

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

รัช ราษฎร์โยธา

Received: 30 June 2022 / Revised: 14 August 2022 / Accepted: 29 August 2022

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลสำเร็จในการดำเนินโครงการการออกแบบและจัดทำสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้ 1) สรุปผลประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ 2) สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวชุมชน และ 3) สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน การเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพด้วยเครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามผู้ประกอบการและแบบสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ผลการประเมินโดยผู้ประกอบการ จำนวน 315 คน พบว่า ประเภทของที่ระลึกที่ต้องการมากที่สุดคือของใช้ (ร้อยละ 54.92) ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จักสานและกนกผลจากการสอบถามผู้ประกอบการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการมากกว่าร้อยละ 96 มีส่วนร่วมในการดำเนินการ และมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการนี้ คิดเป็นร้อยละ 87.50 ผลจากการสอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับดีมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ผลงานต้นแบบของที่ระลึกมีความสวยงามและตรงใจ (ร้อยละ 85) ความพึงพอใจการทำงานของทีมเก็บข้อมูลและความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบของที่ระลึกเท่ากัน (ร้อยละ 82.5) และความพึงพอใจในราคาค้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนที่พัฒนาขึ้น (ร้อยละ 82) ผลจากการสอบถามความมุ่งหวัง พบว่า ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนมีผลต่อการท่องเที่ยวชุมชนและเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ ยังคงผลิตของที่ระลึกจำหน่ายต่อไปแม้สิ้นสุดโครงการ (ร้อยละ 92.25) ผลักดันให้ของที่ระลึกเป็นที่ต้องการและยอมรับเป็นสินค้าประจำจังหวัด (ร้อยละ 91) มั่นใจว่าของที่ระลึกรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 90.75) สามารถหาวัตถุดิบเพื่อผลิตของที่ระลึกรูปแบบใหม่ได้ภายในจังหวัด (ร้อยละ 89.75) ของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่สามารถนำไปขายได้จริงในชุมชน (ร้อยละ 87.50) และรูปแบบของที่ระลึกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อและราคาของที่ระลึกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อเท่ากัน (ร้อยละ 86.75)

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การท่องเที่ยวชุมชน, นวัตวิถี

Community Product Design for Community tour to OTOP Nawatviti

Thawat Ratyotha

Abstract

This academic paper was prepared to evaluate the success of the project's performance in designing and producing products with packaging for community souvenirs for community tourism to 1) conclusion summary of assessment, 2) summary of project implementation results affecting community tourism, and 3) summary of project implementation results affecting community economy. The assessors used both quantitative and qualitative data collection with the following tools; entrepreneurship questionnaires and interview form for the related of stakeholders. The results are as follows; From the questionnaire of 315 entrepreneurs about the need for souvenir products, it was found that the types of souvenirs that were most sought after were household items (54.92%). The most of which were basketry and reed products. The results of asking entrepreneurs about their participation in providing information on product development of community souvenir products found that more than 96% of entrepreneurs participated in the operation and are satisfied with the overall picture of this project accounting to 87.50%. The results of surveying the satisfaction of entrepreneurs and communities in the development of community souvenir products found that they were satisfied at a very good level. The prototype of the souvenir is beautiful and meets the heart (84%), the prototype shows the identity (83.25%), the work satisfaction of the data collection team and the satisfaction with the prototype of the souvenir were the same (82.5%). The satisfaction with the cost of the community souvenir products developed (82%). The result of entrepreneurs believed that the community souvenir products had an effect on community tourism and the community economy for sure and continue to produce souvenirs for sale even after the project has ended (92.25%), will push souvenirs to be desired and accepted as provincial products (91%), confident that new souvenirs will help promote tourism (90.75%), be able to find raw materials to produce new souvenirs within the province (89.75%), the places newly designed memorabilia can actually be sold in the community (87.5%), and the souvenir form makes tourists interested in buying and the price of souvenirs made tourists equally interested in buying (86.75%)

Keywords: Community product, Community tourism, Nawatviti

บทนำ

จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้น และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ซึ่งมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ โดยสอดคล้องกับนโยบายการบริหารราชการแผ่นดิน ด้านการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสเข้าถึงบริการของรัฐ มุ่งเน้นการสร้างโอกาส อาชีพและการมีรายได้ที่มั่นคง โดยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ให้เกิดความเข้มแข็งด้วยการใช้ความหลากหลายและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ทั้งด้านสินค้า บริการ และสภาพพื้นที่ มาสร้างมูลค่าและความคุ้มค่า ผ่านการท่องเที่ยวชุมชน โดยยึดโยงกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ภายใต้การบูรณาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งชุมชน จังหวัด และภาค

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ผู้มีบทบาทและภารกิจสำคัญในการพัฒนาระบบกลไกการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ พัฒนาการบริหารการจัดการชุมชนให้พึ่งตนเองได้เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคงตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงได้ส่งเสริมให้มีการดำเนินงานโครงการ OTOP นวัตกรรมขึ้นเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีอัตลักษณ์โดดเด่น มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามได้มาตรฐานการออกแบบสมัยใหม่และมีต้นทุนและรูปแบบที่สอดคล้องต่อขีดความสามารถของชุมชนในการนำไปใช้ผลิตได้จริง รวมทั้งพัฒนาสินค้าชุมชนให้เป็นเป็นสินค้าที่ระลึก มีแหล่งจำหน่ายในชุมชนเพื่อตอบรับกับการท่องเที่ยว ชุมชน อีกทั้งสร้างฐานการเรียนรู้เพื่อสืบสานด้านภูมิปัญญาและอาชีพ เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการและใช้จ่ายในหมู่บ้าน รวมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ผสมกับการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการพัฒนาและบูรณาการทุนต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการตลาดชุมชนให้มีความเข้มแข็งมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของโครงการจึงได้มีการประเมินโครงการตั้งแต่ระยะเริ่มต้นโครงการ ระหว่างดำเนินการโครงการ และหลังการดำเนินโครงการทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ วัตถุประสงค์ของการประเมิน ในการประเมินครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการประเมินผลสำเร็จในการดำเนินโครงการ ในประเด็นดังนี้ สรุปผลสำเร็จโดยอิงจากปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของโครงการ สรุปประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวชุมชน สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การประเมินโครงการออกแบบและจัดทำสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ ของฝากของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ประเมินได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการประเมินประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดกาฬสินธุ์ ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการออกแบบและจัดทำสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ของฝากของที่

ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน โดยการออกแบบและพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน และทฤษฎีการประเมินโครงการ ดังมีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์จังหวัดหนึ่งในภาคอีสาน จากหลักฐานทางโบราณคดีบ่งบอกว่าเคยเป็นที่อยู่อาศัยของเผ่าละว้า ซึ่งมีความเจริญทางด้านอารยธรรมประมาณ 1,600 ปี จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์เริ่มตั้งเป็นเมืองในสมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2336 โดยท้าวโสมพะมิตร ได้อพยพหลบภัยมาจากดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงพร้อมไพร่พล และมาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำป่าว เรียกว่า “บ้านแก่งสำโรง” แล้วได้นำเครื่องบรรณาการเข้าถวายสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ต่อมาทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นำเครื่องบรรณาการเข้าถวายสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ต่อมาทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นำเครื่องบรรณาการเข้าถวายสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ต่อมาทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นำเครื่องบรรณาการเข้าถวายสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

พระราชทานนามว่า “กาฬสินธุ์” เมื่อปี พ.ศ. 2336 พร้อมทั้งมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ โปรดกระหม่อมแต่งตั้งให้ท้าวโสมพะมิตรเป็นพระยาชัยสุนทร ครองเมืองกาฬสินธุ์เป็นคนแรก และผู้คนในถิ่นนี้จึงได้นามว่า “ชาวกาฬสินธุ์” ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ซึ่งมีคำกลอนเป็นภาษาถิ่นกล่าวอ้างไว้ว่า “กาฬสินธุ์นี้ดำดินน้ำลุ่ม ปลาชุมบ่อนคือแก่งหาง ปลาหางบ่อนคือหางฟ้างัน จักจั่นฮ้องคือฟ้าง่วงบน แดกจั่น ๆ คนปีบโฮแซว เมืองนี้มีสู่แนวแอ่นระบำฟ้อน” ซึ่งหมายถึงกาฬสินธุ์ เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์มาก มีดินดี น้ำดี ข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ประชาชนมีความสุข สดชื่นรื่นเริงทั่วไป จังหวัดกาฬสินธุ์แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ คือ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอยางตลาด อำเภอภุมลาลัย อำเภอสหัสขันธ์ อำเภอสมเด็จ อำเภอกุฉินารายณ์ อำเภอท่าคันโท อำเภอเขาวง อำเภอห้วยเม็ก อำเภอคำม่วง อำเภอหนองกุงศรี อำเภอนามน อำเภอห้วยผึ้ง อำเภอร่องคำ อำเภอสามชัย อำเภอนาคู อำเภอดอนจาน และอำเภอฆ้องชัย จังหวัดกาฬสินธุ์มีเนื้อที่ทั้งหมด 7,055.07 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศตอนบนเป็นภูเขาตามแนวเทือกเขาภูพาน ตอนกลางเป็นเนินเขาสลับป่าโปร่ง มีประชากรทั้งสิ้น ณ เดือนธันวาคม 2559 จำนวน 985,232 คน และมีคำขวัญประจำจังหวัดคือ “หลวงพ่อองค์ดำลือเลื่อง เมืองฟ้าแดดสงยาง โปงลางเลิศล้ำ วัฒนธรรมผู้ไทย ผ้าไหมแพรวา ผาเสวยภูพาน มหาธารลำปาว ไดโนเสาร์สัตว์โลกล้านปี” จากคำขวัญของจังหวัดกาฬสินธุ์จะเห็นว่าเป็นจังหวัดที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีภูมิปัญญาวิถีไทยอีสาน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2561) ประเพณีท้องถิ่นอีสานที่มีชื่อเสียงใน “ฮิดสิบสอง คองสิบสี่” ได้แก่ งานมหกรรมโปงลาง แพรวา และงานกาชาด งานมหกรรมวิถีตรแพรวาราชีนแห่งใหม่ งานบุญบั้งไฟ ตะไลล้านบ้านกุดหว้า งานสงกรานต์ธาตุยาคูงานประเพณีตักบาตรเทโวโรหณะ งานบุญคุณลาน และมหกรรมเส็งกลองกึ่ง นอกนี้ยังมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์อย่าง “วัฒนธรรมภูไท” หรือ “วัฒนธรรมผู้ไท” มีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดในปี 2558 อยู่ที่ 47,178 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวอยู่ที่ 51,147 บาทต่อปี (สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์, 2561)

ในแผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2561 – 2564 ระบุว่าในปี ๒๕๕๘ มีการสำรวจจำนวนผู้เยี่ยมชมจังหวัดกาฬสินธุ์เพิ่มขึ้นจากปี 2557 จำนวน 18,447 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.45 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวน 63.26 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 8.59 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีค่าใช้จ่ายต่อหัว เพิ่มขึ้นจำนวน 37.26 บาท/วัน หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.95 โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงที่สุด ซึ่งคาดว่าในปีต่อไป รายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นไม่น้อย

กว่าร้อยละ 2 เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2558 เติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยร้อยละ 4 ต่อปี ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ (1) เมืองฟ้าแดดสงยาง วัดโพธิ์ชัย พระธาตุยาคู อำเภอกมลาไสย (2) วัดพุทธนิมิตภูคาว อำเภอสหัสขันธ์ (3) พระพุทธรูปสถานภูบ่อ (4) พุทธสถานภูสิงห์ อำเภอสหัสขันธ์ (5) วัดวังคำ อำเภอกาบัง (6) อนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร อำเภอมืองกาฬสินธุ์ (7) กลุ่มทอผ้าไหมแพรวา บ้านโพน (8) หมู่บ้านวัฒนธรรมโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ (9) พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์สิรินธร อำเภอสหัสขันธ์ (10) รอยเท้าไดโนเสาร์ อำเภอนาคู (11) สะพานเทพสุตา อำเภอนองนาค (12) เขื่อนลำปาว (13) น้ำตกผานางคอย อำเภอกาบัง (14) ผาเสวยภูพาน และน้ำตกแก่งกะคาม เป็นต้น

ข้อมูลโครงการออกแบบและจัดทำสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน โดยการออกแบบและพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน

วัตถุประสงค์โครงการ 1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชนในหมู่บ้านท่องเที่ยว และวัตถุดิบชุมชนที่มีอยู่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว 2. เพื่อพัฒนาภูมิปัญญาชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ 3. เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน ให้สามารถพัฒนา บริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเหมาะสม เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มและคุณค่า

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ มีผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนที่เกิดจากการนำผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ หรือนำสินค้า OTOP และ/หรือสินค้าชุมชน และ/หรือวัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชน ได้รับการออกแบบพัฒนา และ/หรือสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกต้นแบบของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีอัตลักษณ์และรูปแบบทันสมัยตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน ให้เกิดแก่ชุมชนหรือหมู่บ้านเฉลี่ย 5 ผลิตภัณฑ์ต่อชุมชน รวม 63 ชุมชน รวมทั้งสิ้น 315 ผลิตภัณฑ์

ขอบเขตการดำเนินงาน (1) จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ในการดำเนินโครงการทั้งหมด โดยกำหนดระยะเวลา ทำงานเป็นรายสัปดาห์และเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลาดำเนินการตามแผนที่ตั้งไว้ 1.1 การจัดทำแผนการออกแบบและการผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชน กลุ่มเป้าหมายชุมชนตามบัญชีแนบท้าย TOR 1.2 การจัดทำแผนการประสานงาน/ดำเนินการร่วมกับชุมชนและผู้จัดจ้างโดยกำหนดเป็นระยะเวลาตั้งแต่วันลงนามในสัญญาจนถึงวันสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ (2.) ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ และจัดวางกลยุทธ์สำหรับพัฒนาหรือสร้างสรรค์เป็นการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่น้อยกว่า 315 ผลิตภัณฑ์ จากใน 63 หมู่บ้าน ของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้ 2.1 เก็บข้อมูลและศึกษาข้อมูลภูมิเชิงกายภาพ ด้านสภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมนิยม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในชุมชนของแต่ละหมู่บ้าน 2.2 เก็บข้อมูลและศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ ด้านบุคลากร สินค้าและวัตถุดิบเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชน 2.3 วิเคราะห์ข้อมูลหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็น พื้นฐานในการจัดทำแผนการดำเนินงาน 2.4 ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่มีอยู่เพื่อนำมาพัฒนาใหม่ 2.5 สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนและรูปแบบการดำเนินงานให้ถูกต้องเหมาะสมตาม วัตถุประสงค์ของโครงการฯ (3)

ดำเนินการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ ที่ระลึกชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ และรูปแบบทันสมัย ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน โดยพัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาชุมชนและ/หรือทุนชุมชน และ/หรือวัตถุดิบที่ชุมชนมีอยู่ และ/หรือจากการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ โดยต้องสอดคล้องกับขีดความสามารถด้านต้นทุนในการนำไปผลิตชิ้นงานจริงโดยชุมชนได้ ในพื้นที่หมู่บ้านใน จังหวัดกาฬสินธุ์ 63 หมู่บ้าน จำนวนเฉลี่ยแตกต่างกันไปตามแต่ละหมู่บ้าน (บางหมู่บ้านอาจมีจำนวนรวมต่างกัน) โดยต้องมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 315 ผลิตภัณฑ์ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้ 3.1 ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน จำนวน 1 แบบ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ด้วยการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของตัวผลิตภัณฑ์ และ/หรือออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และ/หรือออกแบบพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ และ/หรือออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกชิ้นใหม่ โดยพัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาชุมชน และ/หรือทรัพยากรชุมชน และ/หรือวัตถุดิบที่ชุมชนมีอยู่ และ/หรือจากการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบที่สามารถนำไปผลิตได้จริง และระบุแนวคิดเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์ในการออกแบบ 3.2 ออกแบบหรือนำเสนอบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน จำนวน 1 แบบ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ให้สวยงามสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบที่สามารถนำไปผลิตได้จริงและระบุแนวคิดเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์ในการออกแบบ โดยบางผลิตภัณฑ์อาจจะไม่มี หรือไม่มี การออกแบบ ตราผลิตภัณฑ์ ก็ได้ ขึ้นกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ 3.3 ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน จำนวน 1 แบบ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ให้สวยงามสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบที่สามารถนำไปผลิตได้จริงและระบุแนวคิดเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์ในการออกแบบ โดยบางผลิตภัณฑ์อาจจะไม่มี หรือไม่มี การออกแบบ ฉลากผลิตภัณฑ์ก็ได้ ขึ้นกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ 3.4 ออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน จำนวน 1 แบบ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ให้สวยงามสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบที่สามารถนำไปผลิตได้จริงและระบุแนวคิดเชิงวิเคราะห์และสังเคราะห์ในการออกแบบ โดยบางผลิตภัณฑ์อาจจะไม่มี หรือไม่มี การออกแบบ ฉลากผลิตภัณฑ์ก็ได้ ขึ้นกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ/หรือความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ 3.5 ส่งมอบงาน ในข้อ 3.1, 1.2, 3.4 เป็นเอกสาร และ/หรือภาพร่าง และ/หรือภาพพิมพ์ลงกระดาษ และเก็บเป็นรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถสืบค้นได้โดยง่าย โดยมีการจัดหมวดหมู่ให้ตรงกับรายการผลิตภัณฑ์ตามที่ระบุในข้อ 3 (4) ดำเนินการประชุมเพื่อนำเสนอชิ้นงานการออกแบบตามข้อ 3 อย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยดำเนินการดังต่อไปนี้ 4.1 ประสานงานจัดนำเจ้าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือตัวแทนชุมชน และ/หรือตัวแทนอำเภอ กลุ่มชุมชน และ/หรือตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้อง และ/หรือตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ โดยต้องมีเจ้าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือตัวแทนดังกล่าวข้างต้นครบทุกผลิตภัณฑ์ในโครงการตามขอบเขตการดำเนินงานนี้ ให้เข้าร่วมการประชุม รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 315 คน 4.2 จัดหาผู้ดำเนินการประชุม (Moderator) และ/หรือวิทยากรผู้เชี่ยวชาญตามขอบเขต การดำเนินงานนี้ให้เป็นผู้ดำเนินการประชุมพร้อมทั้งให้คำแนะนำและรับฟังความคิดเห็นของ

ผู้เข้าร่วมประชุม 4.3 จัดเตรียมการลงทะเบียนพร้อมวัสดุอุปกรณ์เครื่องเขียน ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม 4.4 จัดหาสถานที่จัดการประชุม มีป้ายแสดงชื่อการประชุมและตกแต่งบรรยากาศโดยรวมของสถานที่จัดการประชุมให้เหมาะสม 4.5 จัดเตรียมอุปกรณ์เช่าและเช่าระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชุม เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจคเตอร์ ระบบเสียง ระบบไฟฟ้า เป็นต้น โดยทั้งหมดหรืออย่างใดอย่างหนึ่งตามสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการประชุม 4.6 จัดเตรียมอาหารกลางวัน สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 1 มื้อ 4.7 จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับผู้เข้าประชุม จำนวน 2 มื้อ 4.8 จัดเตรียมผู้ประสานงานคอยอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมให้เพียงพอ (5) นำข้อสรุปจากการประชุมในข้อ 4 มาเป็นส่วนประกอบในการปรับปรุง/แก้ไข/เพิ่มเติม การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกต้นแบบ โดยการออกแบบต้องให้เหมาะสมต่อขีดความสามารถด้านต้นทุน และ กำลังในการผลิตของเจ้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการ และต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการให้พิจารณาเห็นชอบ เพื่อดำเนินการในข้อต่อไป (6) ดำเนินการจัดทำ/จัดทำ และสนับสนุนวัสดุต้นแบบสำหรับใช้ ผลิตต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ตามรายการผลิตภัณฑ์และการออกแบบในข้อ 5 ที่มีอัตลักษณ์ และรูปแบบทันสมัย ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน โดยพัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาชุมชน และ/หรือทุนชุมชน และ/หรือวัตถุดิบที่ชุมชนมีอยู่ และ/หรือจากการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ โดยต้องสอดคล้องกับขีดความสามารถด้านต้นทุนและกำลังในการนำไปผลิตชิ้นงานจริงโดยชุมชนได้ ในพื้นที่หมู่บ้านในจังหวัดกาฬสินธุ์ 63 หมู่บ้าน จำนวนเฉลี่ยแตกต่างกันไปตามแต่ละหมู่บ้าน โดยต้องมีต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ไม่น้อยกว่า 315 ผลิตภัณฑ์ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

