที่เป็นทุนทางสังคม กับการเพิ่มผลผลิต รายได้ และสุขภาพจิตของสมาชิกในครัวเรือน

อุดม บัวเกษ (2548: บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่องทุนทางสังคมในอำเภอวังหิน จังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับทุนทางสังคมของอำเภอวังหิน 2) ศึกษาระดับทุนทางสังคมโดยจำแนกตามอายุ ระดับตัวอย่าง จากประสบการณ์ทางสังคม และการได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากประชากรที่อยู่ในอำเภอวังหิน จำนวน 8 ตำบล ประมาณ 9,424 ครัวเรือน โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณสถิติที่ใช้ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้สถิติ t-test F-test ผลการศึกษา พบว่า ทุนทางสังคมในภาพรวมของอำเภอวังหิน อยู่ในระดับปานกลางและ เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นรายด้าน คือ ด้านปทัสถาน ด้านความไว้วางใจ และด้านเครือข่ายก็อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนระดับอายุ การศึกษา และประสบการณ์ทางสังคม ไม่มีผลให้ระดับทุนทางสังคมโดยภาพรวมต่างกันในขณะที่การได้รับข้อมูลข่าวสารมีผลให้ระดับทุนทางสังคมต่างกัน

Sinad Treevanchai (2003: Abstract) ได้ศึกษาเรื่อง Social and The Performance of Saving Group : A Case Study in Songkla ซึ่งศึกษาจากกลุ่มออมทรัพย์ที่อยู่นอกเขตในจังหวัดสงขลา จำนวน 39 กลุ่ม พบว่า ทุนทางสังคมประกอบด้วย อายุของกลุ่มออมทรัพย์ (age of saving group) จำนวนของกลุ่ม/องค์อาสาสมัครในหมู่บ้าน (number of voluntary organization in the village) จำนวนคนนอกหมู่บ้านที่เป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ (number of out side - village of saving group) จำนวนของกลุ่ม/องค์อาสาสมัครในหมู่บ้านที่ผ่านมา (number of past organization in the village) และระดับของความไว้วางใจเป็นตัวแปรที่มีผลโดยตรง ส่วนตัวแปรที่มีผลโดยอ้อม คือ จำนวนของกลุ่ม/องค์อาสาสมัครในหมู่บ้านและที่ผ่านมา ส่วนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดผลการดำเนินงานได้แก่ การสร้างแรงจูงใจและการลงโทษที่ดีกว่า การมีเครือข่ายความสัมพันธ์กับพัฒนาชุมชน จำนวนผู้อาศัยในหมู่บ้าน และอาชีพหลักที่สามารถสร้างรายได้สม่ำเสมอ

สรุป

ทุนทางสังคม

ทุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคม ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และสามารถให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งทุนทางสังคมที่มักถูกกล่าวถึงคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ด้านการตอบแทนกัน และด้านเครือข่ายสอดคล้องกับ Putnam Robert (1993) ซึ่งได้ให้ความหมายทุนทางสังคมว่าเป็นลักษณะสำคัญขององค์กรทางสังคม เช่น ความไว้วางใจ บรรทัดฐาน และเครือข่าย และยังสอดคล้องกับ Fukuyama, F. (1995) ที่ให้ความหมายของทุนทางสังคมว่าเป็นเสมือนธรรมชาติพื้นฐานที่มีอยู่ในแต่ละสังคม ที่จะก่อให้เกิดการกระทำที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การไว้วางใจกัน และจารีตที่เกี่ยวกับการพึ่งพิงกัน หรือการต่างตอบแทนกัน ประโยชน์ของทุนทางสังคมที่เห็นได้ชัดเจน คือ ทำให้การงานมีประสิทธิภาพรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อความสำเร็จและลดต้นทุนลง ช่วยให้เกิดจารีตประเพณีที่ดี พัฒนาชีวิตส่วนบุคคลหรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ Sinad Treevanchai (2003) ที่กล่าวว่า ทุนทางสังคมมิได้เป็นปัจจัยการผลิตโดยตรง หากแต่เป็นตัวกลางในการเข้าถึงปัจจัยการผลิตหรือทุนอื่น เช่น ข้อมูลข่าวสาร ในราคาที่ถูกกลงโดยผ่านความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งทุนทางสังคมให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้โดยผ่านสองช่องทางคือ ลดต้นทุนทางธุรกรรม (Transaction cost) และลดต้นทุนการตรวจสอบดูแล (Monitoring cost)

ความสำเร็จ

ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ระดับความสำเร็จของกลุ่มในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ ซึ่งได้แก่ กลุ่มที่ได้คะแนนการประเมินตั้งแต่ 70 ขึ้นไป จัดเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับมากหรืออยู่ในระดับ 3-4 ดาว สอดคล้องกับสินันท์ นัทกิจจามร (2548) ที่ได้ให้ความหมาย ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ว่า ชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ สร้างผลิตภัณฑ์ สร้างงาน สร้างรายได้ พึ่งพาตนเอง และพัฒนาศักยภาพการผลิต การแปรรูป และการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับชุมชน และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปสู่ระดับประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มที่ประสบความสำเร็จมากเป็นกลุ่มที่สามารถจำหน่ายในปริมาณที่มาก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสามารถจำหน่ายไปยังระดับภาคระดับประเทศ และต่างประเทศ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษา เรื่อง "ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก" ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับของวิธีดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1 ลักษณะแบบสอบถาม
 - 2.2 การสร้างเครื่องมือ
 - 2.3 การทดสอบเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ตั้งแต่ ระดับ 3-4 ดาว ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปี พ.ศ.2547
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในระดับ 3-4 ดาว ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปีพ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม แบ่งเป็นจังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และระดับสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
จังหวัดขอนแก่น

ที่	จังหวัดขอนแก่น	ระดับสินค้า		รวม
		ระดับ 3	ระดับ 4	
1	ชุมแพ	4	1	5
2	สีชมพู	12	-	12
3	ภูเวียง	4	1	5
4	หนองเรือ	6	3	9
5	เมืองขอนแก่น	2	1	3
6	ชนบท	27	6	33
7	พล	4	5	9
8	แวงใหญ่	11	5	16
9	แวงน้อย	9	1	10
10	บ้านไผ่	10	1	11
11	มัญจาคีรี	4	1	5
12	เปือยน้อย	2	1	3
13	หนองสองห้อง	6	-	6
14	โนนศิลา	12	1	13
15	น้ำพอง	2	1	3
16	โคกโพธิ์ไชย	2	-	2
17	หนองนาคำ	2	1	3
18	อุบลรัตน์	1	-	1
19	บ้านฝาง	1	-	1
20	เขาสวนกวาง	1	-	1
21	กิ่งอำเภอน้ำสูง	1	-	1
22	กระนวน	-	1	1
รวมเฉลี่ย		123	30	153

(<http://www.thaitambon.com>)

ตาราง 3 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และระดับสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
จังหวัดพิษณุโลก

ที่	จังหวัดพิษณุโลก	ระดับสินค้า		รวม
		ระดับ 3	ระดับ 4	
1	บางระกำ	-	-	-
2	วัดโบสถ์	-	-	-
3	ชาติตระการ	4	1	5
4	นครไทย	2	1	3
5	วังทอง	-	2	2
6	เนินมะปราง	2	1	3
รวมเฉลี่ย		8	5	13

(<http://www.thaitambon.com>)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม จำนวน 166 กลุ่ม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ลักษณะแบบสอบถาม

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะปลายเปิดและปลายปิด โดยครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน ระยะเวลาดำเนินงาน จำนวนสมาชิก แหล่งเงินทุนสนับสนุน และ จำนวนอุปกรณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางสังคม โดยใช้แบบสอบถามแบบจัดลำดับคะแนน

(Rating Scale) ได้แก่

1. ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information)

2. ด้านความไว้วางใจ (Trust)
3. ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)
4. ด้านการต่างตอบแทนกัน (Reciprocity)
5. ด้านเครือข่าย (Networking)

2. การสร้างเครื่องมือ

2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด

2.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึงจุดมุ่งหมาย และสมมุติฐานของการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ

2.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

3. การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม โดยที่ผู้วิจัยได้นำไปทดสอบ (Tryout) หรือทดลองตรวจสอบความถูกต้องและทดสอบความเข้าใจคำถามแบบสอบถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสมก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มที่ศึกษาจริง

3.1 การตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงของคำถามในแบบสอบถามว่า สามารถวัดในสิ่งที่ต้องการวัดหรือวัดได้ตรงประเด็นนั้น อีกทั้งได้นำไปตรวจสอบเอกสารที่แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงจะได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงยิ่งขึ้น ก่อนนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test)

3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) โดยใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ในการประมาณค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น จัดทีมงานโดยการประชุมกลุ่ม เพื่อศึกษาแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งจะใช้ถามกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยให้ตัวแทนของกลุ่ม ทั้งที่เป็นสมาชิก และไม่เป็นสมาชิกเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบ่งเป็นจังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม เพื่อให้เข้าใจอย่างต่อแท้ แล้วจัดทีมงานทีมละ 2 คน ขณะสัมภาษณ์จะมีการสังเกตพฤติกรรมการแสดงออก สภาพแวดล้อมของสมาชิก เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามแนวประเด็นคำถาม วัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำมาประกอบการอธิบายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม spss โดยดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ในการแปลความหมาย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545. หน้า 102)

ระดับความสำคัญมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยมาก	กำหนดให้	1	คะแนน

หาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ในการประเมินผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง	ให้ความสำคัญ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง	ให้ความสำคัญ	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง	ให้ความสำคัญ	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง	ให้ความสำคัญ	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง	ให้ความสำคัญ	น้อยมาก

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทุนทางสังคมกับ ยอดขาย ระดับสินค้า
จำนวนทุน และจำนวนสมาชิกโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง “ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก” ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นดังนี้

1. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก นำเสนอผลการวิจัยตั้งแต่ตาราง 4 - 23

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก นำเสนอผลการวิจัยตาราง 24 – 28

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน นำเสนอผลการวิจัยตาราง 29 – 34

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน

(Multiple Regression) โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และจำนวนสมาชิกของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก นำเสนอผลการวิจัยตั้งแต่ตาราง 35 – 40

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในระดับ

3-4 ดาว ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปี พ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับสินค้า

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ระดับสินค้า				
1.1 ระดับ 3 ดาว	123	80.40	8	61.50
1.2 ระดับ 4 ดาว	30	19.60	5	38.50
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับสินค้า ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดขอนแก่นจำนวนทั้งหมด 153 กลุ่ม แบ่งเป็น ระดับ สินค้า 3 ดาว จำนวน 123 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 80.40 และระดับสินค้า 4 ดาว จำนวน 30 กลุ่ม คิด เป็นร้อยละ 19.60

ส่วนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนทั้งหมด 13 กลุ่ม แบ่งเป็นระดับ สินค้า 3 ดาว จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 61.50 และ ระดับสินค้า 4 ดาว จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็น ร้อยละ 38.50

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. เพศ				
2.1 ชาย	10	6.50	1	7.70
2.2 หญิง	143	93.50	12	92.30
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับเพศ ของกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดขอนแก่น พบว่า เป็นเพศหญิง
จำนวน 143 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 93.50 และเพศชายจำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 6.50

ส่วนจังหวัดพิษณุโลก พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 92.30 และเพศ
ชายจำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. อายุ				
3.1 ต่ำกว่า 30 ปี	1	1.10	0	0.00
3.2 30-39 ปี	20	15.60	4	30.80
3.3 40-49 ปี	69	44.10	2	15.40
3.4 ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	63	39.20	7	53.80
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอายุสมาชิก ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 69 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมามีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 63 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 39.20 ปี และจำนวนที่น้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.10

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.80 และอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. สถานภาพสมรส				
4.1 โสด	9	5.90	0	0.00
4.2 สมรส	143	93.40	13	100
4.3 หย่าร้าง/หม้าย	1	0.70	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพสมรส ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต พบว่า จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 143 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 93.50 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.90 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.70 ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ทุกกลุ่มมี สถานภาพสมรส

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. ระดับการศึกษา				
5.1 ไม่ได้รับการศึกษา	0	0.00	0	0.00
5.2 ประถมศึกษา	108	70.60	8	61.50
5.3 มัธยมศึกษา	28	18.30	5	38.50
5.4 ปวช./ปวส.	14	9.20	0	0.00
5.5 ปริญญาตรี	1	0.70	0	0.00
5.6 อื่นๆ	2	1.20	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต พบว่า จังหวัด
ขอนแก่น ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา จำนวน 108 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 70.60
รองลงมาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 28 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.30 ระดับปวช./ปวส.จำนวน
14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.20 และอื่นๆ จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.20 น้อยที่สุดจบการศึกษา
ในระดับปริญญาตรี จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.70

