



ที่ อบ ๐๐๑๘/ป ๒๒๖๕

ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี
ถนนแจ้งสนิท อบ ๓๔๐๐๐

๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๔

เรื่อง โครงการส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

เรียน นายอำเภอ ทุกอำเภอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. รายละเอียดโครงการฯ	จำนวน ๑ ชุด
	๒. แบบประเมินศูนย์ฯ	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบรายงานผลการดำเนินงานฯ	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย จังหวัดอุบลราชธานี ได้รับการจัดสรรงบประมาณกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการและเป้าหมายการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส ๔ (เดือนสิงหาคม – กันยายน ๒๕๖๔) เพื่อดำเนินงานโครงการส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

เพื่อให้การดำเนินการโครงการส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากเป็นไปตามแผนปฏิบัติการและบรรลุวัตถุประสงค์ จังหวัดอุบลราชธานี จึงให้อำเภอมอบหมายสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ดำเนินการ ดังนี้

๑. ดำเนินการตามแนวทางการดำเนินงาน (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑) ให้บรรลุเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ที่กำหนด
 ๒. ส่งแบบประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และรายงานผลการดำเนินงาน (สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒,๓) ให้จังหวัดทราบ ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๔ ทางกลุ่มไลน์ “ส่งรายงาน สพจ.อุบล”
- จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

(นายศุภศิษย์ กอเจริญยศ)

รองผู้ว่าราชการจังหวัด ปฏิบัติราชการแทน
ผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
โทร. ๐ - ๔๕๓๔ - ๔๖๒๘

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good

เกณฑ์การประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

การประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้ทราบถึงระดับการพัฒนาของแต่ละศูนย์จากหลักเกณฑ์การประเมินตามประเด็นที่กำหนดไว้ ทำให้ศูนย์ทราบสถานะของตนเอง ว่ามีจุดเด่น จุดด้อยด้านใด ซึ่งส่วนที่เป็นจุดด้อยจะได้ปรับปรุงพัฒนาต่อไป

แบบประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

ชื่อศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก.....

ที่ตั้ง ณตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ที่	ประเด็นการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน
๑.	ด้านสถานที่		รวม ๖ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๑.๑ มีสถานที่ชัดเจน	๑
		<input type="checkbox"/> ๑.๒ มีป้ายศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก	๒
		<input type="checkbox"/> ๑.๓ มีวัสดุเครื่องมือให้บริการ	๓
๒.	ด้านโครงสร้างการบริหาร		รวม ๗ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๒.๑ มีคณะกรรมการบริหาร	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๒ มีคณะกรรมการที่ปรึกษา	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๓ มีระเบียบข้อบังคับ/ กติกา	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๔ มีการประชุม	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๕ มีแผนการดำเนินงาน	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๖ มีการรายงานผลการดำเนินงาน	๑
		<input type="checkbox"/> ๒.๗ มีการประชาสัมพันธ์	๑
๓.	ด้านบทบาทภารกิจของ ศูนย์บริการฯ		รวม ๖ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๓.๑ มีการศึกษาวิเคราะห์ปัญหา ความต้องการ ของผู้รับบริการ	๑
		<input type="checkbox"/> ๓.๒ มีการสนับสนุน สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ความรู้ ด้านเศรษฐกิจ	๑
		<input type="checkbox"/> ๓.๓ มีการสนับสนุนสถานที่ในการพบปะเจรจา ธุรกิจหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้เกี่ยวข้อง ด้านเศรษฐกิจ	๑
		<input type="checkbox"/> ๓.๔ มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพ การสร้าง รายได้เพิ่มขึ้นของประชาชน	๑
		<input type="checkbox"/> ๓.๕ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	๑