6.1 จัดหาและ/หรือจัดทำ ต้นแบบ และ/หรือ สนับสนุนปัจจัยการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ในรูปแบบวัสดุต่าง ๆ แบบใดแบบหนึ่งต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ วัสดุสังเคราะห์ วัสดุธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อทำผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ให้เหมาะสมตามหลักการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยให้คำแนะนำในการเลือกใช้แหล่งผลิตบรรจุภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบคุณภาพของวัสดุ เพื่อให้ผู้ผลิตในชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตต่อไปได้ จำนวน เฉลี่ย 100 ผลิตภัณฑ์ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 31,500 ชิ้น

6.2 จัดหาและ/หรือจัดทำ และ/หรือ สนับสนุนปัจจัยการผลิต ต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ในรูปแบบวัสดุต่าง ๆ อย่างน้อยหนึ่งแบบต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ วัสดุสังเคราะห์ วัสดุธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เหมาะสมตามหลักการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยให้คำแนะนำในการเลือกใช้แหล่งผลิตฉลากผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบคุณภาพของวัสดุ เพื่อให้ผู้ผลิตในชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตต่อไปได้ จำนวนเฉลี่ย 100 ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ยกเว้นกรณีที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่สมควรมีและ/หรือจากความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์เห็นว่าไม่ต้องมี ฉลากผลิตภัณฑ์ ผู้รับจ้างสามารถจัดการจัดทำในส่วนนั้นได้ แต่ต้องจัดทำต้นแบบ ฉลากผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 31,500 ชิ้น

6.3 จัดหาและ/หรือจัดทำ และ/หรือ สนับสนุนปัจจัยการผลิต ต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ในรูปแบบวัสดุต่าง ๆ หนึ่งแบบต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น กระดาษ สติกเกอร์กระดาษ สติกเกอร์พีพี สติกเกอร์พีวีซี फिल्मหัตถ์ พลาสติก หรืออะลูมิเนียมฟอยด์เคลือบพลาสติก

สต็อกเกอร์ และแทรกคั้งต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อใช้ติดลงบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ให้เหมาะสมตามหลักการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยนำตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างสำหรับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาเป็นส่วนประกอบ และให้คำแนะนำในการเลือกใช้แหล่งผลิตหลากหลายผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบราคา เปรียบเทียบคุณภาพของวัสดุ การจัดส่ง เพื่อให้ผู้ผลิตในชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตต่อไปได้ จำนวนเฉลี่ย 100 ฉลากผลิตภัณฑ์ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ยกเว้นกรณีที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่สมควรมีและ/หรือจากความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์เห็นควรว่าไม่ต้องมี ฉลากผลิตภัณฑ์ ผู้รับจ้างสามารถลงการจัดทำในส่วนนั้นได้ แต่ต้องจัดทำต้นแบบ ฉลากผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 31,500 ชิ้น 6.4 สนับสนุนปัจจัยการผลิต ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ที่ไม่สามารถจัดทำได้เองในชุมชน และ/หรือไม่มีในชุมชนในรูปแบบวัสดุต่าง ๆ เช่น ห่วงคล้องพวงกุญแจ โซลโลหะขนาดเล็ก เข็ม หมุด โลหะ กระดุม ชิป เข็มกลัด แผ่นแม่เหล็กสำหรับติดตู้เย็น ด้ายชนิดต่าง ๆ ดิ้นโลหะ วัสดุสังเคราะห์หรือวัสดุอย่างอื่นตามความเหมาะสมอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นต้น โดยอิงต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ยกเว้นกรณีที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่สมควรมีและ/หรือจากความต้องการของเจ้าของผลิตภัณฑ์เห็นควรว่าไม่ต้องมี ฉลากผลิตภัณฑ์ ผู้รับจ้างสามารถลงการจัดทำในส่วนนั้นได้ โดยคงจัดทำให้ได้จำนวนเฉลี่ย 750 ชิ้นต่อชุมชน รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 47,250 ชิ้น

ทฤษฎีการประเมินโครงการ

ความหมายของการประเมินโครงการ การประเมินโครงการเป็นวิทยาการประยุกต์ ที่เกิดจากการผสมผสานของศาสตร์หลายแขนง ซึ่งคำว่า “การประเมินโครงการ” มาจากคำสองคำคือคำว่า “การประเมิน” กับคำว่า “โครงการ” ซึ่งทั้งสองคำต่างก็มีความหมายหรือคำจำกัดความเฉพาะของตนเอง ซึ่งมีผู้ให้ความหมายการประเมินโครงการไว้ดังนี้

Stufflebeam and Shinkfield (1990: 159) ได้ให้ความหมายว่า การประเมินโครงการเป็นกระบวนการของการแสวงหา การพรรณนา การได้มาซึ่งข้อมูล ตลอดจนการเตรียมข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและแสวงหาทางเลือกที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการ

Rossi and Freeman (2004: 16) ให้ความหมายโดยอิงกับแนวคิดของการวิจัยทางสังคมศาสตร์ว่าการประเมินโครงการ เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ที่มีการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยทางสังคมศาสตร์อย่างเป็นระบบเพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของโครงการสาธารณะที่จัดทำขึ้นเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงสภาพแวดล้อมขององค์กรและการให้บริการสังคม

Fitzpatrick, Sanders, and Worthen (2004: 5) ให้ความหมายของการประเมินโครงการว่า เป็นวิธีการสืบหาข้อมูลและพิจารณาตัดสินเกี่ยวกับโครงการ 3 ประเด็น คือ (1) การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้ตัดสินคุณภาพ โดยเทียบกับมาตรฐานที่กำหนด (2) การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับโครงการ และ (3) การเปรียบเทียบข้อมูลสารสนเทศที่ได้กับมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อตัดสินคุณค่า คุณภาพ คุณประโยชน์ ประสิทธิภาพ หรือความสำคัญของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อเสนอแนะที่ทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หรือช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องตัดสินใจได้ว่าควรปรับปรุง ดำเนินการต่อไปหรือขยายโครงการ

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2549: 117) ได้ให้ความหมายว่า การประเมินโครงการ หมายถึงกระบวนการที่ก่อให้เกิดสารสนเทศในการปรับปรุงโครงการและสารสนเทศในการตัดสินใจสัมฤทธิ์ของโครงการ

ศิริชัย กาญจนวาสี (2552: 21- 22) ให้ความหมายของการประเมินว่า การประเมินเป็นการตรวจสอบการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การประเมินเป็นการเสนอสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ การประเมินเป็นการสนองสารสนเทศแก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายด้วยการบรรยายอย่างลุ่มลึก และการประเมินเป็นการตัดสินใจคุณค่าของสิ่งที่มีประเมิน

ความสำคัญของการประเมินโครงการ จากการพิจารณาความหมายของการประเมินโครงการชี้ให้เห็นว่าการประเมินโครงการเป็นกิจกรรมสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการบริหารจัดการโครงการ เพราะการประเมินโครงการมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้รับผิดชอบโครงการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (1) ช่วยให้ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการที่นำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดโครงการการตรวจสอบความพร้อมของทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ ตลอดจนความเป็นไปได้ในการจัดทำโครงการ (2) ช่วยให้ทราบข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับความก้าวหน้า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการซึ่งนำมาใช้ในการตัดสินใจเพื่อการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขการดำเนินโครงการให้เป็นไปตามทิศทางที่ต้องการ (3) ช่วยให้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการที่นำมาใช้ตัดสินใจ และวินิจฉัยว่าจะดำเนินโครงการในช่วงต่อไปอย่างไร ยกเลิกหรือปรับขยายการดำเนินโครงการต่อไปอีก (4) ช่วยให้ข้อมูลสารสนเทศที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของโครงการว่าเป็นอย่างไรคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ (5) ช่วยให้เกิดการเสริมแรง สร้างพลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงานในโครงการ เมื่อทราบผลสำเร็จ จุดเด่น หรือจุดด้อยของโครงการ จะได้ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินโครงการใหม่ให้มีคุณภาพ และมาตรฐานสูงขึ้น ซึ่งจะเกิดคุณค่าและประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับบริการหรือองค์กร