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา
จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 61.50 และในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 5 กลุ่ม
คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. อาชีพ				
6.1 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	0.60	0	0.00
6.2 พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00	0	0.00
6.3 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	22	14.50	0	0.00
6.4 เกษตรกรรม	123	80.40	11	84.60
6.5 รับจ้างทั่วไป	0	0.00	0	0.00
6.6 อาสาสมัครชุมชน	0	0.00	0	0.00
6.7 ตัดเย็บเสื้อผ้า	1	0.60	0	0.00
6.8 อื่นๆ	6	3.90	2	15.40
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต พบว่า จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 123 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 80.40 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนอาชีพอื่นๆ จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.90 และน้อยที่สุดคือ อาชีพตัดเย็บเสื้อผ้า กับ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.60

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 84.60 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ก่อนเป็นสมาชิก

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. รายได้ต่อเดือนก่อนเป็นสมาชิก				
7.1 ไม่มีรายได้	1	0.70	1	7.70
7.2 มีรายได้ไม่แน่นอน	2	1.30	0	0.00
7.3 ต่ำกว่า 5,000 บาท	136	88.90	11	84.60
7.4 5,001-10,000 บาท	9	5.80	1	7.70
7.5 10,001-20,000 บาท	2	1.30	0	0.00
7.6 มากกว่า 20,000 บาท	3	2.00	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ต่อเดือนก่อนเป็นสมาชิก ของกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 136 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 88.90 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.80 ส่วนรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.00 และมีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท กับมีรายได้ไม่แน่นอน เท่ากันจำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.30 และต่ำสุดคือ ไม่มีรายได้ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.70

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า รายได้ต่อเดือนก่อนเป็นสมาชิก มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 84.60 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท และไม่มีรายได้จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้หลังเป็นสมาชิก

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. รายได้ต่อเดือนหลังเป็นสมาชิก				
8.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	125	81.70	12	92.30
8.2 10,001-20,000 บาท	14	9.20	1	7.70
8.3 20,001-30,000 บาท	6	3.90	0	0.00
8.4 มากกว่า 30,000 บาท	8	5.20	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 11 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ต่อเดือนหลังเป็นสมาชิก ของกลุ่มผู้ผลิตใน
จังหวัดขอนแก่น พบว่า สมาชิกมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 125 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ
81.70 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.20 ส่วน
รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.20 และต่ำสุดสมาชิกมีรายได้
ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.90

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท
จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 92.30 รองลงมา คือ 10,001- 20,000 บาท จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็น
ร้อยละ 7.70

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความรู้เดิมจากการประกอบอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. ความรู้เดิมจากการประกอบอาชีพ				
9.1 มี	153	100.00	12	92.30
9.2 ไม่มี	0	0.00	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 12 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เดิมจากการประกอบอาชีพ ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต
ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ทุกกลุ่มมีความรู้จากความรู้เดิมจากการประกอบอาชีพมาจากภูมิ
ปัญญาท้องถิ่น ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้จากความรู้เดิมจาก
การประกอบอาชีพมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 92.30 และไม่มี
ความรู้ในการประกอบอาชีพ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70 ซึ่งได้มาจากการฝึกอบรมอาชีพที่
ทางพัฒนาชุมชนจัดขึ้น

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่ตั้งทำการกลุ่มอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10. สถานที่ตั้งทำการกลุ่มอาชีพ				
10.1 บ้านของหัวหน้ากลุ่ม	7	4.60	1	7.70
10.2 บ้านของสมาชิกในกลุ่ม	131	85.60	8	61.50
10.3 สถานที่ภายในชุมชน เช่น วัด	0	0.00	0	0.00
10.4 อื่นๆ	15	9.80	4	30.80
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 13 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้งทำการกลุ่มอาชีพ ของกลุ่มผู้ผลิตใน
จังหวัดขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่ คือบ้านของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 131 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ
85.60 รองลงมาคืออื่นๆ เช่น ศาลาการประชุม ศูนย์ถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น จำนวน 15 กลุ่ม คิด
เป็นร้อยละ 9.80 และน้อยที่สุดคือบ้านของหัวหน้ากลุ่ม จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 4.60

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ คือบ้านของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน
8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคืออื่นๆ จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.80 บ้านของ
หัวหน้ากลุ่ม จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่จำหน่ายของกลุ่มอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
11. สถานที่จำหน่ายของกลุ่มอาชีพ				
11.1 ที่ทำการของกลุ่ม	8	5.20	1	7.70
11.2 ส่งตามร้านค้าปลีก	42	27.50	7	53.80
11.3 ไม่มีสถานที่แน่นอน	4	2.60	4	30.80
11.4 ส่งโรงงานอุตสาหกรรม	0	0.00	0	0.00
11.5 อื่นๆ	99	64.70	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 14 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายของกลุ่มอาชีพผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่ จำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น งานเทศกาล งานกาชาดประจำจังหวัด เป็นต้น จำนวน 99 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 64.70 รองลงมาคือ ส่งตามร้านค้าปลีก จำนวน 42 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 27.50 ส่วนจำหน่ายที่ทำการของกลุ่ม จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.20 และน้อยที่สุดคือ ไม่มีสถานที่แน่นอน จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.60

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ คือส่งตามร้านค้าปลีก จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาคือไม่มีสถานที่แน่นอน จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.80 และน้อยที่สุดคือ ที่ทำการของกลุ่ม และอื่นๆ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดขาย (ต่อปี)

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
12. ยอดขาย				
12.1 ต่ำกว่า 100,000 บาท	67	43.80	5	38.50
12.2 100,001 - 500,000 บาท	54	35.30	6	46.10
12.3 500,001 - 900,000 บาท	6	3.90	1	7.70
12.4 มากกว่า 900,000 บาท	26	17.00	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 15 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับยอดขาย ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มียอดขาย ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 67 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมามียอดขายระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท จำนวน 54 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 35.30 ส่วนยอดขายที่มากกว่า 900,000 บาท จำนวน 26 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.00 และน้อยที่สุดคือ มียอดขายระหว่าง 500,001 - 900,000 บาท จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.90

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่มียอดขายอยู่ระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 46.10 และต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.50 และน้อยที่สุด คือตั้งแต่ 500,001 บาท อย่างละ 1 กลุ่ม คิดเป็น ร้อยละ 7.70

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนทุนจดทะเบียน

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
13. จำนวนทุนจดทะเบียน				
13.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	115	75.10	5	38.50
13.2 10,001 - 30,000 บาท	22	14.40	6	46.10
13.3 30,001 - 50,000 บาท	9	5.90	2	15.40
13.4 มากกว่า 50,000 บาท	7	4.60	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 16 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนทุนจดทะเบียน ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 115 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 75.10 รองลงมาอยู่ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.40 ส่วนทุนจดทะเบียนระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.90 และน้อยที่สุดคือ มีจำนวนทุนจดทะเบียนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 4.60

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 46.10 รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.50 และน้อยที่สุด 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40ตามลำดับ

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
14. ระยะเวลาดำเนินงาน				
14.1 ต่ำกว่า 6 ปี	75	49.00	3	23.10
14.2 6 - 10 ปี	59	38.60	4	30.80
14.3 11 - 15 ปี	11	7.20	4	30.80
14.4 มากกว่า 15 ปี	8	5.20	2	15.30
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 17 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาดำเนินงาน ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินงานต่ำกว่า 6 ปี จำนวน 75 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี จำนวน 59 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.60 และระหว่าง 11 - 15 ปี จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.20 และน้อยที่สุดคือ มีระยะเวลาดำเนินงานที่มากกว่า 15 ปี จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.20

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลกมีระยะเวลาดำเนินงานอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี และ 11 - 15 ปี จำนวนเท่ากันอย่างละ 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาต่ำกว่า 6 ปี จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.10 และมากกว่า 15 ปี จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.30

ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิก

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
15. จำนวนสมาชิก				
15.1 ต่ำกว่า 21 คน	59	38.60	3	23.10
15.2 21 - 40 คน	62	40.50	4	30.80
15.3 41 - 60 คน	19	12.40	5	38.40
15.4 มากกว่า 60 คน	13	8.50	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 18 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนสมาชิก ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกระหว่าง 21 - 40 คน จำนวน 62 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาต่ำกว่า 21 คน จำนวน 59 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.60 ส่วนจำนวนสมาชิกระหว่าง 41 - 60 คน จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.40 และน้อยที่สุดคือ มีจำนวนสมาชิกมากกว่า 60 คน จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8.50

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 41 - 60 คน จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาระหว่าง 21 - 40 คนจำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.80 ต่ำกว่า 21 คน จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.10 และมากกว่า 60 คน จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าประชุม

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
16. จำนวนครั้งที่ประชุม				
16.1 ต่ำกว่า 6 ครั้ง	50	32.70	10	76.90
16.2 6 - 10 ครั้ง	47	30.70	2	15.40
16.3 11 - 15 ครั้ง	53	34.60	0	0.00
16.4 มากกว่า 15 ครั้ง	3	2.00	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 19 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ประชุม ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ประชุมระหว่าง 11 - 15 ครั้ง จำนวน 53 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมาต่ำกว่า 6 ครั้ง จำนวน 50 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.70 ส่วนจำนวนครั้งที่เข้าประชุมระหว่าง 6 - 10 ครั้ง จำนวน 47 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.70 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.00

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าส่วนใหญ่ต่ำกว่า 6 ครั้ง จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 76.90 รองลงมาอยู่ระหว่าง 6 - 10 ครั้ง จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40 และมากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามแหล่งเงินทุนสนับสนุน

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
17. แหล่งเงินทุนสนับสนุน				
17.1 ไม่มี	45	29.40	1	7.70
17.2 พัฒนาชุมชน	17	11.10	1	7.70
17.3 อบต.	40	26.10	7	53.80
17.4 กู้ยืม	0	0.00	0	0.00
17.5 สหกรณ์	1	0.70	1	7.70
17.6 เทศบาล	4	2.60	0	0.00
17.7 อื่นๆ	46	30.10	3	23.10
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 20 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนสนับสนุน ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่ คือ อื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การพัฒนาเอกชน (NGO) เป็นต้น จำนวน 46 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาไม่มีแหล่งเงินทุนสนับสนุน แต่ได้จากการรวมหุ้นกันของสมาชิก จำนวน 45 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 29.40 และอบต.จำนวน 40 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 26.10 ส่วนแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากพัฒนาชุมชน จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 11.10 เทศบาล แหล่งเงินทุนสนับสนุนน้อยที่สุดคือ เทศบาล จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.60 และสหกรณ์ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ คือ อบต.จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.10 ไม่มีแหล่งเงินทุนสนับสนุน พัฒนาชุมชน และสหกรณ์ จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนเงินทุนสนับสนุน

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18. จำนวนเงินทุนสนับสนุน				
18.1 ไม่มี	45	29.40	1	7.70
18.2 ต่ำกว่า 100,000 บาท	93	60.70	11	84.60
18.3 100,001 - 500,000 บาท	14	9.20	1	7.70
18.4 500,001 - 900,000 บาท	1	0.70	0	0.00
18.5 มากกว่า 900,000 บาท	0	0.00	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 21 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงินทุนสนับสนุน ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินทุนสนับสนุนต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 93 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.70 รองลงมาไม่มีเงินทุนสนับสนุน จำนวน 45 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 29.40 และระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.20 น้อยที่สุดคือ มีจำนวนเงินทุนสนับสนุน 500,001 - 900,000 บาท จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.70

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 84.60 รองลงมาไม่มีเงินทุนสนับสนุน และมีเงินทุนสนับสนุน ระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท อย่างละ 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนอุปกรณ์

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
19. จำนวนอุปกรณ์ (กี่เครื่องจักร)				
19.1 ต่ำกว่า 21 ตัว	90	58.80	6	46.20
19.2 21 - 40 ตัว	39	25.50	3	23.10
19.3 41 - 60 ตัว	15	9.80	3	23.10
19.4 มากกว่า 60 ตัว	9	5.90	1	7.70
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 22 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนอุปกรณ์ ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนอุปกรณ์ต่ำกว่า 21 ตัว จำนวน 90 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมา 21 - 40 ตัว จำนวน 39 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.50 และระหว่าง 41 - 60 ตัว จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.80 น้อยที่สุดคือ มากกว่า 60 ตัว จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.90

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ มีจำนวนอุปกรณ์ต่ำกว่า 21 ตัว จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมามีจำนวนระหว่าง 21 - 40 และ 41 - 60 ตัว อย่างละ 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 23.10 และมากกว่า 60 ตัว จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.70

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวิธีการบริหารเงินทุน

ข้อมูลทั่วไป	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20. วิธีการบริหารเงินทุน				
20.1 ปล่อยเป็นเงินกู้ให้สมาชิก	33	21.60	0	0.00
20.2 ซื้อวัสดุอุปกรณ์จัดสรรให้สมาชิก	81	52.90	11	84.60
20.3 ทั้งสองอย่าง	24	15.70	2	15.40
20.4 อื่นๆ	15	9.80	0	0.00
รวม	153	100	13	100

จากตาราง 23 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการบริหารเงินทุน ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีวิธีการบริหารเงินทุนโดยการซื้อวัสดุอุปกรณ์จัดสรรให้สมาชิก จำนวน 81 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมาปล่อยเป็นเงินกู้ให้สมาชิก จำนวน 33 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 21.60 และทั้งสองอย่าง จำนวน 24 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.70 น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ เช่น การรับซื้อ จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อวัสดุอุปกรณ์จัดสรรให้สมาชิก จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 84.60 รองลงมาทั้งสองอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางสังคมที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้เพื่อศึกษาถึงผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก
 2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก
- ปรากฏผลดังนี้