ที่	ประเด็นการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๓.๖ มีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่มีภารกิจเฉพาะด้าน	๑
๔.	ด้านข้อมูลที่ใช้บริการ		รวม ๖ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๔.๑ มีข้อมูลทั่วไป	๑
		<input type="checkbox"/> ๔.๒ มีข้อมูลการผลิต	๑
		<input type="checkbox"/> ๔.๓ มีข้อมูลการตลาด	๑
		<input type="checkbox"/> ๔.๔ มีข้อมูลแหล่งทุน	๑
		<input type="checkbox"/> ๔.๕ มีข้อมูลคลังภูมิปัญญา	๑
		<input type="checkbox"/> ๔.๖ มีข้อมูลราคาผลผลิตในท้องถิ่น	๑
๕.	ด้านวิธีการให้บริการ		รวม ๔ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๕.๑ มีการให้คำปรึกษา แนะนำ	๑
		<input type="checkbox"/> ๕.๒ มีการให้เอกสารความรู้	๑
		<input type="checkbox"/> ๕.๓ มีการให้บริการสืบค้นข้อมูล	๑
		<input type="checkbox"/> ๕.๔ มีการให้บริการนอกสถานที่	๑
๖.	ด้านรูปแบบการให้บริการ		รวม ๓ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๖.๑ มีการให้บริการ ณ ที่ตั้งของคุณย์	๑
		<input type="checkbox"/> ๖.๑ มีการให้บริการเคลื่อนที่นอกศูนย์	๑
		<input type="checkbox"/> ๖.๒ มีการให้บริการผ่านสื่อ	๑
๗.	ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคี		รวม ๓ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๗.๑ ภาครัฐ	๑
		<input type="checkbox"/> ๗.๒ ภาคเอกชน	๑
		<input type="checkbox"/> ๗.๓ เครือข่ายองค์กร	๑
๘.	ด้านงบประมาณ		รวม ๓ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๘.๑ มีงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ	๑
		<input type="checkbox"/> ๘.๒ มีงบประมาณสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	๑
		<input type="checkbox"/> ๘.๓ มีงบประมาณสนับสนุนจากภาคเอกชน	๑

ที่	ประเด็นการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน	คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน
๙.	ด้านการให้บริการ (ต่อปี)		รวม ๖ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๙.๑ ให้บริการน้อยกว่า ๑๒ ครั้ง	๑
		<input type="checkbox"/> ๙.๒ ให้บริการ ๑๓ - ๒๔ ครั้ง	๒
		<input type="checkbox"/> ๙.๓ ให้บริการมากกว่า ๒๔ ครั้ง	๓
๑๐.	ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ		รวม ๖ คะแนน
		<input type="checkbox"/> ๑๐.๑ พึงพอใจในระดับน้อย	๑
		<input type="checkbox"/> ๑๐.๒ พึงพอใจในระดับปานกลาง	๒
		<input type="checkbox"/> ๑๐.๓ พึงพอใจในระดับมาก	๓
	คะแนนรวม		๕๐

เกณฑ์การจัดระดับการประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก กำหนดเป็น ๓ ระดับ ดังนี้

- ดี (A) มีคะแนนรวมจากการประเมินมากกว่า ๓๕ คะแนน
พอใช้ (B) มีคะแนนรวมจากการประเมินระหว่าง ๒๐ - ๓๕ คะแนน
ปรับปรุง (C) มีคะแนนรวมจากการประเมินต่ำกว่า ๒๐ คะแนน

คำอธิบายเกณฑ์การประเมินศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากตามเกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์การประเมิน	แนวทางการพัฒนา
๑. ด้านสถานที่	
๑.๑ สถานที่ชัดเจน	<p>กำหนดสถานที่ให้ชัดเจนโดยคำนึงถึง</p> <p>๑. เป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารหรือการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ</p> <p>๒. มีพื้นที่เพียงพอในการดำเนินการให้บริการ</p> <p>๓. กลุ่มเป้าหมายที่มาขอรับบริการสามารถเดินทางมาขอรับบริการได้สะดวก</p> <p>๔. มีระบบสาธารณูปโภคพร้อม</p> <p>๕. มีเครื่องมือในการให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เอกสาร สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น</p> <p>๖. ผู้ให้และผู้รับบริการต้องเห็นชอบและมีส่วนร่วมในการเลือกสถานที่ตั้งและใช้ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก</p>
๑.๒ ป้ายศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก	<p>ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากต้องมีป้ายชื่อศูนย์ติดไว้ยังสถานที่ที่ทำการศูนย์ โดยใช้ข้อความ ดังนี้ “ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอำเภอ.....”</p>
๑.๓ วัสดุเครื่องมือให้บริการ	<p>ภายในศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากควรมีวัสดุเครื่องมือในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ เช่น ปากกา ดินสอ กระดาษ คอมพิวเตอร์ ปริ้นเตอร์</p>
๒. ด้านโครงสร้างการบริหาร	
๒.๑ คณะกรรมการบริหารศูนย์	<p>๑. ให้มีคณะกรรมการบริหารศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ที่มาจกตัวแทนกลุ่ม องค์กรต่าง ๆ เช่น กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุน กขคจ./กองทุนหมู่บ้าน กลุ่ม/องค์กร/เครือข่ายอื่นๆ ในชุมชน ประชาชนในหมู่บ้าน/ตำบล เป็นต้น</p> <p>๒. กำหนดบทบาทตำแหน่งหน้าที่ให้ชัดเจน</p> <p>๓. จัดการประชุมชี้แจงทำความเข้าใจตามบทบาทหน้าที่</p> <p>๔. มีการกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งที่แน่นอน</p>
๒.๒ คณะกรรมการที่ปรึกษา	<p>๑. ให้มีคณะกรรมการที่ปรึกษาศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ที่มาจกตัวแทนหน่วยงาน ต่าง ๆ เช่น พัฒนาชุมชน เกษตร สาธารณสุข การศึกษา นอกโรงเรียน สหกรณ์ สภาวัฒนธรรมอำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น</p> <p>๒. ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจการดำเนินงานศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก</p> <p>๓. จัดทำข้อตกลงในการร่วมมือเพื่อพัฒนาศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ในกรณีที่สามารถดำเนินการได้)</p>
๒.๓ ระเบียบข้อบังคับ / กติกา	<p>๑. จัดประชุมคณะกรรมการศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เพื่อร่างระเบียบ / กติกา ศูนย์</p> <p>๒. จัดทำเอกสารเพื่อประชาสัมพันธ์ระเบียบ / กติกา ศูนย์ให้ทราบโดยทั่วกัน</p> <p>๓. มีการทบทวนระเบียบ / กติกา ศูนย์ อย่างน้อย ๒ ปี / ครั้ง หรือตามความจำเป็น</p>