ประเภทของการประเมินโครงการ การประเมินโครงการแบ่งได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้เป็นหลัก ซึ่งแบ่งการประเมินได้เป็น 4 ลักษณะ คือ แบ่งโดยจำแนกตามลำดับเวลา วัตถุประสงค์ของการประเมิน สิ่งที่ถูกประเมิน และหลักยึดในการประเมิน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (1) แบ่งตามลำดับเวลาการบริหารโครงการ การประเมินเป็น 3 ระยะ คือ 1.1 การประเมินก่อนเริ่มโครงการหรือก่อนนำโครงการไปปฏิบัติ (Intrinsic evaluation) เป็นการประเมินที่อยู่ในขั้นตอนของการวางแผนโครงการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ก่อนลงมือดำเนินการจัดทำโครงการ ซึ่งอาจทำได้ใน 2 ลักษณะคือ (1) การศึกษาความเหมาะสมของโครงการ โดยอาจใช้เทคนิคของการสำรวจความต้องการ (Needs Assessment) หรืออาจจะใช้เทคนิคของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ที่จะทำให้มีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจริง (2) การวิเคราะห์โครงการหรือการประเมินร่างโครงการ (Project Appraisal or Analysis) เป็นการพิจารณาเอกสารโครงการเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของสิ่งที่กำหนดความสอดคล้องระหว่างหัวข้อต่าง ๆ ตั้งแต่หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินการ เพื่อให้ได้โครงการที่เสนอมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น 1.2 การประเมินขณะดำเนินงาน (On-going evaluation) เป็นการประเมินที่จัดทำในระหว่างดำเนินการโครงการโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาความก้าวหน้าของโครงการเป็นช่วง ๆ และเพื่อดูว่าการดำเนินโครงการได้เป็นไปตาม

แผนที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไรในแต่ละช่วงของการดำเนินงาน ข้อมูลสารสนเทศที่จะได้นำมาใช้ เพื่อการปรับปรุงการดำเนินโครงการเพื่อให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นในช่วงระยะต่อไป การประเมินขณะดำเนินงานนี้ ต้องอาศัยกลไกของระบบการกำกับติดตามงานมาช่วย จึงจะทำให้การประเมินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 1.3 การประเมินหลังการดำเนินโครงการ (Ex-post evaluation) เป็นการประเมินที่จัดทำขึ้นเมื่อการดำเนินโครงการเสร็จสิ้นลงแล้ว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการตรวจสอบดูว่า เมื่อได้ดำเนินโครงการจนสิ้นสุดแล้ว ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด ตลอดจนการติดตามตรวจสอบผลกระทบหรือผลข้างเคียงว่ามีอะไรเกิดขึ้นตามมาอีกบ้าง โดยมีจุดเน้นที่ (1) การประเมินผลที่เกิดขึ้น (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ของโครงการ และ (2) เป็นการประเมินผลรวมสรุปของโครงการทั้งหมด (Summative evaluation) 2) แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการประเมิน จำแนกการประเมินเป็น 2 ประเภท คือ 2.1 การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ (Formative evaluation) เป็นการประเมินขณะที่โครงการกำลังดำเนินการอยู่โดยมุ่งตรวจสอบ ควบคุม กำกับดูแลการดำเนินงาน ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าปัญหาอุปสรรคและข้อบกพร่องต่าง ๆ ในระหว่างการดำเนินโครงการ เพื่อนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของโครงการ 2.2 การประเมินผลรวมสรุป (Summative evaluation) เป็นการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นโครงการแล้ว เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการเพื่อมุ่งตรวจสอบว่าโครงการประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่กำหนดไว้หรือไม่ เพียงใด ผลการประเมินจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจว่าควรยุติโครงการ หรือดำเนินโครงการต่อไป หรือปรับขยายโครงการในช่วงระยะต่อไป 3) แบ่งตามสิ่งที่ถูกประเมิน จำแนกการประเมินเป็น 4 ประเภท คือ 3.1 การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation) เป็นการประเมินเกี่ยวกับนโยบาย เป้าหมาย สภาพเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาและความต้องการของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการว่ามีความสอดคล้องต่อการจัดทำโครงการหรือไม่ ตลอดจนทรัพยากรและข้อจำกัดต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการสารสนเทศที่ได้นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการให้มีความสอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานระดับสูงกว่าและบริบทหรือสภาพขององค์กรที่จัดทำโครงการ 3.2 การประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) เป็นการประเมินความพร้อมทั้งในเชิงคุณภาพและความพอเพียงของทรัพยากรต่าง ๆ ก่อนเริ่มโครงการว่ามีทรัพยากรพร้อมที่จะดำเนินโครงการได้หรือไม่สารสนเทศที่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการของการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินโครงการสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 3.3 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการประเมินขณะดำเนินงานหรือประเมินความก้าวหน้าของโครงการ สารสนเทศที่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจ เพื่อการปรับปรุงการดำเนินโครงการ 3.4 การประเมินผลผลิตหรือผลงาน (Product Evaluation) เป็นการประเมินหลังจากการดำเนินโครงการสิ้นสุดแล้ว ประกอบด้วยการประเมินผลลัพธ์ (Output Evaluation) โดยพิจารณาจากปริมาณและคุณภาพของผลผลิต เปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของโครงการและการประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) โดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของแผนงานหรือองค์การ สารสนเทศที่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจคุณค่าของผลผลิตของโครงการทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพเพื่อการตัดสินใจว่าควรคงโครงการไว้ ปรับขยายหรือยกเลิกโครงการ 4) แบ่งตามหลักยึดในการประเมิน จำแนกการประเมินเป็น 2 ประเภท คือ 4.1

การประเมินที่อิงวัตถุประสงค์/เป้าหมายของโครงการหรืองานเป็นเกณฑ์ (Goal Based Evaluation) เป็นการประเมินที่ตัดสินคุณค่าของโครงการจากการเปรียบเทียบผลของโครงการกับผลที่คาดหวังตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของโครงการ 4.2 การประเมินที่ไม่อิงวัตถุประสงค์/เป้าหมายของโครงการ (Goal-free Evaluation) เป็นการประเมินที่ไม่จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการประเมินให้สอดคล้องกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการกล่าวคือ การตัดสินคุณค่าของโครงการควรเน้นที่การตีค่าของผลทั้งหมดที่เกิดขึ้น (Actual Outcomes) จากโครงการ ซึ่งประกอบด้วยการประเมินผลที่คาดหวังตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการและผลที่ไม่ได้คาดหวัง

โดยในการประเมินครั้งนี้ได้ใช้รูปแบบการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ (1) การประเมินระยะเริ่มต้น (Intrinsic Evaluation) เพื่อศึกษาปัจจัยนำเข้า (Input) ที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์เพื่อการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ได้แก่ การประเมินบริบทชุมชนสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ และการวิเคราะห์ SWOT การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินโครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนร่วมกันของทุกภาคส่วน (2) การประเมินระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (On-going Evaluation) เพื่อศึกษากระบวนการ (process) ของการดำเนินงานตามโครงการที่ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ตรงตามเป้าหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และได้ข้อมูลในการเพิ่มเติมรายละเอียดของชิ้นงานที่ และการประเมินขีดความสามารถด้านการผลิตที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (3) การประเมินระยะหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Ex-post Evaluation) และการติดตามผล (Follow-up) เพื่อศึกษาผลผลิต (product) ผลลัพธ์ (outcome) และผลกระทบของโครงการ ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ ผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวชุมชน และเศรษฐกิจชุมชน

วิธีดำเนินการประเมิน

วิธีการดำเนินการประเมินใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative method) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) ซึ่งวิธีดำเนินการประเมินประกอบด้วย ประชากรที่ศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมิน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้ (1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณคือ กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 315 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการ ตัวแทนพัฒนากรชุมชน ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม และทีมนักออกแบบ (2) การเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมิน ดังนี้ (2.1) ศึกษาข้อมูลโครงการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบการประเมิน และเครื่องมือในการประเมิน (2.2) ดำเนินการประเมินก่อนดำเนินโครงการ (Intrinsic Evaluation) โดยสัมภาษณ์ผู้เก็บข้อมูลภาคสนาม และทีมนักออกแบบเพื่อศึกษาแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ความพร้อมหรือปัจจัยนำเข้า (Input) การประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ของผู้ประกอบการ และการวิเคราะห์ SWOT จากกลุ่มผู้ประกอบการ (2.3) ดำเนินการประเมินระหว่างดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) โดยการสอบถามผู้ประกอบการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาของฝากของที่ระลึก ความพึงพอใจในผลงานต้นแบบ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวและ

เศรษฐกิจชุมชน จากนั้นสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ ตัวแทนพัฒนากรชุมชน ตัวแทนทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม และตัวแทนทีมออกแบบ เพื่อประเมินผลสำเร็จตามปัจจัยชี้วัด ผลการดำเนินการตามกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่ายในการพัฒนาของฝากของที่ระลึก และปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ (2.4) ดำเนินการประเมินหลังดำเนินโครงการ (Ex-post Evaluation) โดยการสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความพึงพอใจโครงการ และผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน 3. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ประกอบด้วย (3.1) แบบประเมินความต้องการ (Needs Assessment) และการวิเคราะห์ SWOT กลุ่มผู้ประกอบการและชุมชน (3.2) แบบสอบถามผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาของฝากของที่ระลึก แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก จำนวน 7 ข้อ มีประเด็นดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (2) การบอกจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของท่านก่อนการออกแบบของที่ระลึก (3) การบอกจุดเด่นของชุมชนเพื่อส่งเสริมให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (4) การแจ้งความต้องการประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (5) การมีส่วนร่วมในการเข้ารับฟังการนำเสนอตัวอย่างผลงานของที่ระลึก (6) การมีส่วนร่วมในการเลือกต้นแบบของที่ระลึกที่ท่านจะนำไปจำหน่าย (7) การมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะผลงานต้นแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนา โดยใช้ในการประเมินว่าผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในแต่ละประเด็นหรือไม่ (2) ความพึงพอใจของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก จำนวน 5 ข้อ มีประเด็นดังนี้ (1) ความพึงพอใจการทำงานของทีมงานเก็บข้อมูล (2) ความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบของที่ระลึก (3) ผลงานต้นแบบแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ (4) ผลงานต้นแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม และตรงใจ (5) ความพึงพอใจในราคาต้นทุนของฝากของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้น โดยใช้ในการประเมินระดับความพึงพอใจ แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ ไม่พอใจ มีความพึงพอใจอยู่บ้าง มีความพึงพอใจ และมีความพึงพอใจมาก (3) ความมุ่งหวังของผู้ประกอบการและชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนและเศรษฐกิจชุมชน จำนวน 7 ข้อ มีประเด็นดังนี้ (1) ของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่สามารถนำไปขายได้จริงในชุมชน (2) รูปแบบของที่ระลึกจะให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ (3) ราคาของที่ระลึกจะให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ (4) หลังจากผลงานของที่ระลึกจากโครงการจำหน่ายหมด จะยังคงผลิตของที่ระลึกจำหน่ายต่อไป (5) สามารถหาวัตถุดิบเพื่อผลิตของที่ระลึกรูปแบบใหม่ได้ภายในจังหวัด (6) ของที่ระลึกรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว/การค้าของจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ (7) การช่วยผลักดันของที่ระลึกนี้ให้เป็นที่ต้องการและยอมรับเป็นสินค้าประจำจังหวัด โดยใช้ในการประเมินระดับความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ไม่สามารถทำได้แน่นอน น่าจะสามารถทำได้บ้าง น่าจะสามารถทำได้ และสามารถทำได้แน่นอน