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคมที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ทุนทางสังคม	N = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.89	0.54	มาก
2	ด้านความไว้วางใจ	3.71	0.57	มาก
3	ด้านบรรทัดฐาน/จารีต	3.50	0.69	มาก
4	ด้านการต่างตอบแทนกัน	3.57	0.67	มาก
5	ด้านเครือข่าย	3.47	0.61	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย		3.63	0.55	มาก

จากการศึกษาทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต และด้านต่างตอบแทนกัน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเครือข่ายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา คือ ด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.71$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยเห็นต่ำสุด คือ ด้านเครือข่าย ($\bar{X} = 3.47$)

เมื่อพิจารณาระดับของทุนทางสังคมเป็นรายด้าน (ภาคผนวก ข) ปรากฏผลดังนี้

1.1 ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง

1.2 ด้านความไว้วางใจ พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น

1.3 ด้านบรรทัดฐาน/จารีต พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มได้รับการลงโทษจากการทำผิดกฎระเบียบที่วางไว้ทุกครั้ง

1.4 ด้านการต่างตอบแทนกัน พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน

1.5 ด้านเครือข่าย พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มช่วยให้สมาชิกซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคาต่ำกว่าท้องตลาด

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคมที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ทุนทางสังคม	N = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.62	0.62	มาก
2	ด้านความไว้วางใจ	4.21	0.82	มาก
3	ด้านบรรทัดฐาน/จารีต	4.31	0.79	มาก
4	ด้านการต่างตอบแทนกัน	4.32	0.79	มาก
5	ด้านเครือข่าย	4.13	0.59	มาก
รวมเฉลี่ย		4.32	0.64	มาก

จากการศึกษาทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุนทางสังคมทุกด้าน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาระดับของทุนทางสังคมเป็นรายด้าน (ภาคผนวก ข) ปรากฏผลดังนี้

1.1 ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง และสมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และวิชาการใหม่ๆแก่สมาชิกเสมอ

1.2 ด้านความไว้วางใจ พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น

1.3 ด้านบรรทัดฐาน/จารีต พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สมาชิกใน

กลุ่มมีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้และกลุ่มจะดำเนินงานตามแผนการที่วางไว้ล่วงหน้าเสมอ

1.4 ด้านการต่างตอบแทนกัน พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มให้การช่วยเหลือ เกื้อกูลซึ่งกันและกันกับสมาชิกใน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน

1.5 ด้านเครือข่าย พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มช่วยให้สมาชิกขายสินค้าภายในกลุ่มได้ราคาที่สูงกว่าท้องตลาด

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ประเภทผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น	
		จำนวน	ร้อยละ
1	หัวหน้าหรือประธาน	51	33.30
2	รองหัวหน้าหรือรองประธาน	21	13.70
3	หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน	18	11.80
4	คณะกรรมการ	27	17.60
5	สมาชิกหรือพนักงาน	31	20.30
6	ไม่เป็นสมาชิก	5	3.30
รวมเฉลี่ย		153	100

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- depth Interview) พบว่าผู้ตอบสัมภาษณ์เป็นหัวหน้าหรือประธานมากที่สุด จำนวน 51 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 33.30

รองลงมาคือ สมาชิกหรือพนักงาน จำนวน 31 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.30 ส่วนผู้ตอบสัมภาษณ์ น้อยที่สุด คือ ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3.30

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ประเภทผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	พิษณุโลก	
		จำนวน	ร้อยละ
1	หัวหน้าหรือประธาน	6	46.20
2	รองหัวหน้าหรือรองประธาน	2	15.40
3	หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน	2	15.40
4	คณะกรรมการ	2	15.40
5	สมาชิกหรือพนักงาน	1	7.60
6	ไม่เป็นสมาชิก	0	0.00
รวมเฉลี่ย		13	100

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- depth Interview) พบว่า ผู้ตอบสัมภาษณ์เป็นหัวหน้าหรือประธานมากที่สุด จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา คือ รองหัวหน้าหรือรองประธาน หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน และคณะกรรมการ จำนวน อย่างละ 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15.40 ส่วนผู้ตอบสัมภาษณ์น้อยที่สุด คือ ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.60

หลักฐานที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าทุนทางสังคม โดยเฉพาะด้าน ข้อมูลข่าวสารมีส่วนสนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกดังแสดงในตาราง 28

ตาราง 28 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่ม ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น			พิษณุโลก		
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว		
1	<u>ข้อมูลทั่วไป</u>						
	- อาชีพหลัก	การทำนา	การทำนา	การทำนา	การทำนา		
	- อาชีพเสริม	การทอผ้า	การทอผ้า	การทอผ้า	การทอผ้า		
	- ตำแหน่งหน้าที่ภายในกลุ่ม	ประธาน	ประธาน	ประธาน	ประธาน		
	- สมาชิกในกลุ่มเป็นใคร มาจากที่ใดบ้าง	เป็นคนในครอบครัวและอยู่ในชุมชนเดียวกัน	เป็นคนในครอบครัวและอยู่ในชุมชนเดียวกัน	เป็นคนในครอบครัวและอยู่ในชุมชนเดียวกัน	เป็นคนในครอบครัวและอยู่ในชุมชนเดียวกัน		
- ทำไมจึงเลือกผลิตสินค้าชนิดนี้	เป็นสินค้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและได้รับการแนะนำจากผู้นำชุมชน	เป็นสินค้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและได้รับการแนะนำจากผู้นำชุมชน	เป็นสินค้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและได้รับการแนะนำจากผู้นำชุมชน	เป็นสินค้าที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและได้รับการแนะนำจากผู้นำชุมชน			
- มีความรู้พื้นฐานก่อนเป็นสมาชิกในกลุ่มหรือไม่	มีความรู้เดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีอบรมเพิ่มเติม	มีความรู้เดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีอบรมเพิ่มเติม	มีความรู้เดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีอบรมเพิ่มเติม	มีความรู้เดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีอบรมเพิ่มเติม			

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น			พิษณุโลก		
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว
	- มีเวลาทอม่ากน้อยเพียงใดในระยะ 1 ปี	4 – 5 เดือนภายหลังจากการเก็บเกี่ยว	4 – 8 เดือนภายหลังจากการเก็บเกี่ยว	6 – 10 เดือนภายหลังจากการเก็บเกี่ยว	ตลอดทั้งปีควบคู่กับการทำไร่ ทำสวน		
	- ในชุมชนมีกลุ่ม หรือ สมาคม หรือ องค์กรใดบ้าง	กลุ่มสหกรณ์ / กลุ่มออมทรัพย์	กลุ่มสหกรณ์ / กลุ่มออมทรัพย์	กลุ่มสหกรณ์ / กลุ่มออมทรัพย์ / กลุ่มแม่บ้าน	กลุ่มสหกรณ์ / กลุ่มออมทรัพย์ / กลุ่มแม่บ้าน		
	- มีการปรับปรุงสินค้าหรือไม่	หลายครั้ง หรือทำตามความต้องการตลาด	หลายครั้ง หรือทำตามความต้องการตลาด	หลายครั้งตามตั้งของลูกค้า	หลายครั้งและแตกต่างกันจากกลุ่มอื่น		
2	ข้อมูลทุนทางสังคม ด้านข้อมูลข่าวสาร - รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ OTOP จากแหล่งใด	วิทยุ โทรทัศน์ ผู้นำหมู่บ้าน และเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้คำแนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์ ผู้นำหมู่บ้าน และเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้คำแนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์ ผู้นำหมู่บ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้คำแนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์ ผู้นำหมู่บ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้คำแนะนำ และ เคยประชุมที่ พาณิชย์จังหวัด		
	- มีเจ้าหน้าที่ภาครัฐใดที่เข้ามาให้คำแนะนำเพิ่มเติม	ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. พัฒนาการอำเภอ	ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. พัฒนาการอำเภอ	ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. พัฒนาการอำเภอ	ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน อบต. พัฒนาการอำเภอ และ พาณิชย์จังหวัด		

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอบข่าย			พิษณุโลก	
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	
	- มีส่วนร่วมประชุมและรับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงานกลุ่มหรือไม่	ประธานเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น	ประธานเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น	ประธานหรือตัวแทนเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่เกี่ยวข้องจัด	ประธานหรือตัวแทนเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่เกี่ยวข้องจัด	
	<u>ด้านความไว้วางใจ</u> - มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบและมอบหมายงานในกลุ่มหรือไม่	มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายงานจากการเลือกตั้งและความเหมาะสม	มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายงานจากการเลือกตั้งและความเหมาะสม	มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายงานจากการเลือกตั้งและความเหมาะสม	มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายงานจากการเลือกตั้งและความเหมาะสม	
	- ประธานหรือคณะกรรมการดำรงตำแหน่งเป็นเวลาดังต่อไปนี้	มีการเลือกตั้งทุก 1-2 ปี	มีการเลือกตั้งทุก 1-2 ปี	มีการเลือกตั้งทุก 1-2 ปี	มีการเลือกตั้งทุก 1-2 ปี	
	- มีเครดิตที่กลุ่มได้รับหรือไม่	มีจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์การผลิตให้ส่วนลด	มีจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์การผลิตให้ส่วนลด	เครดิตจากผู้สั่งซื้อให้เงินลงทุนก่อน	เครดิตจากผู้สั่งซื้อให้เงินลงทุนก่อนและส่วนลดจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์	
	- มีการติดตามเงินกู้ยืมหรืออุปกรณ์หรือไม่	ไม่มี สมาชิกต้องคืนเงินหรืออุปกรณ์ทุก 1 ปี	ไม่มี สมาชิกต้องคืนเงินหรืออุปกรณ์ทุก 1 ปี	ไม่มี สมาชิกทุกคนปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและข้อตกลงของกลุ่ม	ไม่มี สมาชิกทุกคนปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและข้อตกลงของกลุ่ม	

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น		พิษณุโลก	
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว
	- การยอมรับนับถือของสมาชิกที่มีต่อผู้นำเป็นอย่างไร	มีความเสียสละ ยุติธรรม เอื้ออาทร ทำงานจริงจัง เสมอต้นเสมอปลาย	มีความเสียสละ ยุติธรรม เอื้ออาทร ทำงานจริงจัง เสมอต้นเสมอปลาย	มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ จริยใจ เชื่อถือ และมีน้ำใจ	มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ จริยใจ เชื่อถือ และมีน้ำใจ
	- ความเข้าใจระหว่างสมาชิกในกลุ่มเป็นอย่างไร	ให้การช่วยเหลือในการทำงานด้านการเงิน และเรื่องส่วนตัว	ให้การช่วยเหลือในการทำงานด้านการเงิน และเรื่องส่วนตัว	ให้การช่วยเหลือแก่ผู้ถูกกั้นในการทำงานด้านการผลิต	ให้การช่วยเหลือแก่ผู้ถูกกั้นในการทำงานด้านการผลิต
	<u>ด้านบรรทัดฐาน/จารีต</u> - สมาชิกปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างไร	ไม่ได้เป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญ แต่ยึดมติส่วนรวม	เป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญ และยึดมติส่วนรวมเป็นสำคัญ	ไม่ได้เป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญ แต่ยึดมติส่วนรวม	มีหลักปฏิบัติตาม ข้อตกลงกลุ่มและยึดมติส่วนรวม
	- มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกอย่างไร	สมาชิกทุกคนมีโอกาสเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมจากหน่วยงานที่จัดขึ้น	สมาชิกทุกคนมีโอกาสเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมจากหน่วยงานที่จัดขึ้น	สมาชิกทุกคนมีโอกาสเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมและการดูงานจากกลุ่มอื่นที่ประสบความสำเร็จ	สมาชิกทุกคนมีโอกาสเข้ารับการอบรมเพิ่มเติมและการดูงานจากกลุ่มอื่นที่ประสบความสำเร็จ

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น			พิษณุโลก	
		ระดับ 3 คาว	ระดับ 4 คาว	ระดับ 3 คาว	ระดับ 4 คาว	
	- สินค้าที่ผลิตและมีวิธีการตรวจสอบอย่างไร	ได้มาตรฐานเดิมและมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ จากยอดขาย	ได้มาตรฐานเดิมและมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ ตรวจสอบจากยอดขาย	ได้มาตรฐานเดิมและมีการปรับปรุงใหม่ๆ ตรวจสอบจากคำสั่งซื้อซ้ำ	ได้มาตรฐานเดิมและได้มีการปรับปรุงลดตายใหม่ๆ ตรวจสอบจากคำสั่งซื้อซ้ำ	
	- มีการวางแผนดำเนินงานและรับสมาชิกอย่างไร	หาตลาดเพิ่ม และสมาชิกมีพื้นฐานความรู้เดิม	หาตลาดเพิ่ม และสมาชิกมีพื้นฐานความรู้เดิม	หาตลาดเพิ่ม และสมาชิกมีพื้นฐานความรู้เดิม	หาตลาดเพิ่ม และสมาชิกมีพื้นฐานความรู้เดิม	
	<u>ด้านการต่างตอบแทน</u>					
	- ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาแบ่งรายได้อย่างไร	ตามจำนวนหุ้นที่ถือ	ตามจำนวนหุ้นที่ถือ	ตามจำนวนหุ้นที่ถือ	ตามจำนวนหุ้นที่ถือและปริมาณงานที่จำหน่าย	
	- สมาชิกมีสิทธิในการกู้ยืมเงินหรืออุปกรณ์ของกลุ่มหรือไม่	สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน	สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน	สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน	สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน	