เกณฑ์การประเมิน	แนวทางการพัฒนา
๒.๓ การประชุม	๑. กำหนดการประชุมของคณะกรรมการไว้ในระเบียบ / กติกา ให้ชัดเจน ๒. กำหนดแผนปฏิบัติการของคณะกรรมการโดยประชาสัมพันธ์ให้ทราบ ๓. มีการบันทึกการประชุมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
๒.๔ แผนการดำเนินงาน	๑. กำหนดเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุมตามบทบาทภารกิจ ๒. มีแผนการดำเนินงานศูนย์หรือมีการบูรณาการแผนการดำเนินงานกับหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง ๓. มีการทบทวนปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์เสมอ
๒.๕ ผลการดำเนินงาน	จัดทำและแสดงข้อมูลผลการดำเนินงานเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหาร / บริการ ไว้ ณ ที่ทำการศูนย์ หรือจัดทำเป็นเอกสารเผยแพร่ โดยปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ
๒.๖ การประชาสัมพันธ์	ประชาสัมพันธ์ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างต่อเนื่องโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ศูนย์บริการเคลื่อนที่ วิทยุ เว็บไซต์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ เป็นต้น
๓. ด้านบทบาทภารกิจของศูนย์บริการ	
๓.๑ การศึกษาวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของผู้รับบริการ	๑. ศึกษาให้รู้เท่าทันสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ ๒. วิเคราะห์ปัญหา ความต้องการของผู้รับบริการ จุดอ่อน จุดแข็ง ของศูนย์ฯ ของลูกค้า ๓. ศึกษาตำแหน่งทางเศรษฐกิจ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ เพื่อกำหนดเป็นจุดขายของอำเภอ
๓.๒ การสนับสนุน สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ	๑. สนับสนุน สื่อ วัสดุ อุปกรณ์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ ๒. สนับสนุนวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญ ด้านการผลิต การตลาด การออม การสร้างรายได้ ประกอบอาชีพ เป็นต้น
๓.๓ การสนับสนุนสถานที่ในการพบปะเจรจาธุรกิจหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้เกี่ยวข้องด้านเศรษฐกิจ	๑. การเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ เช่นการปรับภูมิทัศน์ของศูนย์ ๒. การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร เช่นการอบรมให้ความรู้แก่คณะกรรมการด้านต่าง ๆ ๓. การเตรียมความพร้อมด้านองค์ความรู้ เช่น ภูมิปัญญา ฝีมือ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น
๓.๔ การส่งเสริมการประกอบอาชีพ การสร้างรายได้เพิ่มขึ้นของประชาชน	๑. การแสวงหาข้อมูลแหล่งทุน ได้แก่ กองทุนในชุมชน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กข.คจ. กทบ. กองทุนนอกชุมชน เช่น ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ๒. ส่งเสริมให้ประชาชนมีการลงทุนประกอบอาชีพ ๓. จัดทำเมนูอาชีพทางเลือกให้กับผู้รับบริการ หรือประชาชนที่สนใจ ๔. ส่งเสริมให้ประชาชนมีการออม
๓.๕ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้	๑. การจัดเวทีสัมมนาในเรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก ณ ที่ตั้งศูนย์ ๒. การให้บริการเคลื่อนที่โดยสอดแทรกกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องที่ประชาชนหรือผู้รับบริการให้ความสนใจ หรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของประชาชน ๓. การอบรมให้ความรู้ด้านเศรษฐกิจหรือการประกอบอาชีพ

เกณฑ์การประเมิน	แนวทางการพัฒนา
	๔. การนำคนที่ประสบความสำเร็จมาถ่ายทอดความรู้เป็นตัวอย่างแก่ประชาชน หรือผู้รับบริการของคุณ
๓.๖ การประสานงานไปยังหน่วยงานที่มีภารกิจเฉพาะด้าน	๑. จัดทำทะเบียนหน่วยงานภาครัฐภายในอำเภอ จังหวัด ๒. จัดทำทะเบียนหน่วยงานภาคเอกชน เช่น NGO ประชาชนชาวบ้าน หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านภายในอำเภอ จังหวัด ๓. จัดทำทะเบียนแหล่งทุนภายในอำเภอ จังหวัด
๔.ด้านข้อมูลให้บริการ	
๔.๑ ข้อมูลทั่วไป	๑. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เช่น สภาพพื้นที่ การแบ่งเขตการปกครอง จำนวนแม่น้ำ ลำคลอง ๒. ข้อมูลของประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา ๓. ข้อมูลจำนวนสถานที่และสิ่งก่อสร้าง เช่น วัด โรงเรียน โรงพยาบาล
๔.๒ ข้อมูลการผลิต	๑. ข้อมูลแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ๒. ข้อมูลด้านภูมิปัญญา ๓. ข้อมูลปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูก เช่น เครื่องจักร เมล็ดพันธุ์พืช เป็นต้น
๔.๓ ข้อมูลการตลาด	๑. ข้อมูลราคาผลผลิตทางการเกษตร ๒. ข้อมูลสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดในปัจจุบัน ๓. ข้อมูลช่องทางการตลาด เช่น การขายตามงานแสดงและจำหน่าย การขายตรง การขายทางเว็บไซต์ เป็นต้น
๔.๔ ข้อมูลแหล่งทุน	๑. ข้อมูลแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ ๒. การเขียนแผนธุรกิจเพื่อใช้บริการแหล่งทุน ๓. ข้อมูลระเบียบของแหล่งทุนต่าง ๆ ๔. ข้อมูลความรู้ในการบริหารจัดการทุนชุมชน
๔.๕ ข้อมูลคลังภูมิปัญญา	๑. ข้อมูลภูมิปัญญา ๕ ด้าน (อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าเครื่องแต่งกาย ของใช้ของ ตกแต่งของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร) ๒. ข้อมูลครูภูมิปัญญา หรือผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญา ๓. ข้อมูลหลักสูตรหรือองค์ความรู้การนำภูมิปัญญามาพัฒนาเป็นสินค้า OTOP
๕. ด้านวิธีการให้บริการ	
๕.๑ การให้คำปรึกษาแนะนำ	๑. อบรมให้ความรู้แก่กรรมการศูนย์เพื่อให้ความพร้อมในการให้บริการ ๒. พัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการให้มีความน่าเชื่อถือ
๕.๒ การให้เอกสารความรู้	๑. จัดเตรียมเอกสารให้เพียงพอต่อการให้บริการ ๒. จัดหมวดหมู่เอกสารเพื่อให้มีความสะดวกต่อการให้บริการ เช่นข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลแหล่งทุน เป็นต้น
๕.๓ การให้บริการสืบค้นข้อมูล	๑. จัดเตรียมคอมพิวเตอร์ ๒. มีไฟล์เอกสารที่บรรจุในเครื่อง หรือ CD ROM ๓. มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ๔. แนะนำวิธีการสืบค้นข้อมูลแก่ผู้มาขอรับบริการ
๕.๔ การให้บริการนอกสถานที่	๑. ศึกษานักที่จะรับบริการ ณ สถานที่ที่ให้บริการ เกี่ยวกับอาชีพ สภาพเศรษฐกิจ วัตถุดิบในท้องถิ่น ภูมิปัญญา ทักษะฝีมือ เป็นต้น

เกณฑ์การประเมิน	แนวทางการพัฒนา
	๒. จัดลำดับความสำคัญการให้บริการตามความสนใจของผู้รับบริการส่วนมาก ๓. จัดเตรียมข้อมูลให้พร้อมและเพียงพอที่จะให้บริการ
๖. ด้านรูปแบบการให้บริการ	
๖.๑ การให้บริการ ณ ที่ตั้งของศูนย์	๑. กำหนดเวลาให้บริการ ๒. จัดทำตารางหรือเวรผู้ให้บริการ ๓. แสดงชื่อ ตำแหน่งผู้ให้บริการ ๔. จัดเตรียมเอกสาร แผ่นพับ CD ฯลฯ ในการให้บริการ ๕. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ
๖.๒ การให้บริการเคลื่อนที่นอกศูนย์	๑. จัดหาสถานที่ ๒. กำหนดวัน เวลา ในการเคลื่อนที่ไปให้บริการ ๓. ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้อื่น ๆ กรณีต้องให้ความรู้ที่เป็นเรื่องเฉพาะด้านที่ผู้ให้บริการไม่มีความเชี่ยวชาญพอที่จะให้บริการ ๔. จัดเตรียมเอกสาร แผ่นพับ CD ฯลฯ ในการให้บริการ ๕. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ
๖.๓ การให้บริการผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรศัพท์ เว็บไซต์	๑. จัดเตรียมเนื้อหาในการให้บริการ ๒. กำหนดบุคคลที่จะให้บริการ อาจเป็นกรรมการศูนย์ หรืออาจเชิญผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้บริการในนามศูนย์ เป็นต้น ๓. กำหนดวันเวลาในการให้บริการ ๔. มีการประชาสัมพันธ์ก่อนให้บริการ
๗. ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคี	
- ภาครัฐ ภาคเอกชน เครือข่ายองค์กร	๑. เชิญหน่วยงานภาคีมาเป็นที่ปรึกษาศูนย์ ๒. ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจถึงการดำเนินงานศูนย์ ๓. กำหนดบทบาทภารกิจให้หน่วยงานภาคีเพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานศูนย์ ๔. เชิญมาเป็นผู้ให้บริการประจำหรือกรณีพิเศษแล้วแต่กรณี เช่น กรณีให้บริการประจำกำหนดเวรการให้บริการรายสัปดาห์ หรือรายเดือน กรณีพิเศษ เช่น การเชิญเป็นวิทยากร ร่วมเวทีเสวนา เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น
๘. ด้านงบประมาณ	
- งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน	- จัดทำโครงการเพื่อเสนอขอของงบประมาณจากแหล่งต่าง ๆ เช่น งบประมาณ ยุทธศาสตร์จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น
๙. ด้านการให้บริการ (ต่อปี)	๑. จัดทำแผนการให้บริการ ๒. ดำเนินการให้บริการตามแผน เช่น การให้บริการภายในศูนย์ การให้บริการเคลื่อนที่นอกศูนย์ และการให้บริการผ่านสื่อ เป็นต้น
๑๐. ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ	๑. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ ๒. ให้ผู้รับบริการประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จสิ้นการรับบริการ ๓. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ๔. ปรับปรุงแก้ไขประเด็นที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจต่ำ

การค้นหาคำความต้องการและศักยภาพของพื้นที่ด้านเศรษฐกิจ และการกำหนด

จุดขายด้านเศรษฐกิจ

ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เป็นศูนย์ที่เป็นกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจฐานราก ที่มีเป้าหมายหลักในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคง ดังนั้นการจะพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง ต้องกำหนดให้ศูนย์มีภารกิจที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้านเศรษฐกิจด้วย ซึ่งการค้นหาคำความต้องการและศักยภาพพื้นที่ด้านเศรษฐกิจ และการกำหนดจุดขายด้านเศรษฐกิจ กรรมการบริหารศูนย์อาจใช้วิธีการ จัดประชุม จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งกลุ่มย่อย ระดมสมอง โดยมีประเด็น ดังนี้

ความต้องการด้านเศรษฐกิจ

๑. ด้านการผลิต

การฝึกอบรมด้านอาชีพ การศึกษาดูงาน การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต แหล่งวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูก การจัดตั้งโรงสีชุมชน ความรู้และเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐาน การทดลองหรือวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อมูลฤดูกาลที่มีผลต่อการผลิตและราคาสินค้า รวมทั้งการส่งเสริมการผลิตอย่างต่อเนื่อง

๒. ด้านการตลาด

การจัดตั้งร้านค้าในชุมชน ศูนย์รวมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้ด้านการตลาด การแสวงหาตลาดที่หลากหลาย สามารถจำหน่ายสินค้าได้สม่ำเสมอ การส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การปลุกฝังค่านิยมในการบริโภคสินค้า

๓. ด้านแหล่งทุน

การขอรับการสนับสนุนทุนจากภาครัฐ การเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ การเขียนแผนธุรกิจเพื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงแหล่งทุน ความรู้ด้านการบริหารจัดการทุนชุมชน การพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการบริหารกองทุน และระเบียบของแหล่งทุนต่าง ๆ

๔. ด้านแหล่งความรู้

องค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ที่จะมาสนับสนุน กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ แหล่งความรู้ด้านภูมิปัญญาไทย การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

จุดขายด้านเศรษฐกิจ

๑. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในเชิงนิเวศน์ หรือเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี ที่พักลักษณะโฮมสเตย์ อาหารพื้นถิ่น

๒. กลุ่มอาชีพ /ผลิตภัณฑ์ OTOP

ศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นจุดขายด้านเศรษฐกิจ ที่เป็นช่องทางทางการตลาดที่สร้างโอกาสให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการในชุมชน โดยมีผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นจุดขายที่สร้างอาชีพและรายได้ เช่นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จักสาน เครื่องเงินโบราณ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น

๓. ประเพณี / วัฒนธรรม / งานเทศกาล

เป็นจุดขายที่สร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน โดยมีห้วงเวลาที่ชัดเจน ประเพณีสารทเดือนสิบ ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีชักพระ งานเทศกาลม้งคุดหวาน เป็นต้น

ข้อมูลองค์ความรู้และคลังสมองด้านเศรษฐกิจ

เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและกรรมการศูนย์ ร่วมกันจัดทำข้อมูลองค์ความรู้และทะเบียนคลังสมองด้านเศรษฐกิจ โดยมีการระบุสาขา หรือความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งจัดทำตำนาน หรือบันทึกภูมิปัญญา รวบรวมและจัดระบบเป็นฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ในรูปแบบของเอกสาร แผ่นซีดี เก็บในคอมพิวเตอร์ เพื่อสะดวกรวดเร็วต่อการสืบค้นและให้บริการ ดังนี้

๑. ด้านการผลิต

รวบรวมข้อมูลปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจทุกสาขา ทั้งทางด้านเกษตร ทัศนกรรม อุตสาหกรรม ที่มีอยู่ในชุมชน และภายนอกชุมชน

๒. ด้านการตลาด

จัดทำทะเบียนช่องทางการตลาดทั้งในชุมชน ในประเทศ และต่างประเทศ และช่วงเวลาที่สามารถจำหน่ายได้ โดยอาจทำเป็นปฏิทินการจำหน่ายสินค้า

๓. ด้านแหล่งทุน

จัดทำทะเบียนและข้อมูลแหล่งทุนที่สามารถเข้าถึงได้ ทั้งแหล่งทุนภายในชุมชน เช่น ทะเบียนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุนหมู่บ้าน และแหล่งทุนภายนอกชุมชน เช่น สหกรณ์ ธนาคาร เป็นต้น

๔. ด้านแหล่งความรู้

มีการรวบรวมแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในชุมชน เช่น กลุ่มอาชีพ ศูนย์เรียนรู้ชุมชน และแหล่งเรียนรู้ภายนอก เช่น วิทยาลัยการอาชีพ ศูนย์ศึกษาการพัฒนา หอการค้าจังหวัด เพื่อเชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้กับศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับบริการ

ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการหรือที่ได้รับความช่วยเหลือประกอบด้วย กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุน กขคจ./กองทุนหมู่บ้าน กลุ่ม/องค์กร/เครือข่ายอื่น ๆ ในชุมชน ประชาชนในหมู่บ้าน/ตำบล ฯลฯ ซึ่งก็คือลูกค้าของศูนย์นั่นเอง ดังนั้นการที่จะให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเหล่านี้พึงพอใจศูนย์ต้องมีการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้รับบริการเหล่านี้ด้วยโดยมีวิธีการ ดังนี้

๑. การรวบรวมข้อมูลของผู้รับบริการ

เป็นกิจกรรมพื้นฐานขั้นตอนแรก ศูนย์ต้องสร้างฐานข้อมูลผู้รับบริการ ซึ่งไม่จำเป็นต้องซับซ้อนแต่ต้องเข้าใจได้ง่ายมีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง เหมาะสม และพร้อมสำหรับการนำมาใช้งาน เพื่อเจาะจงกลุ่มผู้รับบริการ สามารถแก้ปัญหาให้แก่กลุ่มจนเกิดความพึงพอใจ ซึ่งฐานข้อมูลจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย สามารถนำไปใช้ได้อย่างทันที่และเหมาะสม โดยข้อมูลพื้นฐานของผู้รับบริการที่นำมาใช้ในการจัดทำฐานข้อมูลต้องมีการปรับ เปลี่ยนอยู่เสมอสม่ำเสมอ และต้องเป็นข้อมูลที่แท้จริง แม่นยำ เชื่อถือได้ ตลอดจนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว

๒. การจัดแบ่งกลุ่มผู้รับบริการ

เป็นการจัดแบ่งกลุ่มผู้รับบริการจากฐานข้อมูลที่มีอยู่ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ฐานข้อมูลผู้รับบริการแล้ว ก็นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดแบ่งกลุ่ม เป็นกลุ่มๆ โดยการแบ่งกลุ่มสามารถใช้เกณฑ์อะไรก็ได้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม เช่น แบ่งตามเกณฑ์ข้อมูลความต้องการที่ขอรับบริการ (ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านทุน เป็นต้น) การแบ่งกลุ่มผู้รับบริการอย่างเหมาะสมจะทำให้ศูนย์สามารถสร้างความสัมพันธ์กับ ผู้รับบริการได้อย่างเฉพาะเจาะจง ตรงกับพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้รับบริการ

๓. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดกิจกรรมสนับสนุนการให้บริการได้อย่างเหมาะสม โดยต้องนำเสนอให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งทำให้ผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจ และเป็นการรักษากลุ่มผู้รับบริการให้อยู่กับศูนย์ตลอดไป นอกจากนี้กิจกรรมที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจความต้องการของตนเอง หรืออาจจะเป็นการนำเสนอข้อมูลที่เหมาะกับกลุ่มผู้รับบริการ จะทำให้การให้บริการสามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การนำข้อมูลของผู้รับบริการมาวิเคราะห์ จัดกลุ่มตามเกณฑ์การขอรับบริการ ยังสามารถนำมาใช้เพื่อตัดสินใจในการกำหนดกิจกรรมการให้บริการ และการสนับสนุนงบประมาณได้ด้วย ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการแต่ละกลุ่มได้อย่างทั่วถึง ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการศูนย์เอาใจใส่และให้ความสำคัญกับเขามากขึ้น เป็นสิ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

การจัดทำแผนการให้บริการ

การจัดทำแผนการให้บริการของศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก มีขั้นตอนหลัก ๆ ในการดำเนินการจัดทำแผน คือ

๑. เริ่มต้นจากการพูดคุยกลุ่มเป้าหมายที่มาขอรับบริการ ใน ๒ ลักษณะ คือ เชิงรับโดยให้ผู้รับบริการมาใช้บริการที่ศูนย์ และเชิงรุกโดยผู้ให้บริการเคลื่อนที่พบปะพูดคุยในพื้นที่

๒. ประชุมกรรมการศูนย์กำหนดโครงการ / กิจกรรม ที่จะให้บริการ

๓. ประเมินความสำเร็จของโครงการ / กิจกรรม ที่จะบรรจุในแผนการให้บริการ

๔. จัดลำดับโครงการ / กิจกรรม ที่จะให้บริการก่อน หลัง ตามห้วงเวลาที่เหมาะสม

๕. กำหนดผู้ให้บริการ เป้าหมาย หรือแนวทางการให้บริการโดยเน้นการมีส่วนร่วมของกรรมการศูนย์และที่ปรึกษา

๖. ติดตามประเมินและทบทวนและปรับปรุงแผนตามความต้องการของผู้รับบริการ

สิ่งที่ต้องคำนึง ในการจัดทำแผนการให้บริการ คือต้องกำหนดเป้าหมายที่ต้องการอย่างชัดเจนที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ระบุเงื่อนไข วิธีการและระยะเวลาที่จะทำให้เป้าหมายนั้นประสบความสำเร็จ กำหนด ความชัดเจนของการให้บริการ และผู้ให้บริการ ให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ การจัดทำแผนการให้บริการศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก มีประโยชน์ดังนี้

๑. แผนการให้บริการเป็นเสมือนแผนที่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาศูนย์อย่างถูกวิธี

๒. แผนการให้บริการทำให้ศูนย์ทราบว่าการต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้รับบริการมีอะไรบ้าง รับบริการได้ที่ไหน ใช้ระยะเวลาในการบริการนานเท่าใด

๓. แผนการให้บริการช่วยเพิ่มความสามารถ และความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

๔. แผนการให้บริการช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าใจเกี่ยวกับ

บทบาทภารกิจของศูนย์

๕. แผนการให้บริการเป็นลักษณะการทำงานร่วมมือกันระหว่างกรรมการศูนย์และบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และประสบการณ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อกัน ซึ่งจะทำให้การพัฒนาศูนย์และการให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า แผนการให้บริการเป็นเครื่องมือหรือแนวทางที่จะช่วยในการพัฒนาศูนย์โดยเน้นความร่วมมือของกรรมการศูนย์ ที่ปรึกษาศูนย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ศูนย์มีความมั่นใจในการให้บริการด้านเศรษฐกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

การประเมินผลการดำเนินงานศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

การประเมินผลการดำเนินงานศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะทำให้ทราบว่าการทำงานตามโครงการนั้นบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ เพียงใด มีการเบี่ยงเบนไปจากสิ่งที่คิดไว้หรือไม่ ถ้าเบี่ยงเบนจะได้หาวิธีปรับปรุงแก้ไขความคาดหวังกับการปฏิบัติงานจริงนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างไร ซึ่งการประเมินผลการดำเนินงานศูนย์ ควรมิตถุประสงค์ของการประเมิน ดังนี้

๑. เพื่อติดตามและประเมินแผนการให้บริการ
๒. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาโอกาสและข้อจำกัดของการดำเนินงานศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก
๓. เพื่อเสนอแนวคิด และทิศทางการพัฒนาศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากในอนาคต

เค้าโครงเอกสารประเมินผลการดำเนินงาน ควรประกอบด้วย

๑. ความเป็นมา
 ๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ
 ๓. เป้าหมายของโครงการ
 ๔. วิธีการดำเนินงานโครงการ
 ๕. งบประมาณ
 ๖. ผลการประเมิน
 ๗. ปัญหาอุปสรรค
 ๘. ข้อเสนอแนะ / ทิศทางการพัฒนาศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากในอนาคต
-

- ตัวอย่าง -

แบบรายงานผลการดำเนินงานศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ.....จังหวัดอุบลราชธานี

ที่	กิจกรรมที่ดำเนินการ	กลุ่มเป้าหมาย ที่มารับบริการ	โครงสร้าง คณะกรรมการศูนย์	สื่อ/สิ่งพิมพ์ ที่ให้บริการในศูนย์	เอกสารหลักฐาน การให้บริการ	แผนการดำเนินงาน ของศูนย์
	- ประชุมคณะกรรมการศูนย์ฯ - จัดช่องทางตลาด - จัดตั้ง/พัฒนา/สนับสนุน กลุ่มอาชีพ - ให้คำปรึกษากลุ่มอาชีพ - คัดเลือกผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ เข้าร่วมอบรม - ฯลฯ	- กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ ชุมชน - กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP - กลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต - กองทุน กขคจ./ กองทุนหมู่บ้าน - กลุ่ม/องค์กร/ เครือข่ายอื่นๆ ในชุมชน - ประชาชนในหมู่บ้าน/ ตำบล ฯลฯ	- นายอำเภอ/ผู้แทน - พัฒนาการอำเภอ - ผู้แทนหน่วยงาน / องค์กร/สถาบันการศึกษา - ผู้แทนผู้นำกลุ่ม/องค์กร/ เครือข่าย ที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	- แผนที่/ใบปลิว - เอกสาร - File ข้อมูล - แผ่น CD ฯลฯ	- สมุดลงทะเบียน - ภาพถ่าย - แบบประเมินผล ความพึงพอใจ ฯลฯ	- แผนรายเดือน/แผนราย ไตรมาส/แผนประจำปี

ลงชื่อผู้รายงาน
(.....)

ตำแหน่ง
วันที่