7.1 ประเด็นสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ในประเด็นผลสำเร็จตามปัจจัยชี้วัด ผลการดำเนินการตามกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่ายในการพัฒนาของฝากของที่ระลึก และปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ 7.2 แบบสอบถามตัวแทนผู้ประกอบการเกี่ยวกับความพึงพอใจโครงการ โดยมีประเด็นคำถามจำนวน 8 ข้อ ดังนี้ (1) ของฝากของที่ระลึกเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ (2) ฉลากผลิตภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ระบุรายละเอียดผู้ผลิตและช่องทางการติดต่อเพื่อซื้อสินค้าภายหลัง (3) บรรจุภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าซื้อ (4) ของฝากของที่ระลึกสามารถดึงดูดสายตาให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์ได้ (5) ของฝากของที่ระลึกสามารถแบ่ง

บอกให้ทราบได้ว่าเป็นสินค้าจากจังหวัดกาฬสินธุ์ (6) ผู้ประกอบการมีกำลังการผลิตของฝากของที่ระลึกได้อย่างต่อเนื่อง (7) ความพึงพอใจในการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (8) ความพึงพอใจต่อภาพรวมโครงการโดยใช้การประเมินระดับความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ไม่พึงพอใจ มีความพึงพอใจเล็กน้อย มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจมาก และมีความพึงพอใจมากที่สุด 8. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

กรอบการประเมินโครงการ การประเมินกระบวนการดำเนินโครงการตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดโครงการ ซึ่งแบ่งการประเมินเป็น 3 ช่วง ได้แก่ (1) การประเมินก่อนดำเนินโครงการ (Ex-ante Evaluation) เพื่อหาข้อมูลมาตัดสินใจในการดำเนินโครงการ ลักษณะสำคัญของการประเมินก่อนดำเนินโครงการ จึงเป็นการประเมินเพื่อศึกษาความเหมาะสมที่จะดำเนินโครงการ มุ่งตรวจสอบความจำเป็น ความเป็นไปได้ ความพร้อมหรือปัจจัยนำเข้า (Input) โดยนำข้อมูลมาตัดสินใจวางแผนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง (2) การประเมินระหว่างดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) เป็นการประเมินในระหว่างที่โครงการดำเนินการอยู่ประเมินกระบวนการ (Process) การดำเนินโครงการ เพื่อหาข้อมูลมาตัดสินใจปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการปฏิบัติการโครงการ ในระยะต่อไปให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพสูงสุด (4) การประเมินหลังดำเนินโครงการ (Ex-post Evaluation) ลักษณะสำคัญของการประเมินโครงการ จะเป็นการประเมินหลังจากโครงการสิ้นสุดแล้ว เพื่อศึกษาผลการดำเนินโครงการว่ามีประสิทธิภาพประสิทธิผลหรือผลทั้งทางตรงทางอ้อมอย่างไร ซึ่งการประเมินเมื่อสิ้นสุดโครงการนั้น อาจแบ่งออกเป็นประเภทย่อยได้ 5 ประเภท คือ การประเมินผลผลิต (Outputs) ผลลัพธ์ (Outcomes) ผลกระทบ (Impacts) การประเมินด้วยการติดตามผลหลังสิ้นสุดโครงการไปแล้วระยะหนึ่ง และการประเมินงานในการประเมินโครงการ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การประเมินการดำเนินโครงการ

ช่วงเวลาที่ทำการประเมิน	วัตถุประสงค์การประเมิน	เทคนิคการประเมิน	ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือ
การประเมินก่อนดำเนินโครงการ (Ex-ante Evaluation)	เพื่อตรวจสอบความพร้อมของปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ 1. ความต้องการของฝากของที่ระลึกของผู้ประกอบการ 1. ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน 3. ประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ	- การประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) - เทคนิค SWOT Analysis	- ผู้ประกอบการและชุมชน	- แบบประเมินความต้องการ (Needs Assessment) - การวิเคราะห์ SWOT จากกลุ่มผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การประเมินระหว่าง ดำเนินโครงการ (On- going Evaluation)	เพื่อตรวจสอบความ ถูกต้อง ครบถ้วนของ กระบวนการตาม ปัจจัยชี้วัด ดังนี้ 1. การมีส่วนร่วมของ ผู้ประกอบการ 2. ความพึงพอใจ ผลงานต้นแบบ 3. ความคาดหวังต่อ การท่องเที่ยวชุมชน 4. ความคาดหวังต่อ เศรษฐกิจชุมชน 5. ปัญหาอุปสรรคใน การดำเนินโครงการ	การกำกับ ติดตามผลการ ดำเนินงาน (Monitoring Evaluation)	- ผู้ประกอบการ และชุมชน - พัฒนาการ อำเภอ - ทีมเก็บข้อมูล ภาคสนาม - ทีมนัก ออกแบบ	- แบบสอบถาม ผู้ประกอบการและ ชุมชนในการพัฒนา ของฝากของที่ระลึก - ประเด็นสัมภาษณ์
การประเมินหลังดำเนิน โครงการ (Ex-post Evaluation)/	เพื่อสรุปผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบที่ เกิดขึ้นจากการ ดำเนินงาน ดังนี้ 1. ความพึงพอใจต่อ โครงการ 2. ผลกระทบต่อการ ท่องเที่ยว 3. ผลกระทบต่อ เศรษฐกิจชุมชน	- การประเมิน เพื่อสรุปรวม (Summative Evaluation) - การประเมิน ผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) - การประเมินผล กระทบของ โครงการ (Impacts Evaluation)	- ผู้ประกอบการ และชุมชน	- แบบสอบถาม ความพึงพอใจ โครงการ - ประเด็นสัมภาษณ์

ผลการประเมิน

สรุปผลสำเร็จโดยอิงจากจากปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของโครงการ การดำเนินโครงการมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากภัณฑ์ เป็นชิ้นงานออกแบบต้นแบบของฝากของที่ระลึกที่มีอัตลักษณ์และรูปแบบทันสมัย โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 315 ผลิตภัณฑ์ ให้กับชุมชนจำนวน 63 ชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งถือว่าการดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพ บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยความสำเร็จตามปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของโครงการ ประเมินได้จากความต้องการการพัฒนาของฝากของที่ระลึกของผู้ประกอบการ และความพึงพอใจผลลัพธ์ชิ้นงานที่สำเร็จ มีรายละเอียดดังนี้ รายชื่อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกผู้ประกอบการต้องการและได้รับการพัฒนา จากการสอบถามผู้ประกอบการได้มีการแจ้งผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่ต้องการ และได้ผ่านการคัดเลือกในโครงการ การออกแบบและพัฒนาต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตรายผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน พบว่าความต้องการการพัฒนาของฝากของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน แบ่งตามประเภทสินค้า OTOP มีผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) ความต้องการประเภทของใช้ เช่น เครื่องจักสานไม้ไผ่ สานพลาสติก กระเป๋า จำนวน 173 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 54.92 ซึ่งเป็นประเภทความต้องการสูงสุด (2) ความต้องการประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าพื้นเมือง ผ้าไหม ผ้าขาวม้า เสื้อยืด จำนวน 93 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 29.52 (3) ความต้องการประเภทอาหาร เช่น อาหารแปรรูปจากปลา ผักอินทรีย์ จำนวน 38 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 12.06 (4) ความต้องการประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น สมุนไพร จำนวน 11 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 3.5 (5) ไม่มีการแจ้งความต้องการประเภทเครื่องดื่ม

สรุปความพึงพอใจผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่สำเร็จ หลังจากผ่านกระบวนการพัฒนาชิ้นงานต้นแบบของฝากของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ ตรายผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน ผู้ประเมินได้ทำการประเมินความพึงพอใจผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก โดยใช้แบบสอบถาม และการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการและชุมชนจำนวน 40 คน จาก 20 ชุมชน ในขณะที่มีการส่งมอบชิ้นงาน ซึ่งสรุปความพึงพอใจที่เป็นความสำเร็จตามปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก

ประเด็นการพิจารณา		ระดับความพึงพอใจผลลัพธ์		
		พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด
1. ของฝากของที่ระลึกเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ	จำนวน	1	3	36
	ร้อยละ	2.5	0.5	90.0
2. ฉลากผลิตภัณฑ์ และตรายผลิตภัณฑ์ระบุรายละเอียดผู้ผลิต และช่องทางการติดต่อเพื่อซื้อสินค้าภายหลัง	จำนวน	-	1	๓๙
	ร้อยละ	-	2.5	97.5