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขอนแก่น			พิษณุโลก		
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว		
	- สมาชิกได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมหรือไม่	มีหน่วยเข้ามาจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสินค้า	มีหน่วยเข้ามาจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสินค้า	มีหน่วยเข้ามาจัดฝึกอบรมและสมาชิกได้มีโอกาสดูงานจากกลุ่มอื่น	มีหน่วยเข้ามาจัดฝึกอบรมและสมาชิกได้มีโอกาสดูงานจากกลุ่มอื่น		
	<u>ด้านเครือข่าย</u>						
	- แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการผลิตมาจากที่ใด	มาจากหลากหลายหน่วยงาน เช่น NGO อบรม. พัฒนาชุมชน จังหวัด และการรวมหุ้น	มาจากหลากหลายหน่วยงาน เช่น NGO อบรม. พัฒนาชุมชน จังหวัด และ การรวมหุ้น	มาจากหลากหลายหน่วยงาน เช่น NGO อบรม. พัฒนาชุมชน จังหวัด และ การรวมหุ้น	มาจากหลากหลายหน่วยงาน เช่น NGO อบรม. พัฒนาชุมชน จังหวัด และ การรวมหุ้น		
	- ตลาดมาจากแหล่งใดบ้าง	งานประจำปี งานแสดงสินค้า ได้รับการแจ้งจากกลุ่มอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ	งานประจำปี งานแสดงสินค้า ได้รับการแจ้งจากกลุ่มอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ	งานประจำปี งานแสดงสินค้า ได้รับการแจ้งจากกลุ่มอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ	งานประจำปี งานแสดงสินค้า ได้รับการแจ้งจากกลุ่มอื่นๆ และหน่วยงานของรัฐ		

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	axon แทน		พิษณุโลก	
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว
	- ความแน่นอนแต่ละเอียดเครือข่ายเป็นอย่างไร	มีลักษณะความสัมพันธ์ที่แน่นอนเป็นหลัก	มีลักษณะความสัมพันธ์ที่แน่นอนเป็นหลัก	ทำงานร่วมกับเครือข่าย	มีเครือข่ายรายย่อยของกลุ่มในกาการทำงาน
3	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ - หลังร่วมโครงการฯ มียอดจำหน่ายเป็นอย่างไร	มียอดขายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะงานแสดงสินค้า	มียอดขายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะงานแสดงสินค้า	มียอดขายขึ้นมากในงาน otop city มีผู้ตั้งชื่อเพิ่มมากขึ้น	มียอดขายมากขึ้นในงาน otop city มีผู้ตั้งชื่อเพิ่มมากขึ้น
	- หลังร่วมโครงการฯ มีการขยายตลาดเพิ่มหรือไม่	มีในจังหวัดตนเอง และมีบ้างในต่างจังหวัด	มีในจังหวัดตนเอง และมีบ้างในต่างจังหวัด	มีในจังหวัดตนเองและต่างจังหวัด รวมถึงกาขยายไปยังต่างประเทศ	มีในจังหวัดตนเองและต่างจังหวัด รวมถึงกาขยายไปยังต่างประเทศ
	- มีการระดมทุนเพิ่มเติมหรือไม่	ยังใช้ทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานกลุ่มและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเพิ่ม	ยังใช้ทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานกลุ่มและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเพิ่ม	ใช้เงินทุนหมุนเวียนในกลุ่ม และเพิ่มทุนเมื่อมีสินค้าที่ต้องผลิตเป็นจำนวนมาก	ใช้เงินทุนหมุนเวียนในกลุ่ม และเพิ่มทุนเมื่อมีสินค้าที่ต้องผลิตเป็นจำนวนมาก
	- รายได้จากกาจำหน่ายเพียงพอต่อการดำรงชีพหรือไม่	เป็นอาชีพเสริมที่เพียงพอ	เป็นอาชีพเสริมที่เพียงพอ	เป็นอาชีพเสริมที่เพียงพอ	เป็นอาชีพเสริมที่เพียงพอ

ที่	คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	ขออนแก่น			พิษณุโลก	
		ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 4 ดาว	
	- สมาชิกมีบทบาทอย่างไร	มีมากขึ้น และให้การช่วยเหลือกันดีทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ร่วมมือร่วมใจในการทำงาน	มีมากขึ้น และให้การช่วยเหลือกันดีทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ร่วมมือร่วมใจในการทำงาน	มีมากขึ้น และให้การช่วยเหลือกันดีทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ร่วมมือร่วมใจในการทำงาน	มีมากขึ้น และให้การช่วยเหลือกันดีทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ร่วมมือร่วมใจในการทำงาน	
	- บทบาทของวิทยากรจากหน่วยงานราชการเป็นอย่างไร	เป็นผู้ให้ความรู้เรื่องลดรายจ่าย การปรับปรุง และ การสนับสนุนด้านเงินทุน แนะนำการออกร้านขายตามงานต่างๆ	เป็นผู้ให้ความรู้เรื่องลดรายจ่าย การปรับปรุง และการสนับสนุนด้านเงินทุน แนะนำการออกร้านขายตามงานต่างๆ	ให้ผู้ข้อมูลในโครงการฯ ที่แนะนำในเรื่องตลาดเทคนิคการปรับปรุงการผลิต	ให้ผู้ข้อมูลในโครงการฯ ที่แนะนำในเรื่องตลาดเทคนิคการปรับปรุงการผลิต	

**ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่
แตกต่างกัน**

จากการศึกษาการเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคม พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 และ 4 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้าน สูงกว่า กลุ่มสินค้าของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ การต่างตอบแทนกัน และด้านเครือข่าย ของทั้งสองจังหวัดพบว่า ไม่แตกต่างกันปรากฏผลดังนี้

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับ
สินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.61	0.54	4.28	0.73	-3.33	0.00*
2	ระดับ 4 ดาว	3.72	0.61	4.37	0.55	-2.22	0.03*
รวมเฉลี่ย		3.63	0.55	4.32	0.64	-4.21	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 และ 4 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้านสูงกว่า กลุ่มของจังหวัดขอนแก่นอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านข้อมูลข่าวสาร ของโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.89	0.54	4.61	0.78	-3.50	0.01*
2	ระดับ 4 ดาว	3.90	0.54	4.63	0.27	-2.22	0.03*
รวมเฉลี่ย		3.89	0.54	4.62	0.62	-4.07	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ทุนทางสังคมด้านข้อมูลข่าวสาร โดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 และ 4 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมด้านข้อมูลข่าวสาร สูงกว่ากลุ่มสินค้าของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ ของโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.71	0.54	4.19	0.77	-2.35	0.02*
2	ระดับ 4 ดาว	3.73	0.77	4.25	0.98	-1.43	0.16
รวมเฉลี่ย		3.71	0.57	4.21	0.82	-2.89	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ โดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า

กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ สูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า ทั้งสองจังหวัดมีทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.47	0.69	4.21	0.95	-2.84	0.00*
2	ระดับ 4 ดาว	3.64	0.67	4.47	0.46	-2.59	0.01*
	รวมเฉลี่ย	3.50	0.69	4.31	0.79	-3.97	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ทุนทางสังคมด้านบรรทัดฐาน/จารีต โดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 และ 4 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมด้านบรรทัดฐาน/จารีต สูงกว่ากลุ่มสินค้าของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านการต่างตอบแทนกัน ของโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.53	0.66	4.29	0.73	-3.10	0.00*
2	ระดับ 4 ดาว	3.73	0.72	4.38	0.77	-1.84	0.07
รวมเฉลี่ย		3.57	0.67	4.32	0.71	-3.82	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ทุนทางสังคมด้านการต่างตอบแทนกัน โดยรวม ของจังหวัด
พิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับ
สินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมด้านการต่างตอบแทน
กัน สูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05
ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า ทั้งสองจังหวัดมีทุนทางสังคม ด้านการต่างตอบแทนกัน ไม่
แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบทุนทางสังคม ด้านเครือข่าย ของโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีระดับสินค้าแตกต่างกัน ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก

ที่	ระดับสินค้า	ขอนแก่น		พิษณุโลก		t	p-value (2-tailed)
		(n=153)		(n=13)			
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1	ระดับ 3 ดาว	3.44	0.58	4.13	0.63	-3.16	0.00*
2	ระดับ 4 ดาว	3.59	0.68	4.13	0.61	-1.64	0.11
รวมเฉลี่ย		3.47	0.61	4.13	0.59	-3.72	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า ทูทางสังคมด้านเครือข่าย โดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่า จังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมด้านเครือข่าย สูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า ทั้งสองจังหวัดมีทุนทางสังคม ด้านเครือข่าย ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
p-value	แทน	Probability value
SE _b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
SE _{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการประมาณการ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of correlation)
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (Coefficient of Determination)
adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจที่ปรับดีกรีอิสระ
a	แทน	ค่าคงที่ของการพยากรณ์
Social capital	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคม
Info	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคมด้านข้อมูลข่าวสาร
Trust	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ
Norm	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคมด้านบรรทัดฐาน/จารีต
Recip	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคมด้านต่างตอบแทน

Net	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทุนทางสังคมด้าน เครือข่าย
Sales	แทน	ยอดขาย
Level	แทน	ระดับสินค้า
Fund	แทน	จำนวนทุน
Member	แทน	จำนวนสมาชิก
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และจำนวนสมาชิก โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวอิสระกับตัวแปรตาม ดังนี้

- H₁ ทุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ กับยอดขาย
- H₂ ทุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ กับระดับสินค้า
- H₃ ทุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ กับจำนวนทุน
- H₄ ทุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ กับจำนวนสมาชิก

สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม คือ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \varepsilon_i$$

เมื่อ	Y	แทน	ตัวแปรตาม คือ ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และจำนวนสมาชิก
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง 5
	X_1, X_2, X_3, X_4, X_5	แทน	ตัวแปรอิสระ คือ Information, Trust, Norm, Networking, Reciprocity
	ε_i	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
	i	แทน	จำนวนตัวอย่าง ตัวที่ 1 ถึง 166

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ทุนทางสังคม ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) ด้านความไว้วางใจ (Trust) ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm) ด้านการต่างตอบแทนกัน (Reciprocity) ด้านเครือข่าย (Networking)

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยอดขาย (Sales) ระดับสินค้า (Level) จำนวนทุน (Fund) และจำนวนสมาชิก (Member)

จากการวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อนแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 35 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม กับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ทุนทางสังคม	0.55	0.13	0.00*
R ² = 0.095 adjusted R ² = 0.090 a = -0.104 F = 17.247 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับยอดขาย (Sales) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R² มีค่าเท่ากับ 0.095 และ adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.090 ได้สมการประมาณการความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย (Sales) ดังนี้

$$\text{Sales} = -0.10 + 0.55 \text{ Social capital}^*$$

$$(t) \quad (-0.21) \quad (4.15)$$

$$\text{adjusted } R^2 = 0.095, n=166$$

ตาราง 36 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม กับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับสินค้า

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ทุนทางสังคม	0.07	0.05	0.14
$R^2 = 0.013$ $\text{adjusted } R^2 = 0.007$ $a = 0.923$ $F = 2.125$ (p-value= 0.147)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ทุนทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับระดับสินค้า (Level) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.013 และ adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.007

ตาราง 37 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม กับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนทุน

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ทุนทางสังคม	0.09	0.10	0.37
$R^2 = 0.005$ $\text{adjusted } R^2 = -0.001$ $a = 1.086$ $F = 0.786$ (p-value=0.376)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ทุนทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนทุน (Fund) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.005 และ adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ -0.001

ตาราง 38 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม กับความสำเร็จของ
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ทุนทางสังคม	0.52	0.11	0.00*
R ² = 0.114 adjusted R ² = 0.109 a = -0.008 F = 21.204 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิก (Member) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R² มีค่าเท่ากับ 0.114 และ adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.109 ได้สมการประมาณการความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก (Member) ดังนี้

$$\text{Member} = -0.008 + 0.52\text{Social capital}^*$$

(t) (-0.01) (4.60)

$$\text{Adjusted R}^2 = 0.109, n=166$$

จากตาราง 35 – 38 แสดงผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวมมีความสัมพันธ์กับยอดขาย และจำนวนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น อาจจะสรุปได้ว่าตัวแปรด้านยอดขาย และจำนวนสมาชิก น่าจะเป็นตัวแทนของความสำเร็จที่ดีที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายด้านของทุนทางสังคม พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับยอดขาย และจำนวนสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ภาคผนวก ค) จึงทำการวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อนดังแสดงในตาราง 39

ตาราง 39 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ กับ
ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ด้านความไว้วางใจ	0.60	0.12	0.00*
R ² = 0.121 adjusted R ² = 0.115 a = -0.330 F = 22.516 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับยอดขาย (Sales) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R² มีค่าเท่ากับ 0.121 และ adjusted R² มีค่าเท่ากับ 0.115 ได้สมการประมาณการความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย (Sales) ดังนี้

$$\text{Sales} = -0.33 + 0.60 \text{ Trust}^*$$

$$(t) \quad (-0.68) \quad (4.74)$$

$$\text{Adjusted R}^2 = 0.115, n=166$$

ตาราง 40 การวิเคราะห์เส้นถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ กับ
ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ด้านความไว้วางใจ	0.49	0.12	0.00*
R ² = 0.108 adjusted R ² = 0.103 a = 0.071 F = 19.934 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

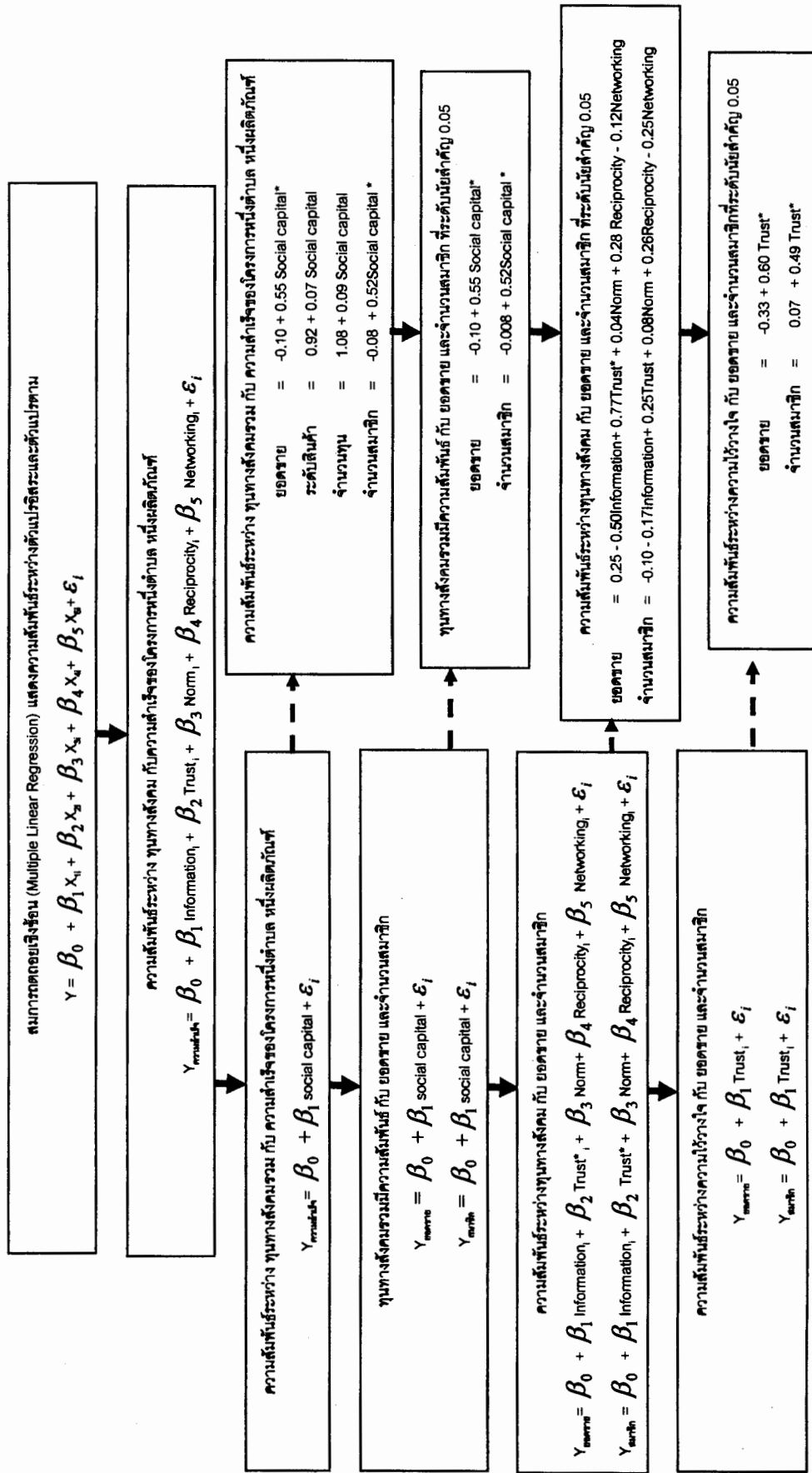
จากตาราง 40 พบว่า ทูทางสังคม ด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิก (Member) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.108 และ adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.103 ได้สมการประมาณการความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก (Member) ดังนี้

$$\text{Member} = 0.07 + 0.49 \text{ Trust}^*$$

$$(t) \quad (0.16) \quad (4.46)$$

$$\text{adjusted } R^2 = 0.103, n=166$$

ขั้นตอนในการเลือกสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้



ภาพ 1 การเลือกสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จโดยกำหนดตัวแปรดังนี้ Social capital = ทุนทางสังคม,

Information = ข้อมูลข่าวสาร, Trust = ความไว้วางใจ, Norm = บรรทัดฐาน/จารีต, Reciprocity = การต่างตอบแทนกัน, Networking = เครือข่าย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการศึกษา พบว่า สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปีพ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม แบ่งเป็น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ปรากฏผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต และด้านต่างตอบแทนกัน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเครือข่ายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร รองลงมา คือ ด้านความไว้วางใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยเห็นต่ำสุด คือ ด้านเครือข่าย

ส่วนในจังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุนทางสังคมทุกด้าน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคม พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้านสูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า จังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมสูงกว่า จังหวัดขอนแก่น ในด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบรรทัดฐาน/จารีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ ด้านต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย ของทั้งสองจังหวัดพบว่า ไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก ด้านยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก พบว่า เฉพาะทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับยอดขาย และจำนวนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง เรื่อง “ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก” แบ่งงานวิจัยออกเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ตามเอกสารประกอบการวิจัยโดยศึกษาจากประชากรที่เป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปีพ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม แบ่งเป็น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอ ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายและวิเคราะห์ผล
4. ข้อเสนอแนะ

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและบันทึกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาถึงผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก
3. เพื่อเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม และผลการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม แบ่งเป็น ระดับสินค้า 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 80.40 และระดับสินค้า 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 19.60 ส่วนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนทั้งหมด 13 กลุ่ม แบ่งเป็นระดับสินค้า 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 61.50 และระดับสินค้า 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 38.50 สมาชิกของทั้งสองจังหวัด พบว่า เป็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยในจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 93.50 และจังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 92.30

สมาชิกของกลุ่มในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 ส่วนในจังหวัดพิษณุโลก มีอายุตั้งแต่ 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.80 และยังพบว่าสมาชิกของทั้งสองจังหวัดส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับประถมศึกษาโดยขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 70.60 และพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 61.50

ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตทั้งสองจังหวัด พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร โดยจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 80.40 ส่วนกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 84.60 ซึ่งสมาชิกจะรวมกลุ่มเพื่อทำการผลิตสินค้าภายหลังจากฤดูเก็บเกี่ยว ส่วนรายได้ของสมาชิกทั้งสองจังหวัดซึ่งเป็นรายได้ที่มาจากอาชีพเกษตรกรในแต่ละปี พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ก่อนเป็นสมาชิกต่ำกว่า 5,000 บาท โดยจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 88.90 และพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 84.60 ส่วนรายได้หลังเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นรายได้รวมของทุกคนที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม ของทั้งสองจังหวัดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 81.70 และจังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 92.30

สมาชิกทุกกลุ่มของทั้งสองจังหวัดมีความรู้เดิมในการประกอบอาชีพจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และทำการผลิตตามบ้านของสมาชิกในกลุ่ม โดยจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 85.60 จังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 61.50 ซึ่งสมาชิกทุกคนสามารถยืมอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการผลิตทุกประเภทไปทำการผลิตที่บ้านได้ ส่วนสินค้าของกลุ่มที่ผลิตได้ในจังหวัดขอนแก่นนำไป

จำหน่ายตามงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานกาชาดประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 64.70 ส่วนจังหวัดพิษณุโลกจะจำหน่ายตามร้านค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 53.80 ในแต่ละปีจังหวัดขอนแก่นจะมียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.80 ส่วนจังหวัดพิษณุโลกมียอดขายเฉลี่ยปีละ 100,001 - 500,000 บาท

จำนวนเงินทุนที่จดทะเบียนภายในกลุ่มซึ่งมาจากการรวมหุ้นของสมาชิกทุกคน และเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและเอกชน โดยกลุ่มในจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.10 ส่วนในจังหวัดพิษณุโลก มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.10 ในด้านระยะเวลาดำเนินงานนับตั้งแต่การจัดตั้งกลุ่ม ในจังหวัดขอนแก่น มีระยะเวลาดำเนินงานต่ำกว่า 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.00 สำหรับในจังหวัดพิษณุโลกมีระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่ 6 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.80 จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มของจังหวัดขอนแก่นเป็นกลุ่มขนาดเล็กมีสมาชิกระหว่าง 21-40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ส่วนในจังหวัดพิษณุโลกเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่มีจำนวนสมาชิกระหว่าง 41 - 60 คน ในแต่ละปีกลุ่มมีการจัดการประชุมเพื่อปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ รวมทั้งสื่อสารข้อมูลให้สมาชิกได้ทราบ ซึ่งจำนวนครั้งที่เข้าประชุมของสมาชิกในจังหวัดขอนแก่น มีจำนวนระหว่าง 11-15 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 34.60 และเนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกใช้วิธีประกาศตามหอกระจายข่าวในหมู่บ้านจึงทำให้การประชุมแต่ละปีมีจำนวนต่ำกว่า 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.90

ในด้านแหล่งเงินทุนสนับสนุนที่ภายหลังการจัดตั้งกลุ่ม ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า แหล่งเงินทุนที่สำคัญมาจากหลากหลายหน่วยงาน เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) หน่วยงานของรัฐ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 30.10 ส่วนในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คิดเป็นร้อยละ 53.80 ซึ่งแหล่งเงินทุนสนับสนุนดังกล่าวของทั้งสองจังหวัด มีจำนวนต่ำกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.70 และ 84.60 ตามลำดับ ในจำนวนเงินทุนนั้นทั้งสองจังหวัดมีวิธีการบริหารเงินทุน โดยการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การผลิตจัดสรรให้สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 52.90 และ 84.60 ปัจจุบันกลุ่มมีจำนวนอุปกรณ์ (ก) และเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตภายในกลุ่มของทั้งสองจังหวัดมีจำนวนอุปกรณ์ต่ำกว่า 21 ตัว คิดเป็นร้อยละ 58.80 และ 46.20 ตามลำดับ

2. การศึกษาถึงผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลก สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและ

เครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต และด้านต่างตอบแทนกัน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเครือข่ายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร รองลงมา คือ ด้านความไว้วางใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยเห็นต่ำสุด คือ ด้านเครือข่าย

เมื่อพิจารณาระดับของทุนทางสังคมเป็นรายด้าน (ภาคผนวก ข) ปรากฏผลดังนี้

1. ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง

2. ด้านความไว้วางใจ พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ด้านบรรทัดฐาน/จารีต พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มได้รับการลงโทษจากการทำผิดกฎระเบียบที่วางไว้ทุกครั้ง

4. ด้านการต่างตอบแทนกัน พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน

5. ด้านเครือข่าย พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มช่วยให้สมาชิกซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพิษณุโลก

ผลการศึกษาทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและ

เครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทูทางสังคมทุกด้าน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาระดับของทูทางสังคมเป็นรายด้าน (ภาคผนวก ข) ปรากฏผลดังนี้

1. ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง และสมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และวิชาการใหม่ๆแก่สมาชิกเสมอ

2. ด้านความไว้วางใจ พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ด้านบรรทัดฐาน/จารีต พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้และกลุ่มจะดำเนินงานตามแผนการที่วางไว้ล่วงหน้าเสมอ

4. ด้านการต่างตอบแทนกัน พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มให้การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันกับสมาชิกใน ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน

5. ด้านเครือข่าย พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มช่วยให้สมาชิกขายสินค้าภายในกลุ่มได้ราคาที่สูงกว่าท้องตลาด

3. การเปรียบเทียบผลของทูทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน

จากการศึกษา การเปรียบเทียบผลของทูทางสังคม พบว่า ทูทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณา

ที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้านสูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า จังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมสูงกว่า จังหวัดขอนแก่น ในด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบรรทัดฐาน/จารีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ ด้านต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย ของทั้งสองจังหวัดพบว่า ไม่แตกต่างกัน

4. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก พบว่า ยอดขาย และ จำนวนสมาชิก มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระดับสินค้า และจำนวนทุนไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคม

จากการวิจัยและการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยภาพรวม ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ทุนทางสังคมรวมมีความสัมพันธ์กับ ยอดขาย และจำนวนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นอาจจะสรุปได้ว่าตัวแปรด้าน ยอดขาย และจำนวนสมาชิก น่าจะเป็นตัวแทนของความสำเร็จที่ดีที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายด้านของทุนทางสังคม พบว่า ความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับ ยอดขาย และจำนวนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- depth Interview) พบว่า ผู้ตอบสัมภาษณ์ของทั้งสองจังหวัดเป็นหัวหน้าหรือประธานมากที่สุด โดยจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือ สมาชิกหรือพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ส่วนผู้ตอบสัมภาษณ์น้อยที่สุด คือ ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 3.30 ส่วนจังหวัดพิษณุโลก พบว่า พบว่า ผู้ตอบสัมภาษณ์เป็นหัวหน้าหรือประธานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาคือ รองหัวหน้าหรือรองประธาน หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน และคณะกรรมการ คิดเป็นร้อยละ 15.40 ส่วนผู้ตอบสัมภาษณ์น้อยที่สุด คือ ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 7.60

สรุปผลการวิจัยโดยรวม

จากผลการศึกษา พบว่า สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก ทุกกลุ่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับประเทศในปีพ.ศ.2547 จำนวน 166 กลุ่ม แบ่งเป็น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 153 กลุ่ม และจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 13 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ปรากฏผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านความไว้วางใจ ด้านบรรทัดฐาน/จารีต และด้านต่างตอบแทนกัน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเครือข่ายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร รองลงมา คือ ด้านความไว้วางใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยเห็นต่ำสุด คือ ด้านเครือข่าย

ส่วนในจังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุนทางสังคมทุกด้าน มีผลต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคม พบว่า ทุนทางสังคมโดยรวม ของจังหวัดพิษณุโลก สูงกว่าจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาที่ระดับสินค้า พบว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาว ของจังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมทุกด้านสูงกว่า กลุ่มสินค้าในระดับ 3 ดาวของจังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มสินค้าในระดับ 4 ดาว พบว่า จังหวัดพิษณุโลกมีทุนทางสังคมสูงกว่า จังหวัดขอนแก่น ในด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านบรรทัดฐาน/จารีต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ ด้านต่างตอบแทน และด้านเครือข่าย ของทั้งสองจังหวัดพบว่า ไม่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก ด้านยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก พบว่า เฉพาะทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับยอดขาย และจำนวนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายและวิเคราะห์ผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญนำมาอภิปรายและวิเคราะห์ผลดังนี้

1. ผลของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าและ

เครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของรัฐกร ก้อนแก้ว (2547 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนประกอบด้วยทุนทางสังคม ได้แก่ ความไว้วางใจ บรรทัดฐาน เครือข่าย ซึ่งมีบทบาทต่อการดำเนินงานธุรกิจชุมชน คือ บทบาทในการช่วยลดต้นทุนการกำกับดูแล (monitoring cost) และต้นทุนทางธุรกรรม (transaction cost) บทบาทในการสร้างให้เกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมของสมาชิก (coordinating activities) บทบาทในด้านการผลิตและการตลาด และยังสอดคล้องกับแนวคิดของไพพานิ เหลืองภัทรเชวง (2547 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ในการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง หมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จนั้นมีทุนทางสังคม ได้แก่ ด้านเครือข่าย ด้านบรรทัดฐาน ด้านความเชื่อใจเป็นปัจจัยที่สำคัญ

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน อภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านข้อมูลข่าวสาร ทั้งสองจังหวัด พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ นิวัฒน์ มาศวรรณา (2541: 36) ที่กล่าวว่า การสื่อสารสัมพันธ์กันของบุคคลในกลุ่มสมาชิกสถาบันเกษตรกรนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นมากเพราะในกลุ่มหรือในสังคมใดก็ตามหากขาดการสื่อสารสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิก กลุ่มหรือสังคมนั้นก็อาจดำรงอยู่ได้ ความเป็นกลุ่มสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสมาชิกมีการติดต่อสัมพันธ์กันลักษณะการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการติดต่อสื่อสารกันสม่ำเสมอ การสื่อสารพูดคุยเจรจา การประชุมปรึกษาหารือ และสื่อสารโดยตรงถึงผู้รับสาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จ

1.2 ด้านความไว้วางใจ ทั้งสองจังหวัด พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Putnam, Robert (1993) ที่ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการเกิดทุนทางสังคมเริ่มจากการ ที่ประชาชนมีค่านิยมที่ตีรวมกัน อาทิ มีความไว้วางใจกัน มีความเคารพกฎหมาย ผู้นำมี ความซื่อสัตย์ มีความโปร่งใส มีความเป็นธรรมเสมอภาค ทำให้ความสัมพันธ์ของประชาชนในสังคมเป็นไปในทางที่ดีและนำไปสู่ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน เช่น ระดับความเจริญทางเศรษฐกิจและคุณภาพของสถาบันในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีมากกว่าในภาคใต้เป็นผลมาจากการมีระดับความเชื่อถือไว้วางใจและการเกื้อกูลกัน (Norm of trust and reciprocity) และเครือข่ายชุมชน (Civic engagement) ที่มีมากกว่า

1.3 ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ทั้งสองจังหวัด พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้า

สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ สอดคล้องกับแนวคิดของ รัฐกร ก้อนแก้ว (2547: 87) ที่กล่าวว่า บรรทัดฐาน การถ่ายทอดความรู้ และบรรทัดฐานการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่ม หากสมาชิกยึดถือบรรทัดฐานทั้งสองประการนี้ในการทำงานแล้ว จะช่วยลดพฤติกรรมที่เห็นแก่ตัว (opportunistic behavior) ของสมาชิก ช่วยเสริมสร้างความมุ่งมั่น ตั้งใจร่วมกัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

1.4 ด้านการต่างตอบแทนกัน ทั้งสองจังหวัด พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ อานันท์ กาญจนพันธ์ (2541: 6) ที่กล่าวว่า การต่างตอบแทนกัน (Reciprocity) เป็นการระดมทุนสังคมที่ยึดกฎเกณฑ์พันธะทางสังคมในต่างตอบแทน เป็นกลไกในการสร้างความร่วมมือเพื่อกิจกรรมต่างๆ เช่นการระดมแรงงานเพื่อกิจกรรมส่วนรวมของชุมชน หลักการนี้จะเน้นความเท่าเทียมกันซึ่งเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคง

1.5 ด้านเครือข่าย พบว่า มีผลต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ ไพพาณี เหลืองภัทรเชวง (2547 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ในหมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จนั้นมีทุนทางสังคมด้านเครือข่าย คือ มีความสนิทสนมเหนียวแน่น มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีความสัมพันธ์การต่างตอบแทนกัน

2. การเปรียบเทียบผลของทุนทางสังคมที่มีต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น และพิษณุโลกซึ่งวัดด้วยระดับสินค้าที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า สินค้าที่อยู่ในระดับ 3 และ 4 ดาว ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดขอนแก่นและพิษณุโลก มีทุนทางสังคม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นจากขนาดของกลุ่ม โดยในจังหวัดขอนแก่นเป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก ส่วนกลุ่มที่อยู่ในจังหวัดพิษณุโลกเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งการที่จำนวนสมาชิกเข้าร่วมมากเท่าใดความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมก็มีโอกาสขยายมากขึ้น การให้ความคิดเห็น ตลอดจนการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547 : หน้า 76) ที่กล่าวว่า ยิ่งชาวบ้านให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมมากเท่าใดความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมก็มีโอกาสขยายมากขึ้น การให้ความคิดเห็น ตลอดจนการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน การระดมทุนเพิ่มขึ้น

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ยอดขาย ระดับสินค้า จำนวนทุน และ จำนวนสมาชิก

เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน อภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 ยอดขาย พบว่า มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ สายงานสังคมศาสตร์ โครงการวิจัยระบบฟาร์ม (2529: บทความย่อ) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ คือ การมีประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก มีความซื่อสัตย์และไว้วางใจต่อกัน

3.2 จำนวนสมาชิก พบว่า มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคม ด้านความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งความไว้วางใจแสดงออกให้เห็นโดยการที่สมาชิกมีความไว้วางใจระหว่างกัน ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นจากการยอมรับ นับถือที่มีต่อผู้นำ ฝ่ายผู้นำที่สะท้อนภาพตัวเองให้สมาชิกมองเป็น คือ ความสามารถ เสียสละ และเสมอต้นเสมอปลาย ส่วนการตอบแทนกันแสดงออกจากการที่สมาชิกได้รับการถ่ายทอดความรู้จากการฝึกอบรม การรวบรวมผลผลิตเพื่อการจำหน่ายทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง "ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก" ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ทางเลือกในการมุ่งที่จะบรรเทาปัญหาความยากจนที่เกิดขึ้นในชุมชน และมุ่งใช้คนในชุมชนเกิดการรวมกลุ่มกัน เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน อันจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นในการดำเนินงานเบื้องต้นสิ่งสำคัญ คือ ผู้นำที่พร้อมจะวางแผนในกิจกรรม โดยนับตั้งแต่การคิดว่าจะผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และที่สำคัญคือผลิตเพื่อใคร พร้อมกันนี้ผู้นำชุมชนที่ดีควรมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งทุนทางสังคมที่มีอยู่ในกลุ่มให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะการสะสมทุนทางสังคมที่เป็นของกลุ่มสมาชิคนั้นประสบความสำเร็จได้ด้วยการพึ่งตนเอง นอกจากนี้สมาชิกก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินกิจกรรมในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการดำเนินงานกลุ่มจะทำให้สมาชิกรู้สึกได้ถึงความเป็นเจ้าของกลุ่มนั้น และพร้อมที่จะให้ความ

ร่วมมือเพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ ดังนั้นสมาชิกถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ นอกเหนือจากผู้นำ

การดำเนินงานกลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากเน้นการพึ่งตนเองแล้ว การสร้างเครือข่ายยังเอื้อประโยชน์และส่งผลต่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดของกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากการวางแผนร่วมกันในระดับเครือข่าย ทั้งในด้านการผลิต ช่องทางการตลาด และการดำเนินกิจกรรม ที่เชื่อมโยงในเครือข่ายนั้น ทำให้ลดต้นทุนการดำเนินงานและสามารถสร้างรายได้ที่ดีกว่า ซึ่งการสร้างเครือข่ายจำเป็นต้องทำจากระดับขนาดเล็กจนถึงระดับขนาดใหญ่

2. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

ควรมีหน่วยงานของรัฐที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด ด้านการเงินและด้านการเรียนรู้ของสมาชิก และคณะกรรมการกลุ่ม เพื่อสร้างมาตรการส่งเสริมทางด้านการตลาดให้ทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เช่น การเผยแพร่ด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อหลาย ๆ ด้าน และอาจนำเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งอาจเกิดความสนใจเพิ่มมากขึ้น มาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนด้านการเงินและการเรียนรู้ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพึ่งตนเอง เพื่อให้สมาชิกและคณะกรรมการกลุ่มทั้งหมดมีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานของกลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรมพัฒนาชุมชน ซึ่งมีบทบาทเป็นผู้นำอยู่ในหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุด เพื่อเป็นการเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งทุนทางสังคม ควรมีหลักสูตรในการฝึกอบรมนักพัฒนาชุมชน และผู้นำชุมชน ให้ทราบถึงบทบาทและความสำคัญของทุนทางสังคมที่มีอยู่ และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานกลุ่มและโครงการ

กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งที่ประสบผลสำเร็จและไม่ประสบผลสำเร็จ ควรส่งเสริมและให้ความสำคัญกับทุนทางสังคมด้านความไว้วางใจ จะทำให้กลุ่มมีความได้เปรียบทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด มีผลต่อความสำเร็จในด้านการเพิ่มยอดขายและจำนวนสมาชิก ดังนั้นกลุ่มและชุมชนอื่นจึงควรนำปัจจัยทุนทางสังคมไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่อไป