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็นการพิจารณา		ระดับความพึงพอใจผลลัพธ์		
		พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจมาก	พึงพอใจมากที่สุด
3. บรรจุภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าซื้อ	จำนวน	-	4	36
	ร้อยละ	-	10.0	90.0
4. ของฝากของที่ระลึกสามารถดึงดูดสายตาให้เกิดความสนใจผลิตภัณฑ์ได้	จำนวน	-	5	35
	ร้อยละ	-	5.0	87.5
5. ของฝากของที่ระลึกสามารถบ่งบอกให้ทราบได้ว่าเป็นสินค้าจากจังหวัดกาฬสินธุ์	จำนวน	3	5	32
	ร้อยละ	7.5	12.5	80.0
6. ผู้ประกอบการมีกำลังการผลิตของฝากของที่ระลึกได้อย่างต่อเนื่อง	จำนวน	-	4	36
	ร้อยละ	-	10.0	90.0
7. ความพึงพอใจในการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	จำนวน	2	7	31
	ร้อยละ	5.0	17.5	77.5
8. ความพึงพอใจต่อภาพรวมโครงการ	จำนวน	-	5	35
	ร้อยละ	-	12.5	87.5

จากตารางข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการและชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุดในการดำเนินการโครงการ ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่แสดงถึงความครบถ้วนของการให้รายละเอียดของผู้ประกอบการ กล่าวคือ การมีหลากหลายผลิตภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ระบุรายละเอียดผู้ผลิต และช่องทางการติดต่อเพื่อซื้อสินค้าภายหลัง (ร้อยละ 97.50) รองลงมา มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นของฝากของที่ระลึกเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ เท่ากันกับประเด็นบรรจุภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกมีความสวยงาม น่าซื้อ และเท่ากับประเด็นผู้ประกอบการมีกำลังการผลิตของฝากของที่ระลึกได้อย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 90) และมีความพึงพอใจต่อภาพรวมโครงการเป็นลำดับที่สาม (ร้อยละ 87.50) ซึ่งแสดงถึงผู้ประกอบการเป็นประโยชน์ และคุณค่าของการดำเนินโครงการนี้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์มีตัวแทนผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของโครงการดังนี้

“ชอบมากของที่ออกแบบมา ชอบคุณโครงการ เด็กทีมงานตั้งแต่ตอนมาถามครั้งแรก เด็กน่ารัก ตั้งใจทำงานดีมาก ชอบ ชอบทุกอย่างเลย” ตัวแทนผู้ประกอบการอำเภอเมือง

“สีของฉลากก็ชอบ มีชื่อและที่อยู่ชัด เผื่อคนซื้อเค้าตั้งใจแล้วมาซื้อใหม่ หรือโทรมาสั่งซื้อก็ได้ ก็คงทำขายต่อเองด้วย เพราะมันคล้ายกับสิ่งที่เรามีในหมู่บ้าน ทำต่อได้เลย” ตัวแทนผู้ประกอบการอำเภอสหัสขันธ์

“ของที่ระลึกที่ได้มาก็เป็นไปตามความต้องการที่เราบอกไปตั้งแต่แรก ตอนที่ไปที่โรงแรมให้ไปดูต้นแบบ ก็ไม่ได้ปรับอะไร ออกแบบมาดีแล้ว” ตัวแทนผู้ประกอบการอำเภอเขาวง

สรุปประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาของฝากของที่ระลึก พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 232 คน ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการทำงานในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน โดยขั้นตอนที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การเข้ารับฟังการนำเสนอตัวอย่างผลงานของที่ระลึก การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และการมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะผลงานต้นแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนา ซึ่งมีรายละเอียดดังตาราง 3

ตารางที่ 3 ประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินการ		การมีส่วนร่วมในการทำงาน	
		ไม่ได้มีส่วนร่วม	มีส่วนร่วม
1. การมีส่วนร่วมในการเข้ารับฟังการนำเสนอตัวอย่างผลงานของที่ระลึก	จำนวน	1	231
	ร้อยละ	0.43	99.57
2. การมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	จำนวน	2	230
	ร้อยละ	0.86	99.14
3. การมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะผลงานต้นแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนา	จำนวน	2	230
	ร้อยละ	0.86	99.14
4. การบอกจุดเด่นของชุมชนเพื่อส่งเสริมให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	จำนวน	5	227
	ร้อยละ	2.16	97.84
5. การแจ้งความต้องการประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	จำนวน	5	227
	ร้อยละ	2.16	97.84
6. การมีส่วนร่วมในการเลือกต้นแบบของที่ระลึกที่ท่านจะนำไปจำหน่าย	จำนวน	5	227
	ร้อยละ	2.16	97.84
7. การบอกจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของท่านก่อนการออกแบบของที่ระลึก	จำนวน	7	225
	ร้อยละ	3.02	96.98

นอกจากนั้นในขณะที่กำลังดำเนินโครงการ ผู้ประเมินได้สอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน มีผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีความพึงพอใจในระดับดีมาก จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผลงานต้นแบบของที่ระลึกมีความสวยงามและตรงใจ คิดเป็นร้อยละ 84 (ค่าเฉลี่ย 3.36) ผลงานต้นแบบแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ คิดเป็นร้อยละ 83.25 (ค่าเฉลี่ย 3.33) ความพึงพอใจการทำงานของทีมเก็บข้อมูล และความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบของที่ระลึกเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 82.50 (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความพึงพอใจในราคาต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนที่พัฒนาขึ้น คิดเป็นร้อยละ 82.00 (ค่าเฉลี่ย 3.28) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการและชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการ		ความพึงพอใจในช่วงการพัฒนา			
		พึงพอใจ อยู่บ้าง	พึงพอใจ	พึงพอใจ มาก	ค่าเฉลี่ย
1. ผลงานต้นแบบของที่ระลึกมีความสวยงาม และ ตรงใจ	จำนวน	14	121	97	3.36
	ร้อยละ	6.03	52.16	41.81	
2. ผลงานต้นแบบแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของ จังหวัดกาฬสินธุ์	จำนวน	14	127	91	3.33
	ร้อยละ	6.03	54.74	39.22	
3. ความพึงพอใจการทำงานของทีมเก็บข้อมูล	จำนวน	22	118	92	3.33
	ร้อยละ	9.48	50.85	39.66	
4. ความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบของที่ระลึก	จำนวน	11	141	80	3.33
	ร้อยละ	4.74	60.78	34.48	
5. ความพึงพอใจในราคาต้นทุนของฝากของที่ ระลึกที่พัฒนาขึ้น	จำนวน	18	128	84	3.28
	ร้อยละ	7.76	55.17	36.21	

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พัฒนกรอำเภอกอ ทิมนักออกแบบ และทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่า ใน
การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนผู้ประกอบการจะมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นถึงการพัฒนาชิ้นงานของฝาก
ของที่ระลึกตลอดเวลา โดยแต่ละขั้นตอนจะมีการประสานการทำงานดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ขั้นตอนการทำงาน

ขั้นตอนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ	หน้าที่
ขั้นการสำรวจความต้องการและ ศึกษาบริบท อัตลักษณ์ชุมชน	ผู้ประกอบการ	อธิบายความต้องการ และอัตลักษณ์ชุมชน
	ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม	บันทึกข้อมูลลงแบบการเก็บข้อมูลภาคสนาม
	ทิมนักออกแบบ	ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากบันทึก การเก็บข้อมูล
	พัฒนกรอำเภอกอ	ประสานการลงพื้นที่ของทีมเก็บข้อมูล
ขั้นการพัฒนาชิ้นงาน	ผู้ประกอบการ	เข้าร่วมประชุมการนำเสนอชิ้นงานต้นแบบ
	ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม	- ประชุมกับทิมนักออกแบบเพื่ออธิบาย รายละเอียดแต่ละชิ้นงาน - ประสานงานนัดวันเวลาการประชุม นำเสนอชิ้นงานต้นแบบ - สำรวจและหาแหล่งผลิตในพื้นที่

ขั้นตอนการทำงาน	ผู้รับผิดชอบ	หน้าที่
	ทีมนักออกแบบ	- ร่วมประชุมกับทีมเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ตรงกัน - ออกแบบชิ้นงานต้นแบบ - นำเสนอชิ้นงานต้นแบบต่อที่ประชุมร่วมกับทีมเก็บข้อมูลและผู้ประกอบการ - ปรับปรุงชิ้นงานต้นแบบตามข้อเสนอแนะ
	พัฒนากรอำเภอ	เข้าร่วมประชุมการนำเสนอชิ้นงานต้นแบบ
ขั้นการผลิตชิ้นงาน และส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก	ผู้ประกอบการ	ตรวจรับผลิตภัณฑ์ที่ระลึก
	ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม	- นัดประชุมเพื่อแสดงผลงานเพื่อยืนยันการผลิต - ประสานโรงงานในพื้นที่เพื่อผลิตชิ้นงาน - ประสานงานการลงพื้นที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก
	ทีมนักออกแบบ	ส่งมอบชิ้นงานต้นแบบสำหรับสั่งผลิต
	พัฒนากรอำเภอ	ประสานการลงพื้นที่และรับทราบการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ระลึก

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังอธิบายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชิ้นงานไว้ดังตัวอย่างดังนี้

“แม่ได้มีส่วนร่วมกับทีมเก็บข้อมูลตั้งแต่มาลงพื้นที่ที่บ้าน มาถามว่าต้องการพัฒนาเรื่องอะไรบ้าง ก็ตอบเขาไปว่าเรามีสินค้าอะไรอยู่ อยากได้กล่องแบบไหน สีก็แล้วแต่ทางคนออกแบบจะเห็นว่าสีใดสวยก็เอาแบบนั้น” ผู้ประกอบการ

“ทางเราชอบมาเลยนะงานที่ออกมา พอใจทุกอย่าง แต่ไม่ได้ให้คะแนนเต็มนะ เดียวจะไม่ได้พัฒนา แต่ที่จริงพอดูผลงานต้นแบบแล้วก็ชอบเลย ไม่ได้ให้เค้าปรับอะไร” ผู้ประกอบการ

“แต่แรกเลยเราประชุมกับผู้ประกอบการว่าต้องการปัจจัยการผลิต แต่พอเริ่ม TOR ก็ได้มาเป็นเรื่องนี้ แต่ก็ยังเป็นที่ต้องการของชาวบ้านเหมือนกัน ในระหว่างนี้เราก็ช่วยประสานการลงพื้นที่ของน้อง ๆ ที่ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ที่ผ่านมามองเห็นว่าบริษัททำกันเต็มทีมาก ๆ” พัฒนาการอำเภอ

“การทำงานเราได้เจอกับแม่ ๆ ตลอด เบอร์โทรต้องมีไว้เลย เพราะเราคุยกับแม่เสร็จ ก็ไปคุยกับทีมออกแบบ ถ้าทีมออกแบบถามอะไรเพิ่มเติมก็โทรหาแม่ ๆ เลย ที่ผ่านมาก็ทำงานกับแม่ ๆ สนุกดี เรียกว่าลงพื้นที่บ้านไหน ก็ได้ของกินกลับมาเพียบ โดยเฉพาะปลาข้าวบอง ได้มาจากแทบทุกหมู่บ้านเลย” ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม

“ทำงานลงพื้นที่สนุกดีค่ะ แต่อย่างวันนี้มีนัดประชุมดูชิ้นงานต้นแบบก็จะเหนื่อยหน่อย เพราะเจอกันหมด ก็มีคนที่มาไม่ได้บ้าง ส่งคนในกลุ่มมาแทน แต่ไม่ได้เป็นคนให้ข้อมูลตั้งแต่แรก ก็ต้องอธิบายให้เค้าฟัง ตั้งแต่เริ่มอีกครั้ง ว่าแจ้งความต้องการมาอย่างไร แล้วทำไมถึงได้เป็นของที่ระลึกชิ้นนี้”

ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม

“แม้ว่าเราไม่ได้ลงเก็บข้อมูลตั้งแต่ต้นกับทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม เพราะทีมเราส่วนใหญ่ทำงานกันที่กรุงเทพฯ แต่หลังจากที่เราได้ข้อมูลมาก็ได้ประชุมกับทีมเก็บข้อมูลถึงรายละเอียดแต่ละชิ้น เราทำงานกันหนักมากเพราะมีเวลาที่จำกัด วันนี้พอต้นแบบเสร็จ ได้มาพูดคุยกับชาวบ้านผู้ประกอบการก็ไม่มีอะไรปรับเปลี่ยนเยอะ มีสัก 5% นะ ที่ต้องมีการแก้ไขใหม่ นอกนั้นก็ปรับเล็กน้อย ซึ่งถือว่าไม่เยอะ” ทีมนักออกแบบ

“ถ้าถามว่าเจอการออกแบบชิ้นไหนยาก ๆ ไหม ก็มีนะ อย่างของบ้านธาตุ สัญลักษณ์เด่น ๆ ที่เป็นจุดขายก็คือพระธาตุ เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่บอกมาว่าไม่ยากให้มีรูปหรือสัญลักษณ์อะไรเกี่ยวกับพระธาตุเลย เพราะพระธาตุเป็นของสูง เราก็ต้องดีไซน์ใหม่” ทีมนักออกแบบ

สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวชุมชน จากการประเมินความมุ่งหวังของผู้ประกอบการและชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ผู้ประกอบให้ความเห็นถึงความมุ่งหวังและเป็นไปได้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยลงคะแนนความเห็นจากคะแนนเต็ม 4 คะแนน เห็นว่าของที่ระลึกรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว/การค้าของจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ คิดเป็นร้อยละ 90.75 (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนรูปแบบของที่ระลึกจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 87 (ค่าเฉลี่ย 3.48) และราคาของที่ระลึกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 86.75 (ค่าเฉลี่ย 3.47) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการ		ความมุ่งหวังของผู้ประกอบการและชุมชน			
		น่าจะทำได้บ้าง	คิดว่าทำได้แน่	ทำได้แน่นอน	ค่าเฉลี่ย
1. ของที่ระลึกรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว/การค้าของจังหวัดกาฬสินธุ์ได้	จำนวน	14	58	160	3.63
	ร้อยละ	6.03	25.00	68.97	
2. รูปแบบของที่ระลึกจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ	จำนวน	28	65	139	3.48
	ร้อยละ	12.07	28.02	59.91	
3. ราคาของที่ระลึกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อ	จำนวน	31	60	141	3.47
	ร้อยละ	13.36	25.86	60.78	

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบว่า การพัฒนาของฝากของที่ระลึกเป็นการสนับสนุนต่อการท่องเที่ยวชุมชนในการมีสินค้าของฝาก เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมในชุมชน แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับของฝากนั้นจะถูกใจนักท่องเที่ยวหรือไม่ ดังตัวอย่างดังนี้

“เวลาเราไปที่ไหนเราก็อยากได้ของฝากไปให้คนที่บ้าน เพราะฉะนั้นของฝากมันต้องดึงดูดใจคนซื้อได้ ที่สำคัญต้องสวย ไม่แพง เราก็คิดถึงใจเราว่าถ้าเป็นเรา เราจะซื้อไหม ของแบบไหนที่เราจะซื้อ เราก็จะทำแบบนั้นมาขาย” ตัวแทนผู้ประกอบการอำเภอภูผาอินทร์

“กาพลินธุ์เด่นเรื่องผ้าไหมแพรวา แต่ราคาก็จะสูง เราก็เอาเศษผ้ามาทำเป็นของที่ระลึกก็จะราคาถูกหน่อย คนมาเที่ยวก็ซื้อหาได้ง่าย ตัดสินใจซื้อง่าย เวลาเอาไปวางขายก็ต้องพยายามวางให้เค้ามองเห็น” ตัวแทนผู้ประกอบการอำเภอดำรง"

สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน ผลจากการสอบถามความมุ่งหวังต่อการท่องเที่ยวชุมชน และเศรษฐกิจชุมชน จากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 232 คน พบว่า ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุมชนมีผลต่อเศรษฐกิจชุมชนอย่างแน่นอน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ยังคงผลิตของที่ระลึกจำหน่ายต่อไปแม้สิ้นสุดโครงการไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 92.25 (ค่าเฉลี่ย 3.69) จะผลักดันให้ของที่ระลึกเป็นที่ต้องการและยอมรับเป็นสินค้าประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 91 (ค่าเฉลี่ย 3.64) สามารถหาวัตถุดิบเพื่อผลิตของที่ระลึกรูปแบบใหม่ได้ภายในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 89.75 (ค่าเฉลี่ย 3.59) และของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่สามารถนำไปขายได้จริงในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 87.50 (ค่าเฉลี่ย 3.50) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปผลการดำเนินโครงการที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการ		ความมุ่งหวังของผู้ประกอบการและชุมชน			
		น่าจะทำได้บ้าง	คิดว่าทำได้แน่	ทำได้แน่นอน	ค่าเฉลี่ย
1. หลังจากผลงานของที่ระลึกจากโครงการจำหน่ายหมด ท่านจะยังคงผลิตของที่ระลึกจำหน่ายต่อไป	จำนวน	14	43	175	3.69
	ร้อยละ	6.03	18.53	75.44	
2. ท่านจะช่วยผลักดันของที่ระลึกนี้ให้เป็นที่ต้องการและยอมรับเป็นสินค้าประจำจังหวัด	จำนวน	11	61	160	3.64
	ร้อยละ	4.74	26.29	68.97	
3. ท่านสามารถหาวัตถุดิบเพื่อผลิตของที่ระลึกรูปแบบใหม่ได้ภายในจังหวัดของท่าน	จำนวน	17	61	154	3.59
	ร้อยละ	7.33	26.29	66.38	
4. ของที่ระลึกที่ออกแบบใหม่สามารถนำไปขายได้จริงในชุมชน	จำนวน	32	50	150	3.50
	ร้อยละ	13.78	21.56	64.66	

จากการสัมภาษณ์ให้ข้อมูล พบว่า การพัฒนาของฝากของที่ระลึกส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนได้ เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแล้วก็อยากมีของฝากติดไม้ติดมือกลับบ้าน ซึ่งล้วนแต่เป็นการนำรายได้เข้าสู่ชุมชน แต่ทั้งนี้ควรมีการให้ความรู้เรื่องการตลาดด้วย ดังตัวอย่างดังนี้

“สินค้าของเราเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่ก็ต้องเข้ามาซื้อถึงที่เราไม่ได้มีขายที่อื่น แต่อยากให้มีจุดวางขายของที่ระลึกของที่ระลึกของแต่ละอำเภอ เราเชื่อว่าขายได้แน่นอน แล้วก็มีการโปรโมทให้นักท่องเที่ยวรู้ จะได้มีคนมาซื้อ” ผู้ประกอบการ

“ถ้าเป็นตอนนี้แม้ว่า แม่ขายได้นะ แต่เรื่องตั้งราคาก็แล้วแต่ของใครของมัน เราไม่ได้มีราคากลางบังคับว่าอันนี้ต้องขายกี่บาท ก่อนหน้านี้ก็เคยมี ขายหมดแล้วหมดไป เพราะเราก็ไม่รู้จะไปสั่งผลิตได้ที่ไหนอีก เพราะตอนที่เค้าเอามาให้ เค้าไม่ได้บอกว่าหมดแล้วไปสั่งที่ไหน หลัง ๆ นี่ก็ดีที่พอหมดแล้วบอกผู้ใหญ่ได้ แล้วผู้ใหญ่ก็จะไปสั่งให้ แต่แม่เองก็รู้ว่าผู้ใหญ่ไปสั่งที่ไหน” ผู้ประกอบการ

“ที่ผ่านมามาภาครัฐช่วยพี่น้องมาก ไม่ได้มีแค่ พช. หน่วยเดียวที่เข้ามา ยังมี กศน. วัฒนธรรม เกษตร เข้ามาหมด ชาวบ้านพี่น้องเราก็รับหมดนะ แต่ก็จะมีหลายพวก บางคนก็หัวไวใจสู้ บางคนก็รอดูที่ท่า คือดูก่อนว่าจะทำดีไหม บางคนก็เบี่ยงตาเล็งเล คือดูนะแต่ไม่ทำ บางคนก็หันเหหัวคือ คือไม่สนใจแล้วยังคนอื่นอีก พวกก็ไม่ว่าไหนเลย คือมีทุกรูปแบบแหละ แต่พวกที่คัดมาแล้ว อย่างที่เห็นนี่จะเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการพัฒนา แล้วเป็นประโยชน์จากสิ่งที่ภาครัฐให้” พัฒนาการอำเภอ

“เราตั้งใจไว้แต่แรกแล้วว่า ของที่ระลึกนี่จะต้องทำเองได้จากสิ่งที่อยู่ในชุมชน บางทีของราคา 10 บาท แต่จะสั่งให้ใส่ถุงอีก 10 บาท ก็กลายเป็น 20 บาทแล้วเปล่า แล้วจะต้องตั้งราคาขายเท่าไรถึงจะได้กำไร หรือต้องสั่งกล่องแบบนี้จากกรุงเทพเท่านั้น มันก็ไม่ได้ เราพยายามให้ใช้วัสดุในท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด ไม่งั้นจะกลายเป็นของที่เหมือนที่อื่นไป” ทีมนักออกแบบ

“ตอนเริ่มเก็บข้อมูลเราพยายามซักถามสิ่งที่แม่ ๆ มีในพื้นที่ ว่ามีอะไรบ้างที่จะนำมาพัฒนาเป็นของฝากของที่ระลึกได้ แล้วต้องคำนึงถึงว่าถ้าหมดโครงการนี้ไป ก็จะสามารถผลิตขายได้ต่อไป แต่เท่าที่เราดูก็คิดว่าน่าจะผลิตขายเองได้ แต่บางอย่างเราจะต้องไปสอนวิธีการประกอบกล่อง ตัดโลโก้ตรงไหน หรือเอาไปวางขายตรงไหนให้กลุ่มแม่ ๆ ด้วย” ทีมเก็บข้อมูลภาคสนาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการ จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ ได้มีการให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สรุปได้ดังนี้ (1) ต้องการผู้ฝึกสอนรูปแบบของที่ระลึกบางอย่าง วิทยากรสอนอาชีพให้ ควรมีคำแนะนำการจัดทำของที่ระลึก (2) อยากให้มีการจัดอบรมทุก ๆ 3 เดือน เพื่อกระตุ้นผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น (3) ขอให้เจ้าหน้าที่ลงไปแนะนำการจัดสถานที่ที่จะนำมาจำหน่ายเป็นของที่ระลึก (4) อยากให้ทีมผู้จัดออกติดตามกลุ่มเรื่อย ๆ อย่าทิ้งกลุ่มกลางคัน ขอให้ดูแลกลุ่มตลอดไป (5) ในการออกแบบเมื่อเสร็จสิ้นแล้ว ควรให้ไฟล์ต้นแบบหรือที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถจัดซื้อหรือสั่งทำได้เมื่อหมดไป และเพื่อความสะดวกรวดเร็วที่จะสั่งทำต่อเนื่องต่อไป (6) ของบประมาณสนับสนุนการจัดซื้อวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต เช่น อุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักรสาน ด้ายทอผ้า (7) อยากให้ตลาดให้ ทางกรมความร่วมมือเสนอแนะสินค้าให้ขายออก (8) อยากให้มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุก ๆ ปี (9) เป็นโครงการที่ดีควรจัดให้มีการอบรมไปเรื่อย ๆ เพื่อกระตุ้นให้มีความรู้ความสามารถไปปรับใช้ในชุมชน ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ให้ข้อคิดเห็นว่าเป็นโอกาสที่มี

ประโยชน์มาก จะพัฒนาผลงาน ผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และมีความสุขงานขึ้น และขอขอบคุณหน่วยงานทุกหน่วยที่สนับสนุนโครงการนี้

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการ การเก็บข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนพบว่า แม้การทำงานของทีมเก็บข้อมูลภาคสนามจะได้ข้อมูลมาก่อนข้างละเอียด แต่การที่ทีมนักออกแบบไม่เห็นชิ้นงานของที่ระลึกของจริงที่จะนำมาพัฒนา ทำให้การออกแบบทำได้ช้าลง เพราะจะต้องจินตนาการลักษณะชิ้นงานตามข้อมูลที่อยู่ในกระดาษ **ข้อเสนอแนะ** เพื่อให้การทำงานของทีมนักออกแบบทำได้ละเอียดขึ้น ควรจัดให้ทีมนักออกแบบลงพื้นที่ร่วมกับทีมเก็บข้อมูลอย่างน้อยหนึ่งครั้ง เพื่อเป็นการร่างต้นแบบชิ้นงาน (prototype) ตั้งแต่พูดคุยกับผู้ประกอบการ เพื่อยืนยันความต้องการก่อน แล้วจึงนำร่างต้นแบบมาต่อเติมรายละเอียดให้สมบูรณ์ ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนการเข้าประชุมระหว่างทีมเก็บข้อมูลและทีมนักออกแบบ แต่ทั้งนี้ระยะเวลาในการทำงานต้องมีมากกว่าเดิม เพราะแม้ขั้นตอนจะลดลง แต่ระยะเวลาการลงพื้นที่และการพูดคุยกับผู้ประกอบการจะใช้ระยะเวลานานขึ้น ปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการปัจจัยการผลิต เช่น ด้ายทอผ้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องจัดหาเพื่อทำผลิตภัณฑ์ของตนเองหรือของกลุ่มอยู่แล้ว ซึ่งจะไม่ตรงกับสิ่งที่ต้องการพัฒนา เพราะในการพัฒนาของฝากของที่ระลึกตามโครงการ เป็นการนำสิ่งที่ผู้ประกอบการมีอยู่แล้ว มาปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพื่อสร้างชิ้นงานใหม่เป็นของที่ระลึก โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนที่มีในชุมชนหรือในกลุ่ม ซึ่งผู้ประกอบการบางคนไม่เข้าใจรูปแบบของโครงการนี้ บางคนยังเข้าใจว่าจะมีเงินสนับสนุนให้ด้วย เมื่อผู้ประกอบการได้สัมภาษณ์พูดคุยก็บอกเพียงแต่จะให้ทางโครงการเอาเงินมาให้ แล้วเค้าจะเอาไปพัฒนาเอง และเมื่อถามต่อว่าพัฒนาอย่างไร ก็ได้รับคำตอบว่าไปซื้อของที่ที่ต้องการมาทำหรือไม่ก็จ้างคนมาช่วย ควรมีการชี้แจงความเข้าใจโครงการต่อผู้ประกอบการก่อนการเริ่มต้นโครงการ เพื่อแก้ปัญหาความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของผู้ประกอบการ และทำให้การทำงานของแต่ละฝ่ายเข้าใจตรงกัน ปัญหาผู้ประกอบการไม่ทราบว่าตนเองต้องการพัฒนาของฝากของที่ระลึกอะไร บางคนแจ้งกับทีมเก็บข้อมูลว่าเอาแบบเดิมที่มี เช่น ถุงกระดาษเปล่า ๆ ไม่ต้องสกรีนอะไร เพราะถ้าใช้หมดแล้วจะได้หาซื้อได้เอง หรือบางคนมีตราผลิตภัณฑ์เดิมอยู่แล้ว ไม่ต้องการรูปแบบใหม่เพราะกลัวผิดลิขสิทธิ์ หรือยังมีสัญลักษณ์ต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เคยสนับสนุนคิดอยู่ที่บรรจุนักงาน ก็ต้องการให้มีทุกสัญลักษณ์อยู่ครบ ซึ่งทำให้ทีมออกแบบทำงานได้ยาก เพราะของเดิมที่มีแก้ไขไม่ได้ หากปรับรูปแบบการลงพื้นที่ให้ทีมออกแบบลงพื้นที่พร้อมทีมเก็บข้อมูล จะทำให้เกิดการเจรจาปรับเปลี่ยนของสิ่งที่ต้องการพัฒนาตั้งแต่แรก และได้เห็นร่างต้นแบบชิ้นงานตั้งแต่พูดคุยครั้งแรก แต่ทั้งนี้ต้องมีระยะเวลาในการทำงานเพิ่มขึ้นด้วย ปัญหาด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการบางคนยังไม่รู้ว่าขายของฝากของที่ระลึกที่ไหน อย่างไร และยังต้องการให้หน่วยงานทางช่วยเหลือ และหาตลาดเพื่อวางสินค้า ในช่วงการวางแผนการอนุมัติเริ่มต้นโครงการ ควรมีแผนการตลาดให้ผู้ประกอบการด้วย เพื่อให้ผู้ประกอบการมั่นใจว่าสินค้าของตนเองจะขายได้ เพราะไม่เช่นนั้นเมื่อของที่ระลึกที่ได้จากโครงการหมดลง ผู้ประกอบการบางรายอาจจะไม่ผลิตของที่ระลึกต่อ ทำให้ไม่เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2560-2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2562)*. กาฬสินธุ์.
- ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). สืบค้นจาก [http://www.nesdb.go.th/download/document/ร่างยุทธศาสตร์ชาติ % 20ระยะ % 20% 20ปี % 20\(พ.ศ.2560% 20-% 202579\).pdf](http://www.nesdb.go.th/download/document/ร่างยุทธศาสตร์ชาติ%20ระยะ%20%20ปี%20(พ.ศ.2560%20-%202579).pdf)
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2552). *ทฤษฎีการประเมิน (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2553). *วิธีวิทยาการประเมิน: ศาสตร์แห่งคุณค่า*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์. (2561). ประวัติจังหวัดกาฬสินธุ์. สืบค้นจาก <http://www.kalasin.go.th/t/index.php/th/2017-10-02-18-25-55/2017-10-02-18-40-51.html>
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Fitzpatrick, J.L., Sanders, J.R. and Worthen, B.R. (2004). *Program evaluation, alternative approaches and practical guidelines*. New York: Longman.
- Rossi, P.H. Lipsey, M.K. and Freeman, H.E. (2004). *Evaluation : a systematic approach*. 7th ed. Newbery Park, CA : Sage.
- Stufflebeam, D.L. and Shinkfield, A.J. (1990). *Systematic evaluation*. Boston : Kluwer-Nijhoff.