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวอย่างกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาในลักษณะแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในพื้นที่และสภาพการดำเนินงาน แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาการศึกษา อีกทั้งการศึกษายังอาจจะไม่ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากนัก ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัย ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลให้การดำเนินงาน ประสบผลสำเร็จ เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ ดำเนินกิจกรรม ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาชุมชน. (2546). เอกสารชุดคู่มือการดำเนินงาน "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์".
กรุงเทพฯ: เอ ที เอน โปรดักชั่น.
- กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กรมการพัฒนาชุมชน. (2545). เอกสารการดำเนินงาน "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์". กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- จุมพล นิมพานิชย์. (2526). สังคมและวัฒนธรรม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ป.สัมพันธ์พานิชย์.
- ใจมานัส พลอยดี. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนเปรียบเทียบภาพรวมและภาพย่อย (อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช). วิทยานิพนธ์ ศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ จิตรวัฒนา. (2546). พัฒนาการทุนทางสังคมของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านโป่งคำ ตำบลคูพงษ์ อำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน. ในบทความวิจัยวิทยานิพนธ์พาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2546. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิวัฒน์ มาศวรรณ. (2541). สถาบันเกษตรกร. ขอนแก่น: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2539). แนวคิดการประหยัดและการไม่ประหยัดต่อขนาด. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภากร โล่ทองคำ. (2522). การสอนกลุ่มสัมพันธ์ในโรงเรียน. นครราชสีมา: ภาควิชาหลักสูตรการสอน คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยครูนครราชสีมา.
- ประเวศ ะสี. (2541). ประชาคมตำบล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- เพ็ญพราว พิมพ์สอน. (2541). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการเกษตรในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม. (2542). ชุมชนเข้มแข็ง ทุนทางสังคมไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม และธนาคารออมสิน.
- ไพพาณี เหลืองภัทรเชวง. (2547). ทุนทางสังคมกับการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง: ศึกษากรณี หมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จกับหมู่บ้านที่ประสบความล้มเหลว. ภาควิชา ศ.ม., สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (ไม่ปรากฏวันที่ เดือน ปี ที่เผยแพร่). โครงการอบรม "การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS for windows สำหรับงานวิจัยทางการพยาบาล". สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2549. จาก http://intraserver.nurse.cmu.ac.th/mis/download/publication/463_file.pdf
- รัฐกร ก้อนแก้ว. (2547). ทุนทางสังคมกับความสำเร็จของธุรกิจชุมชน. ภาคนิพนธ์ ศ.ม., สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรฤดี โรมรัตน์พันธ์และคณะ. (2546). รายงานวิจัยโครงการศึกษาทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยการผลิตของเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโท. ศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สายงานสังคมศาสตร์ โครงการวิจัยระบบฟาร์ม. (2529). รายงานการวิจัยเรื่องกลุ่ม:ศึกษาเฉพาะกรณี บ้านหินลาด. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมศักดิ์ อนุพันธ์. (2535). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรเพื่อการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจชุมชนแออัด กรณีศึกษา:เครดิตยูเนียนชุมชนฟ้าใหม่. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สินันท์ นัททิจจามร. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุรพล กาญจนะจิตรา และประภาส ศิลปะระดม. (2529). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน.
- สุรพล กาญจนะจิตรา. (2528ก). รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยและประเมินผล กองการพัฒนารัฐบาล.
- สุรพล กาญจนะจิตรา. (2528ข). รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในความสำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยและประเมินผล กองการพัฒนารัฐบาล.
- อดุลย์ อภินันท์. (2546). การพัฒนาชนบท เน้นการพัฒนาผู้นำกลุ่ม. ขอนแก่น: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อรุณ รักธรรม. (2523). การพัฒนาองค์กร: การสร้างการทำงานเป็นทีม. กรุงเทพฯ: แสงรุ่งการพิมพ์.

- อานันท์ กาญจนพันธ์. (2541). การระดมทุนเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- อุดม บัวเกษ. (2548). การสำรวจทุนทางสังคมในอำเภอวังหินจังหวัดศรีสะเกษ. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (พัฒนาสังคม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Coleman S. James. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95- 120.
- Fukuyama, F. (1995). Trust: the Social Virtues and the Creation of Prosperity. London: Penguin.
- Narayan D. & Pritchett L. (1997). "Bond and Bridges: Social Capital and Poverty." Policy Research Working Paper No 2167, World Bank, PREM, August.
- Putnam, Robert D. (1993). Making Democracy Work: Civic Traditions in Rural Italy. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Adler, P. S. , & Seok-Woo Kwon. (2000). Social Capital: Social The Good, the Bad, and the Ugly. Knowledge and Social Capital: Foundations and Application. Eric L. Lesses, ed. Butterworth Heinemann, p 89-115.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

การวิจัยเรื่องทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดพิษณุโลก แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ของนางสาวพิมพ์รัตน์ ผาคำ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามสภาพที่เป็นจริง โดยข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ จะถูกนำไปใช้ในเชิงวิชาการเท่านั้น ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าข้อความและเขียนคำตอบลงในช่องว่างตรงกับสภาพความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ชื่อกลุ่ม.....ชื่อหมู่บ้าน.....

เลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1.2 ระดับดาว

() 1 ดาว () 2 ดาว () 3 ดาว () 4 ดาว

1.3 เพศ () ชาย () หญิง

1.4 อายุ.....ปี

1.5 สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง/หม้าย

1.6 ระดับการศึกษาสูงสุด

() ไม่ได้รับการศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา
() ปวช./ปวส. ()ปริญญาตรี () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.7 อาชีพหลักของท่าน (ก่อนเป็นสมาชิก)

- () รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย () เกษตรกรรม
 () รับจ้างทั่วไป () อาสาสมัครชุมชน
 () ตัดเย็บเสื้อผ้า () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.8 รายได้ต่อเดือนที่ท่านได้รับก่อนเป็นสมาชิก

- () ไม่มีรายได้ () มีรายได้ไม่แน่นอน
 () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001-10,000 บาท
 () 10,001-20,000 บาท () มากกว่า 20,000 บาท

1.9 รายได้ต่อเดือนที่ท่านได้รับหลังเป็นสมาชิก

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001-20,000 บาท
 () 20,001-30,000 บาท () มากกว่า 30,000 บาท

1.10 ท่านมีความรู้เดิมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพที่รวมกลุ่มอยู่ในขณะนี้หรือไม่

- () มี () ไม่มี (ท่านได้ความรู้มาจาก.....)

1.11 สถานที่ตั้งทำการกลุ่มอาชีพ

- () บ้านของหัวหน้ากลุ่ม () บ้านของสมาชิกในกลุ่ม
 () สถานที่ภายในชุมชน เช่น วัด โรงเรียน () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.12 สถานที่จำหน่ายของกลุ่มอาชีพ (จำหน่ายมากที่สุด)

- () ที่ทำการของกลุ่ม () ส่งตามร้านค้าปลีก
 () ไม่มีสถานที่แน่นอน () ส่งโรงงานอุตสาหกรรม
 () งานเทศกาล () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.13 ยอดขาย.....บาท/ปี

1.14 จำนวนทุนเริ่มต้น.....บาท

1.15 ระยะเวลาดำเนินงานภายในกลุ่ม.....ปี

1.16 ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกภายในกลุ่ม.....คน

1.17 จำนวนครั้งที่เข้าร่วมกิจกรรมหรือเข้าร่วมประชุมในระยะเวลา 1 ปี.....ครั้ง

1.18 ภายหลังจากดำเนินงาน กลุ่มได้มีการขอรับเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นหรือไม่

- () มี (ถ้ามีโปรดระบุ.....จำนวน.....บาท)
 () ไม่มี

1.19 จำนวนอุปกรณ์ (เครื่องจักร เครื่องมือ กี่).....ตัว

1.20 วิธีการบริหารเงินทุน

- () ปล่อยเป็นเงินกู้ให้สมาชิก () ซื้อวัสดุอุปกรณ์จัดสรรให้สมาชิก
() ทั้งสองอย่าง () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 ด้านข้อมูลข่าวสาร					
2.1.1 กลุ่มแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง					
2.1.2 กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และวิชาการใหม่ ๆ แก่สมาชิกเสมอ					
2.1.3 กลุ่มมีการประสานงาน,ประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มกับภายนอกอย่างต่อเนื่อง					
2.1.4 กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง					
2.1.5 สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน					
2.1.6 สมาชิกในกลุ่มได้รับฟังข่าวสารจากกรมพัฒนาชุมชนและสื่อมวลชนต่าง ๆ					
2.1.7 กลุ่มสื่อสารข้อมูลภายในกลุ่มได้ถูกต้องชัดเจนและมีประสิทธิภาพแก่สมาชิก					
2.2 ด้านความไว้วางใจ					
2.2.1 ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการในการปฏิบัติงาน					
2.2.2 กลุ่มจะแบ่งหน้าที่ให้สมาชิกทำ กันอย่างทั่วถึง					
2.2.3 กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการกลุ่ม					
2.2.4 กลุ่มมีการตรวจสอบการเงินการบัญชีสม่ำเสมอมากน้อยเพียงใด					
2.2.5 กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2.6 สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการทำบัญชี การบริหาร และการเงิน					
2.2.7 กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในนโยบาย และกลยุทธ์การบริหาร กลุ่มแก่สมาชิก					
2.2.8 กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคงของกลุ่มแก่สมาชิก					
2.3 ด้านบรรทัดฐาน/จารีต					
2.3.1 กลุ่มมีกฎระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการบริหารกลุ่มไว้อย่างชัดเจน					
2.3.2 สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้					
2.3.3 สมาชิกในกลุ่มมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กลุ่มตั้งขึ้น มากน้อยเพียงใด					
2.3.4 สมาชิกในกลุ่มได้รับการลงโทษจากการทำผิดกฎระเบียบที่วางไว้ทุกครั้ง					
2.3.5 กลุ่มจะวางแผนการดำเนินงานที่วางไว้ล่วงหน้าเสมอ					
2.3.6 กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ					
2.4 ด้านการตอบแทนกัน					
2.4.1 กลุ่มได้รับกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มประกอบกิจกรรม					
2.4.2 กลุ่มได้ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ในการประกอบกิจกรรม					
2.4.3 กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะและช่วยเหลือกันในการประกอบกิจกรรม					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4.4 กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่					
2.4.5 กลุ่มได้รวบรวมผลผลิตของสมาชิกและสนับสนุนการจำหน่ายผลผลิตของสมาชิก					
2.4.6 การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น					
2.4.7 กลุ่มให้การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันกับสมาชิกในกลุ่มเท่าเทียมกัน					
2.4.8 กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน					
2.4.9 กลุ่มได้รับการเยี่ยมเยียนดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มขึ้น					
2.4.10 กลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของประชาชนหน่วยงานต่าง ๆ					
2.5 ด้านเครือข่าย					
2.5.1 มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง					
2.5.2 การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้เจ้าหน้าที่ทางราชการเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือในการทำกิจกรรมของกลุ่มมากขึ้น					
2.5.3 กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมการทำงานสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกกลุ่มเป็นส่วนใหญ่					
2.5.4 กลุ่มช่วยให้สมาชิกซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด					
2.5.5 กลุ่มช่วยให้สมาชิกขายสินค้าภายในกลุ่มได้ราคาที่สูงกว่าท้องตลาด					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.5.6 การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้การทำงานในองค์กรระดับหมู่บ้าน เช่น กรรมการหมู่บ้านมีการช่วยกันทำงานมากขึ้น					
2.5.7 กลุ่มช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีมากขึ้น					
2.5.8 การจัดตั้งกลุ่มได้ทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับการเยี่ยมชม ดูงานจากประชาชนและองค์กรต่าง ๆ เพิ่มขึ้น					

ภาคผนวก ข

ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม

ภาคผนวก ข

ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม

ทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้า และเครื่องแต่งกายในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 41 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ด้านข้อมูลข่าวสาร	n = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง	3.95	0.61	มาก
2	กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และวิชาการใหม่ๆแก่สมาชิกเสมอ	3.90	0.64	มาก
3	กลุ่มมีการประสานงาน,ประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มกับภายนอกอย่างต่อเนื่อง	3.86	0.66	มาก
4	กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง	3.79	0.74	มาก
5	สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงาน	3.97	0.67	มาก
6	สมาชิกในกลุ่มได้รับฟังข่าวสารจากกรรมาพัฒนาชุมชน และสื่อมวลชนต่างๆ	3.86	0.70	มาก
7	กลุ่มสื่อสารข้อมูลภายในกลุ่มได้ถูกต้องชัดเจนและมีประสิทธิภาพแก่สมาชิก	3.88	0.70	มาก
รวมเฉลี่ย		3.88	0.54	มาก

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านความไว้วางใจ ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ด้านความไว้วางใจ	n = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการในการปฏิบัติงาน	3.96	0.60	มาก
2	กลุ่มจะแบ่งหน้าที่ให้สมาชิกทำ กันอย่างทั่วถึง	3.88	0.74	มาก
3	กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ	4.05	0.66	มาก
4	กลุ่มมีการตรวจสอบการเงินการบัญชีสม่ำเสมอ	3.66	0.90	มาก
5	กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.45	0.81	ปานกลาง
6	สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการทำบัญชี การบริหาร และการเงิน	3.58	0.76	มาก
7	กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในนโยบาย และกลยุทธ์การบริหารกลุ่มแก่สมาชิก	3.54	0.77	มาก
8	กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคงของกลุ่มแก่สมาชิก	3.57	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย		3.71	0.57	มาก

ตาราง 43 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ด้านบรรทัดฐาน/จารีต	n = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มมีกฎระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการบริหารกลุ่มไว้อย่างชัดเจน	3.44	0.89	ปานกลาง
2	สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้	3.31	0.93	ปานกลาง
3	สมาชิกในกลุ่มมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กลุ่มตั้งขึ้น	3.37	0.87	ปานกลาง
4	สมาชิกในกลุ่มได้รับการลงโทษจากการทำผิดกฎระเบียบที่วางไว้ทุกครั้ง	3.07	0.94	ปานกลาง
5	กลุ่มจะวางแผนการดำเนินงานที่วางไว้ล่วงหน้าเสมอ	3.27	0.86	ปานกลาง
6	กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ	4.57	0.63	มาก
รวมเฉลี่ย		3.50	0.69	มาก

ตาราง 44 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการต่างตอบแทนกัน ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ด้านการต่างตอบแทนกัน	n = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มได้รับกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มประกอบกิจกรรม	3.80	0.85	มาก
2	กลุ่มได้ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ในการประกอบกิจกรรม	3.50	0.92	มาก
3	กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะและช่วยเหลือกันในการประกอบกิจกรรม	3.48	0.88	ปานกลาง
4	กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่	3.73	0.81	มาก
5	กลุ่มได้รวบรวมผลผลิตของสมาชิกและสนับสนุนการจำหน่ายผลผลิตของสมาชิก	3.89	0.99	มาก
6	การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.92	0.76	มาก
7	กลุ่มให้การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันกับสมาชิกในกลุ่มเท่าเทียมกัน	3.75	0.87	มาก
8	กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน	3.03	1.37	ปานกลาง
9	กลุ่มได้รับการเยี่ยมเยียนดูงานจากหน่วยงานต่างๆ เพิ่มมากขึ้น	3.22	0.98	ปานกลาง
10	กลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของประชาชนหน่วยงานต่างๆ	3.39	0.87	มาก
รวมเฉลี่ย		3.57	0.67	มาก

ตาราง 45 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเครือข่าย ในจังหวัดขอนแก่น

ที่	ด้านเครือข่าย	n = 153		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง	3.61	0.85	มาก
2	การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้เจ้าหน้าที่ทางราชการเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือในการทำกิจกรรมของกลุ่มมากขึ้น	3.59	0.91	มาก
3	กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมการทำงานสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกกลุ่มเป็นส่วนใหญ่	3.59	0.84	มาก
4	กลุ่มช่วยให้สมาชิกซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคาต่ำกว่าท้องตลาด	3.23	0.61	ปานกลาง
5	กลุ่มช่วยให้สมาชิกขายสินค้าภายในกลุ่มได้ราคาที่สูงกว่าท้องตลาด	3.26	0.61	ปานกลาง
6	การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้การทำงานในองค์กรระดับหมู่บ้าน เช่น กรรมการหมู่บ้านมีการช่วยกันทำงานมากขึ้น	3.51	0.76	มาก
7	กลุ่มช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีมากขึ้น	3.54	0.81	มาก
8	การจัดตั้งกลุ่มได้ทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับการเยี่ยมชมงานจากประชาชนและองค์กรต่างๆ เพิ่มขึ้น	3.42	0.92	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย		3.47	0.61	ปานกลาง

ตาราง 46 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการ
ดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร
ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ด้านข้อมูลข่าวสาร	n = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง	4.62	0.65	มาก
2	กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และวิชาการใหม่ๆแก่สมาชิกเสมอ	4.46	0.77	มาก
3	กลุ่มมีการประสานงาน,ประชาสัมพันธ์ผลงานของกลุ่มกับ ภายนอกอย่างต่อเนื่อง	4.62	0.65	มาก
4	กลุ่มมีหนังสือแจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิกทราบทุกครั้ง	4.69	0.63	มาก
5	สมาชิกภายในกลุ่มได้รับทราบความเคลื่อนไหวการ ดำเนินงาน	4.69	0.63	มาก
6	สมาชิกในกลุ่มได้รับฟังข่าวสารจากกรมพัฒนาชุมชน และ สื่อมวลชนต่างๆ	4.62	0.76	มาก
7	กลุ่มสื่อสารข้อมูลภายในกลุ่มได้ถูกต้องชัดเจนและมี ประสิทธิภาพแก่สมาชิก	4.62	0.87	มาก
รวมเฉลี่ย		4.62	0.62	มาก

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านความไว้วางใจ ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ด้านความไว้วางใจ	n = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	ความซื่อสัตย์ของคณะกรรมการในการปฏิบัติงาน	4.23	1.01	มาก
2	กลุ่มจะแบ่งหน้าที่ให้สมาชิกทำ กันอย่างทั่วถึง	4.31	0.94	มาก
3	กลุ่มมีความเชื่อถือในตัวผู้นำและคณะกรรมการ	4.46	0.96	มาก
4	กลุ่มมีการตรวจสอบการเงินการบัญชีสม่ำเสมอ	4.38	1.04	มาก
5	กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.85	1.28	มาก
6	สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการทำบัญชี การบริหาร และการเงิน	4.31	0.75	มาก
7	กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในนโยบาย และกลยุทธ์การบริหารกลุ่มแก่สมาชิก	4.08	0.86	มาก
8	กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในความมั่นคงของกลุ่มแก่สมาชิก	4.08	0.86	มาก
รวมเฉลี่ย		4.21	0.82	มาก

ตาราง 48 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านบรรทัดฐาน/จารีต ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ด้านบรรทัดฐาน/จารีต	n = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มมีกฎระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการบริหารกลุ่มไว้อย่างชัดเจน	4.31	1.03	มาก
2	สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้	4.15	0.98	มาก
3	สมาชิกในกลุ่มมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กลุ่มตั้งขึ้น	4.38	0.96	มาก
4	สมาชิกในกลุ่มได้รับการลงโทษจากการทำผิดกฎระเบียบที่วางไว้ทุกครั้ง	4.31	0.94	มาก
5	กลุ่มจะดำเนินงานตามแผนการที่วางไว้ล่วงหน้าเสมอ	4.15	0.98	มาก
6	กลุ่มมีความสามารถในการผลิตสินค้าสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ	4.54	0.77	มาก
รวมเฉลี่ย		4.31	0.79	มาก

ตาราง 49 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการต่างตอบแทนกัน ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ด้านการต่างตอบแทนกัน	n = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	กลุ่มได้รับกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มประกอบกิจกรรม	4.46	0.96	มาก
2	กลุ่มได้ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ในการประกอบกิจกรรม	4.23	0.83	มาก
3	กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะและช่วยเหลือกันในการประกอบกิจกรรม	4.23	0.92	มาก
4	กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่	4.38	0.76	มาก
5	กลุ่มได้รวบรวมผลผลิตของสมาชิกและสนับสนุนการจำหน่ายผลผลิตของสมาชิก	4.60	0.87	มาก
6	การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทำให้สมาชิกมีงานทำตลอดทั้งปี และมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.31	1.03	มาก
7	กลุ่มให้การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันกับสมาชิกในกลุ่มเท่าเทียมกัน	4.64	0.65	มาก
8	กลุ่มได้ช่วยให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเพื่อเป็นทุน	3.92	1.18	มาก
9	กลุ่มได้รับการเยี่ยมเยียนดูงานจากหน่วยงานต่างๆ เพิ่มมากขึ้น	4.46	0.87	มาก
10	กลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของประชาชนหน่วยงานต่างๆ	4.00	1.15	มาก
รวมเฉลี่ย		4.32	0.62	มาก

ตาราง 50 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับทุนทางสังคม ที่มีผลต่อการ
ดำเนินงาน ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเครือข่าย ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่	ด้านเครือข่าย	n = 13		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	มีสมาชิกเข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง	4.54	0.66	มาก
2	การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้เจ้าหน้าที่ทางราชการเข้ามา สนับสนุนช่วยเหลือในการทำกิจกรรมของกลุ่มมากขึ้น	4.46	0.96	มาก
3	กลุ่มได้ดำเนินกิจกรรมการทำงานสอดคล้องกับความต้องการ ของสมาชิกกลุ่มเป็นส่วนใหญ่	4.23	0.83	มาก
4	กลุ่มช่วยให้สมาชิกซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคา ที่ต่ำกว่าท้องตลาด	3.85	0.89	มาก
5	กลุ่มช่วยให้สมาชิกขายสินค้าภายในกลุ่มได้ราคา ที่สูงกว่าท้องตลาด	3.23	1.16	ปานกลาง
6	การจัดตั้งกลุ่มช่วยให้การทำงานในองค์กรระดับหมู่บ้าน เช่น กรรมการหมู่บ้านมีการช่วยกันทำงานมากขึ้น	4.23	0.72	มาก
7	กลุ่มช่วยให้สมาชิกสามารถพบปะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีมากขึ้น	4.23	0.72	มาก
8	การจัดตั้งกลุ่มได้ทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับการเยี่ยมเยียน ดูงานจากประชาชนและองค์กรต่างๆ เพิ่มขึ้น	4.23	0.83	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย		4.13	0.59	มาก

ภาคผนวก ค

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน

ภาคผนวก ค

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน

ตาราง 51 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทุนทางสังคม			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	-0.50	0.21	0.02*
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.77	0.26	0.00*
ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)	0.04	0.19	0.81
ด้านต่างตอบแทน (Reciprocity)	0.28	0.24	0.24
ด้านเครือข่าย (Net)	-0.12	0.28	0.66
R ² = 0.156 adjusted R ² = 0.130 a = 0.254 F = 5.934 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 52 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับสินค้า

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทุนทางสังคม			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	-0.02	0.09	0.70
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	-0.15	0.10	0.13
ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)	0.07	0.07	0.32
ด้านต่างตอบแทน (Reciprocity)	0.12	0.10	0.23
ด้านเครือข่าย (Net)	0.03	0.11	0.79
R ² = 0.042 adjusted R ² = 0.012 a = 1.091 F = 1.416 (p-value=0.221)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนทุน

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
<u>ปัจจัยด้านทุนทางสังคม</u>			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	0.01	0.17	0.93
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.03	0.21	0.88
ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)	0.10	0.15	0.48
ด้านต่างตอบแทน (Reciprocity)	-0.10	0.20	0.58
ด้านเครือข่าย (Net)	0.05	0.23	0.82
R ² = 0.008 adjusted R ² = -0.023 a = 1.080 F = 0.271 (p-value=0.929)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 54 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทุนทางสังคม			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	0.17	0.19	0.35
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.25	0.23	0.26
ด้านบรรทัดฐาน/จารีต (Norm)	0.08	0.17	0.61
ด้านต่างตอบแทน (Reciprocity)	0.26	0.21	0.22
ด้านเครือข่าย (Net)	-0.25	0.25	0.31
R ² = 0.127 adjusted R ² = 0.100 a = -0.103 F = 4.668 (p-value=0.001*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านยอดขาย

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทุนทางสังคม			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	-0.46	0.20	0.02*
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.94	0.20	0.00*
R ² = 0.146 adjusted R ² = 0.136 a = 0.203 F = 13.951 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้ตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของโครงการ
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านจำนวนสมาชิก

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของโครงการ		p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านทุนทางสังคม			
ด้านข้อมูลข่าวสาร (Info)	0.20	0.18	0.27
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.34	0.17	0.05*
R ² = 0.115 adjusted R ² = 0.104 a = -0.166 F = 10.594 (p-value=0.000*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาคผนวก ง

แนวการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อ – สกุล /ที่อยู่ / หมายเลขโทรศัพท์
- อาชีพหลัก
- ความเป็นมาในการจัดตั้งกลุ่ม สมาชิกเป็นใคร มาจากที่ใดบ้าง ทำไมจึงเลือกผลิตผลิตภัณฑ์นี้
- ตำแหน่งหน้าที่ภายในกลุ่ม
- เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มได้อย่างไร
- มีความรู้พื้นฐานก่อนเป็นสมาชิกในกลุ่มหรือไม่
- มีเวลาในการทำงานมากน้อยเพียงใดในระยะเวลา 1 ปี
- สมาชิกในครอบครัวเป็นสมาชิกในกลุ่มจำนวนกี่คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุนทางสังคม

ด้านข้อมูลข่าวสาร

- รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ OTOP จากแหล่งใดบ้าง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ
- มีเจ้าหน้าที่ภาครัฐใดที่เข้ามาให้คำแนะนำเพิ่มเติม
- มีส่วนร่วมประชุมและรับทราบความเคลื่อนไหวการดำเนินงานกลุ่มหรือไม่

ด้านความไว้วางใจ

- มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบและมอบหมายงานในกลุ่มหรือไม่ และมีส่วนร่วมในการจัดตั้งประธานและคณะกรรมการกลุ่มอย่างไร

- มีการติดตามใช้เงินกู้ยืมหรืออุปกรณ์หรือไม่
- การยอมรับนับถือของสมาชิกที่มีต่อผู้นำเป็นอย่างไร
- ความเชื่อใจระหว่างสมาชิกในกลุ่มเป็นอย่างไร
- ความช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างสมาชิกและความเชื่อใจที่มีต่อเพื่อนในกลุ่มเป็น

อย่างไร

ด้านบรรทัดฐาน

- สมาชิกปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างไร
- มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกอย่างไร

- สินค้าที่ผลิตและมีวิธีการตรวจสอบอย่างไร
- มีบรรทัดฐานอื่นที่สมาชิกทำร่วมกันหรือไม่
- มีการวางแผนดำเนินงานและการรับสมาชิกเพิ่มอย่างไรบ้าง

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล : นางสาวพิมพ์รัตน์ ผาคำ
เกิดเมื่อ : 8 กุมภาพันธ์
สถานที่เกิด : อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 299/4 หมู่ 10 บ้านใหม่สามัคคี ตำบลไชยสอ อำเภอชุมแพ
จังหวัดขอนแก่น

ประวัติการศึกษา

2545 : บ.ธ.บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
2549 : ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) จากมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก