

รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตี

วันชัย ชันประสิทธิ์¹, นวรัตน์ ประทุมตา², วิชัย แหวนเพชร³ และ สถาพร ถาวรธิวาสน์⁴

¹นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

²สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

³รองศาสตราจารย์ ดร. ชำราชากรบ้านาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชำราชากรบ้านาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) หาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 2) สร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตี โดยขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว ทั่วประเทศ ปีพ.ศ. 2559 รวมจำนวนทั้งสิ้น 360 ราย และทำการสร้างรูปแบบโดยการสัมภาษณ์และจัดประชุมสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน ทั้งนี้โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percent) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปประเด็น และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วยปัจจัย 10 ด้าน ได้แก่ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการเงิน การบัญชี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการแรงงาน ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านผู้นำ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชน

คำสำคัญ : ปัจจัยความสำเร็จ, ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์, เครื่องตี

Management Model for Success Factors of One Tambon One Product in A Category of Beverage

Wanchai Sanprasit¹, Nawarat Pratumta², Wichai Vanphetch³ and Sathaporn Thavornathavis⁴

¹Doctoral student Technology management, Faculty of Engineering and Industrial Technology,
Phetchaburi Rajabhat University

²Department of Industrial Technology, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Phetchaburi
Rajabhat University

³Associate Professor, Dr. Government Pensioner, Phranakhon Rajabhat University

⁴Assistant Professor, Dr. Government Pensioner, Chandrakasem Rajabhat University

Abstract

The research objectives were to 1) examine the success factors of One Tambon One Product, and 2) develop a management model for success factors of One Tambon One Product in a Category of beverages, The research samples comprised of 360 OTOP five-star entrepreneurs in the year of 2016, An interview method and focus group with 9 experts were provided in this study. The research instruments were a 5-point scale questionnaire and an interview form. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, summary content analysis, and factor analysis. The research finding revealed that there were 10 success factors of One Tambon One Product, which could be seen in the cooperative network, finance accounting, product, human resource management, external agencies support, production, leadership, management, marketing, and strengthening communities.

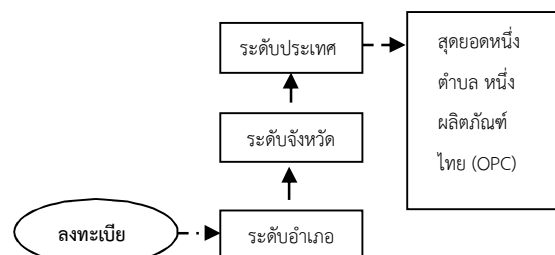
Keywords : success factors, One Tambon One Product, beverages

1. บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาประเทศให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและ ยั่งยืน ด้วย 6 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนรัฐได้ให้ความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานในระดับล่างให้เข้มแข็ง [1] โดยได้สานต่อโครงการต่างๆ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) โดยจัดให้มีโครงการต่างๆ หลายโครงการเพื่อแก้ปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลโครงการหนึ่ง ที่มุ่งเน้นในการแก้ปัญหาความยากจนให้กับประชาชนในระดับฐานรากได้อย่างแท้จริง และยังช่วยแก้ปัญหาความยากจนของหมู่บ้าน ตำบลและประเทศได้เป็นอย่างดี

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ได้เริ่มดำเนินโครงการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ รวมทั้งต้องการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้าสู่รากแก้ว ในการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ได้มีโอกาสขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศมากขึ้น คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ จึงได้จัดให้มีโครงการการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP Product Champion (OPC) สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานที่เพียงพอในการส่งออกได้ เป็นแนวทางการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่ระดับโลก (Local Links Global Reaches) การดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ซึ่งกำหนดดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ทุกๆ 2 ปี โดยประมาณ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มีผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) นี้ รวมทั้งสิ้น 5 ประเภทดังนี้ คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องตีมีประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร [2] ทั้งนี้โดยมีโครงสร้างขั้นตอนการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 โครงสร้างขั้นตอนการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

จากการเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 – ปีพ.ศ. 2559 ที่มีการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย 6 ครั้งที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตีมีที่ส่งเข้าร่วมการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย น้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาเฉพาะข้อมูลตัวเลขเมื่อปีพ.ศ. 2559 ล่าสุด พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีมีที่ได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาวมีจำนวนน้อยคือน่าจะมีปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นหลายประการจึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีมีไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะหาปัจจัยความสำเร็จและสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีมีว่ามีปัจจัยอย่างไร ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีมี ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นแนวทางสำหรับ

ผู้ประกอบการประเภทเครื่องตีในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการและผู้สนใจทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่จะดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีได้อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก สามารถที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในเวทีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นข้างหน้า

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตี

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: หาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวมที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 2,564 ราย [2] โดยในการนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 360 ราย โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเคซีและมอร์แกน [3] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 ราย และเพิ่มในส่วนของกลุ่มตัวอย่างประเภทเครื่องตี

อีก 25 ราย ฉะนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 360 ราย และต้องไม่ต่ำกว่า 20 เท่าของจำนวนตัวแปร [4] โดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) คือ การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ เป็น อาหาร เครื่องตี ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จากนั้นทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งตามภูมิภาค เป็น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จากนั้นเป็นการสุ่มแบบกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของสัดส่วน (Probability Proportional to Size) ตามจำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ และแต่ละภูมิภาค สุดท้ายได้กลุ่มตัวอย่างจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ แบบสอบถาม มาตราวัดประมาณค่าแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) [5]

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) [6] ร่วมกับเทคนิควิธีการในหลักการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก [7] โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้คือ องค์ประกอบต้องมีค่าผันแปรของตัวแปรทั้งหมดหรือค่าไอเกน (Eigen value) มากกว่า 1.000 ขึ้นไป ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในแต่ละองค์ประกอบนั้นต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ไม่ต่ำกว่า 0.3 [8] กำหนดชื่อองค์ประกอบร่วมจากตัวแปรสังเกตได้

หลายๆตัวแปรที่ร่วมกันชี้วัดปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละองค์ประกอบนั้นๆและทำการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในแต่ละสภาพปัจจัยความสำเร็จ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2: สร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่ม ในปีพ.ศ. 2559 ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว และเจ้าหน้าที่ รวมจำนวนทั้งหมด 9 คน ที่จะมาร่วมตอบแบบสัมภาษณ์และเข้าประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แผนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒินักวิชาการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีทางด้านการบริหารจัดการ 1 คน ด้านเทคโนโลยีอาหาร 1 คน และด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 1 คน รวม 3 คน ส่วนผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในจังหวัดเพชรบุรี 4 คน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย 2 คน รวม 6 คน ฉะนั้นรวมจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 9 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากนั้นนำข้อมูลมาประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความหมายในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปประเด็น (Thematic Analysis) โดยการบรรยายเชิงพรรณนา

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัย ขั้นตอนที่ 1 หาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือชุดแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากข้อสรุปที่มีการบูรณาการ 3 ส่วน คือ 1) จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อสรุปกรอบประเด็นด้านความสำเร็จ

ด้าน	จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญผู้ประกอบการ OTOP	สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ
การตลาด	✓	✓	✓
การเงิน หรือเงินทุน	✓	✓	✓
การบริหารจัดการ	✓	✓	✓
การผลิต	✓	✓	✓
กระบวนการภายนอกธุรกิจ	✓	✓	✓
ผู้นำ	✓	✓	✓
แรงงาน	✓	✓	✓
ความเข้มแข็งของชุมชน	✓	✓	✓
การพัฒนาผลิตภัณฑ์		✓	✓

จากตารางที่ 1 พบว่ากรอบประเด็นด้านความสำเร็จจากข้อสรุปที่มีการบูรณาการ 3 ส่วนคือ 1) จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ข้อสรุปปรวมมีอยู่ 9 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการเงินหรือเงินทุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากนั้นนำไปสร้างข้อคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมทั้ง 9 ด้าน แล้วนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 360 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 256 คน (ร้อยละ 71.11) มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 151 คน (ร้อยละ 41.94) มีประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรฯ มากที่สุดได้แก่ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 126 คน (ร้อยละ 35.00) มีพื้นที่ตั้งสถานประกอบการมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 124 คน (ร้อยละ 34.45) มีประเภทผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ มากที่สุด คือ ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 209 คน (ร้อยละ 58.06) และเคยมีประสบการณ์ในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรร สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มากที่สุด จำนวน 340 คน (ร้อยละ 94.44) และมีระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากที่สุด คือต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 183 คน (ร้อยละ 50.83) ส่วนผลการวิเคราะห์สภาพปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละปัจจัยจากจำนวน 65 ข้อ พบว่าภาพรวม มีสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การควบคุมคุณภาพสินค้าต้องเป็นมาตรฐานเดียวกันมีสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) ผลิตภัณฑ์จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ ส่วนสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด มีแหล่งเงินทุนภาครัฐ/เอกชน ที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้จำนวน 10 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 2

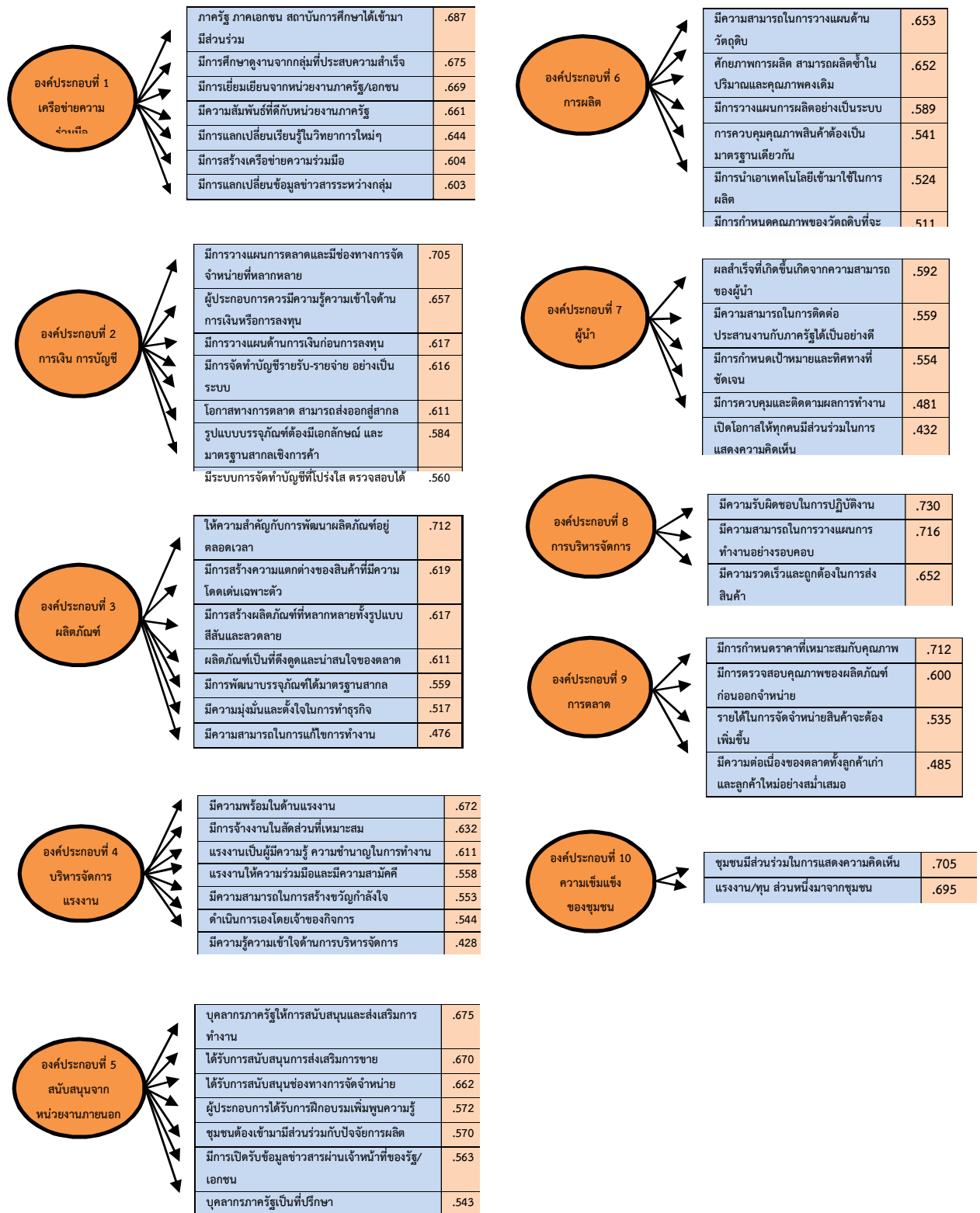
ตารางที่ 2 จำนวนองค์ประกอบ ค่าความร่วมกัน ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบ

ชื่อองค์ประกอบ	ค่าความร่วมกัน	ค่าความผันแปร (eigen value)	ค่าร้อยละของความแปรปรวน (percent of variance)	ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม
1	18.190	4.642	33.072	33.072
2	2.947	4.256	5.358	38.430
3	2.287	3.889	4.158	42.588
4	1.659	3.741	3.016	45.603
5	1.597	3.645	2.904	48.507
6	1.363	3.470	2.477	50.984
7	1.284	2.511	2.334	53.319
8	1.204	2.403	2.189	55.508
9	1.088	2.170	1.979	57.487
10	1.077	1.968	1.958	59.445
รวมค่าความแปรปรวนสะสม			59.445	

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าความร่วมกัน ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของน้ำหนักตัวแปรขององค์ประกอบทั้งหมดในแต่ละตัวแปร มีค่าระหว่าง 1.077 ถึง 18.190 ค่าไอเกน (Eigen Values) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 1.0 มี 10 องค์ประกอบ โดยมีค่าความแปรปรวนสะสมทั้ง 10 องค์ประกอบเท่ากับ 59.445 ซึ่งเป็นค่าเพียงพอที่จะใช้ทางสังคมศาสตร์ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะขอสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ดังรูปที่ 2

จากรูปที่ 2 พบว่า ผลการหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้จำนวน 10 ด้าน คือ

- 1) ด้านเครือข่ายความร่วมมือ
- 2) ด้านการเงิน การบัญชี
- 3) ด้านผลิตภัณฑ์
- 4) ด้านบริหารจัดการแรงงาน
- 5) ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก
- 6) ด้านการผลิต
- 7) ด้านผู้นำ
- 8) ด้านการบริหารจัดการ



รูปที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

9) ด้านการตลาด

10) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

4.2 ผลการวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำ (ร่าง) รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม พร้อมกับสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ทางผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คนและผู้เชี่ยวชาญ 6 คน รวม 9 คน ช่วยดำเนินการและให้ข้อเสนอแนะก่อนล่วงหน้า จากนั้นดำเนินการจัดการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในการเรียนรู้ร่วมกัน และมีข้อสรุปร่วมกัน โดยแต่ละท่านเสนอแนะผ่านการสนทนากลุ่มมาสังเคราะห์ใหม่ แล้วสรุปเรียบเรียงเป็นรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ได้ดังนี้

รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ประกอบด้วย

4.2.1 ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ

จะต้องจัดให้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือซึ่งกันและกันทั้ง 3 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ รวมไปถึงสถาบันการศึกษาด้วย ภาคเอกชน และกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเอง ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มประเภทเดียวกันหรือต่างกลุ่มประเภทที่มีแนวทางการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน ได้ให้ความช่วยเหลือหรือให้คำปรึกษาในรูปแบบต่างๆ อาจจะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ อาทิ การศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิชาการใหม่ๆ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตลอดจนด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องมีการสร้างเครือข่ายร่วมกัน ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่างๆต้องเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU)

ช่วยเหลือในด้านต่างๆร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็นทางการ หรือไม่ เป็นทางการก็ได้ ดังนี้

1.1 เครือข่ายภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ จะต้องเข้ามาช่วยเหลือในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ได้แก่ บริษัทในกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) OTOP Trader เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อันเป็นช่องทางหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดในการจำหน่ายสินค้า เครือข่ายของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตประเภทเครื่องดื่ม และบริษัทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม บริษัทที่เป็นที่ปรึกษาระบบควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ สถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสิน สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนกองทุนโครงการต่างๆ เป็นต้น

1.2 เครือข่ายภาครัฐ/สถาบันการศึกษา จะต้องเข้ามาช่วยเหลือในด้านองค์ความรู้ใหม่ๆ การศึกษาวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ได้แก่ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สสว.) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการขอเครื่องหมายรับรองอาหารและยา (อย.) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ด้านการส่งออกต่างประเทศ หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด/สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ด้านการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) สำนักงานเกษตรจังหวัดคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด ด้านการขอรับรองเครื่องหมาย HALAL สำนักงานสรรพสามิตจังหวัด ด้านชำระภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่ม สถาบันอาหาร ด้านการขอรับรองเครื่องหมาย GMP และ HACCP ตลอดจน สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มหาวิทยาลัยศิลปากร

จังหวัดนครปฐม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จังหวัดกรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า จังหวัดกรุงเทพฯ เป็นต้น

2. จะต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันจากกลุ่มผู้ประกอบการประเภทเดียวกันทางด้านวิทยาการใหม่ๆ และทางด้านข่าวสารข้อมูลจากภาครัฐ มีการประชุมกลุ่มร่วมกัน

3. จะต้องหาโอกาสไปร่วมศึกษาดูงานจากกลุ่มผู้ผลิตที่ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นแนวทางตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เช่น การพัฒนาคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางการตลาด การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ การเข้าถึงแหล่งทุน การจัดทำแผนธุรกิจ เป็นต้น จากกลุ่มผู้ประกอบการประเภทเดียวกันหรือต่างกลุ่มว่าอะไรที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ โดยศึกษากลุ่มที่ประสบความสำเร็จเพื่อที่จะนำมาปรับใช้และวางแผนการดำเนินการต่อไป

4. จะต้องเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐ เข้ามาช่วยให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในด้านต่างๆร่วมด้วย

5. จะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานของทางภาครัฐ โดยเฉพาะกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพราะจะทำให้การดำเนินการราบรื่น ไม่มีปัญหาอุปสรรค

6. จะต้องมีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ในรูปแบบของกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อสร้างพันธมิตรทั้งผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าลักษณะเดียวกันและผู้ผลิต (Supplier)

4.2.2 ปัจจัยด้านการเงิน การบัญชี

จะต้องมีทักษะความรู้ความเข้าใจทางการเงิน การจัดหาแหล่งทุน และการบัญชีร่วมด้วยในการดำเนินการ ทั้งนี้เพื่อที่จะได้วางแผนการใช้จ่าย และมองเห็นถึงค่าใช้จ่ายการลงทุนตลอดจนรายรับ รายจ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการ

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องศึกษาเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจ ทางด้านการเงิน โดยเฉพาะการจัดการแหล่งเงินทุน (กู้ยืม) จากแหล่งทุนต่างๆมาสนับสนุน เช่น สถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และจากกองทุนโครงการต่างๆ เป็นต้น และยังรวมไปถึงการใช้จ่ายเงินทุนด้วย

2. จะต้องศึกษาเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจ เพื่อให้เกิดทักษะทางด้านระบบการจัดทำบัญชีเบื้องต้น อาจจะเป็นแบบง่ายๆ อาทิ บัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีงบดุล บัญชีงบกำไร-ขาดทุน บัญชีรับ-จ่ายแยกประเภท ตลอดจนสามารถคำนวณต้นทุนต่อหน่วย และสรุปเป็นรายเดือน รายปี รายงานเป็นระบบ ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และสามารถนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ตัดสินใจในการบริหาร

3. จะต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญ เพื่อให้เกิดความตระหนักเรื่องการเงินและการบัญชีร่วมกัน

4. จะต้องมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุน เพื่อที่จะได้มองเห็นถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินการและการวางแผนในอนาคตด้วย

5. จะต้องเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และมีทักษะ ในด้านการปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อเข้าถึงแหล่งทุน

6. จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องภาษีอากร และภาษีสรรพสามิตร่วมด้วย

7. ควรมีการนำเอาเทคโนโลยีเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้เพื่อช่วยให้การจัดทำระบบบัญชีง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

4.2.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ทั้งประเภทที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วย

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องมีการสร้างตัวผลิตภัณฑ์ให้ดี โดดเด่น และมีสรรพคุณ เน้นเรื่องรสชาติ จะต้องดีมีง่าย มีคุณค่าและประโยชน์ โดยจะต้องพิจารณาดังนี้

1.1 ตรงตามความต้องการของลูกค้า และตรงตามมาตรฐานกำหนด

1.2 คำนึงถึงกลุ่มลูกค้า ทั้งภายในประเทศ และลูกค้าต่างประเทศ

1.3 คำนึงถึงเพศและอายุ

1.4 คำนึงถึงแนวโน้มความต้องการของผลิตภัณฑ์นั้นๆที่โดดเด่น ณ ปัจจุบันร่วมด้วย เป็นต้น

2. คุณภาพผลิตภัณฑ์ จะต้องเน้น และให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ จะต้องสดใหม่ ปลอดภัย ไร้สารพิษ กระบวนการผลิตต้องสะอาด ไม่มีสิ่งเจือปนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และรวมไปถึงขั้นตอนการเก็บรักษาด้วย เป็นต้น

3. จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูด สะดุดตา และน่าสนใจของตลาด ทั้งรูปแบบสีส่นและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว ในระดับมาตรฐานสากล

4. จะต้องมีการพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ โดยการสร้างตัวแบบแบรนด์ของตนเอง เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ไม่ควรเกิน 3 พยางค์ และต้องมีชื่อภาษาอังกฤษร่วมด้วย เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคจะได้เรียกและจดจำได้ง่าย

5. จะต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล โดยมีการลงรายละเอียดเรื่องราวบนตัวผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน เช่น ข้อมูลโภชนาการ ส่วนประกอบ ตรารับรอง และวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ เป็นต้น

6. จะต้องให้ความสำคัญ กับตัวฉลากของผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยทันยุคทันสมัย เช่น จะต้องมีการใช้สสารโค้ด รหัสคิวอาร์โค้ด เป็นต้น

7. ที่ตัวบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จะต้องมีประวัติความเป็นมาหรือที่มาของผลิตภัณฑ์ด้วย ยิ่งถ้าผลิตมานาน มีเรื่องราวตำนานก็จะทำให้น่าเชื่อถือ

8. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ควรที่จะต้องผ่านการรับรองเครื่องหมายต่างๆเบื้องต้นมาบ้าง เช่น มผช. อย. GMP HACCP HALAL OTOP เป็นต้น

9. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จะต้องให้ความสำคัญ เป็นอันดับต้นๆ รองมาจากคุณภาพผลิตภัณฑ์ และจะต้องคำนึงถึงในเรื่องการขนส่งด้วย บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแข็งแรง ไม่บอบ ไม่แตก ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายง่าย

4.2.4 ปัจจัยด้านบริหารจัดการแรงงาน

ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับแรงงาน (คน) ที่จะนำมาบริหารจัดการในระบบการผลิตทั้งหมดเพื่อให้ดำเนินการในการผลิตเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องวางแผนเตรียมความพร้อมจ้างแรงงาน ให้มีจำนวนที่เหมาะสมกับปริมาณงาน และสามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ หรือเปลี่ยนตำแหน่งแทนกันได้ด้วย

2. จะต้องวางแผนรับแรงงาน แรงงานที่ดี ควรที่จะมีความรู้ ทักษะความชำนาญในการทำงานเฉพาะด้าน เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เป็นต้น หรือถ้าไม่มีก็จะต้องมีการเตรียมการให้ความรู้ก่อนการทำงาน (สอนงาน) อาจกระทำในรูปแบบที่เป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการก็ได้

3. จะต้องสร้างความตระหนัก สร้างจิตสำนึก ให้แรงงานมีความรับผิดชอบในขอบเขตหน้าที่ ปฏิบัติอย่างเต็มที่ ควรมีทัศนคติในการทำงาน การให้ความร่วมมือ มีความรัก ความสามัคคี มีความศรัทธา ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรมด้วย

4. จะต้องสามารถสร้างขวัญ กำลังใจให้กับแรงงานทุกคน อย่างเท่าเทียมกัน ดูแลเอาใจใส่ พึงพาอาศัยซึ่งกันและกันให้เปรียบเสมือนครอบครัวเดียวกัน เช่น จัดสวัสดิการ (รายได้ต่อวันหรือต่อเดือน) มีค่าตอบแทนพิเศษ มีโบนัสประจำเดือนหรือประจำปี พาไปศึกษาดูงานและทัศนศึกษา ให้สิทธิลูกหลาน ญาติพี่น้องเข้ามามีส่วนร่วม มีเบี้ยขยัน มีอาหารกลางวัน เป็นต้น

5. จะต้องพิจารณาจัดหาแรงงานภายในท้องถิ่นชุมชน

ก่อน และจะต้องวางระบบจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจ และอัตราการคงอยู่ของแรงงานได้อีกด้วย

6. จะต้องสนับสนุนแรงงาน ให้มีการทำงานเป็นทีม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พูดคุย และสร้างทัศนคติเชิงบวก

7. จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และควรมีการวางระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เทียบตรง และเป็นระบบ

8. จะต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรมให้แรงงาน ตระหนักในเรื่องการมุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความสะอาด และปลอดภัยในทุกขั้นตอน

4.2.5 ปัจจัยด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

จะเกี่ยวข้องกับภาครัฐ ภาคเอกชน อาจจะมีอยู่ในรูปของหน่วยงานหรือตัวบุคคลที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการ

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องจัดหาหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ที่เป็นที่ปรึกษา ในทุกๆ เรื่อง อาทิ ด้านการขอรับรองมาตรฐานต่างๆ ด้านคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการตลาด ด้านการเงินการบัญชี ด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการตลาดดิจิทัล เป็นต้น

2. จะต้องเปิดโอกาสให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานอย่างจริงจังและเข้าถึง

3. จะต้องให้ภาครัฐให้การสนับสนุนส่งเสริมการขายในทุกๆ ช่องทางทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. จะต้องให้ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมด้วย เช่น การออกบูธ ตามงานของส่วนราชการต่างๆ ประชาสัมพันธ์ลงเว็บไซต์ส่วนราชการ เป็นต้น

5. จะต้องได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทางเว็บไซต์ เป็นต้น และจะต้องได้รับการฝึกอบรมในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้อันจะนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

6. จะต้องให้ภาคเอกชน เข้ามาดูแลให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ เช่น การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์การบรรจุภัณฑ์ และการประกันคุณภาพ เป็นต้น

7. จะต้องเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนให้การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การออกบูธตามงาน หรือเทศกาลต่างๆ

8. จะต้องให้สถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุนด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา อาทิ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และด้านการเก็บรักษา เป็นต้น

4.2.6 ปัจจัยด้านการผลิต

การจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ทั้งหมด การคัดสรรวัตถุดิบ การเก็บรักษาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง จนได้มาซึ่งตัวผลิตภัณฑ์ที่ดี สด สะอาด มีคุณภาพเพื่อการบริโภคและจัดจำหน่าย

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องดำเนินการจัดหาวัตถุดิบ จากแหล่งวัตถุดิบภายในท้องถิ่นหรือชุมชนก่อน และภายในประเทศทั้งหมด โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละให้มากที่สุด

2. จะต้องมียุทธศาสตร์การวางแผนการผลิตให้เป็นระบบ การวางโครงสร้าง เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องคำนึงถึงอนาคตการขยายการผลิตร่วมด้วย

3. จะต้องให้ความสำคัญและให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อมในกระบวนการผลิต คือ การผลิตจะต้องไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. จะต้องมีความสามารถที่จะทำการผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพคงเดิม

5. จะต้องมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดจน เครื่อง

จักรที่ทันสมัย เข้ามาช่วยในการผลิต เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การตรวจสอบ การควบคุมคุณภาพ การขนส่ง ตลอดจนการควบคุมสินค้าคงคลัง เป็นต้น

6. โรงเรือนจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต GMP

7. จะต้องมีแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบตามปริมาณที่เหมาะสม เพื่อรองรับตามออเดอร์ (Order) การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค

8. จะต้องมีแผนการผลิตตามกำลังการผลิตและตามออเดอร์ (Order) ที่สั่ง (ขายดีก็ผลิตมาก)

9. การวางแผนการผลิตที่ดีควรจะต้องมีการประเมินตามออเดอร์ (Order) ที่เข้ามาเพื่อที่จะทำให้สินค้าคงเหลือไม่มากหรือน้อยเกินไป

10. การวางแผนการผลิต ควรจะเริ่มตั้งแต่ การวางแผนการจัดหาวัตถุดิบ วางแผนโครงสร้างกำลังการผลิต การกำหนดกระบวนการผลิต การคำนวณต้นทุนการผลิต และการควบคุมคุณภาพการผลิต

11. จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์การตลาด และการบริหารความเสี่ยง เพื่อรองรับการขยายการผลิตในอนาคตด้วย

12. จะต้องมีความรู้ ความสามารถ ในการคัดเลือกวัตถุดิบ และการผลิตเป็นอย่างดี

13. จะต้องวางแผนหาวิธีการการบรรจุหีบห่อที่มีมาตรฐานและการขนส่งที่มีต้นทุนที่ต่ำ และเพื่อให้ทันเวลา

4.2.7 ปัจจัยด้านผู้นำ

จะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีเป้าหมายชัดเจน มีทัศนคติที่ดี คิดเชิงบวก คิดเป็น แก้ปัญหาได้ มาเป็นผู้นำ และจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเข้ากับผู้ร่วมงานได้ทุกฝ่าย ตลอดจนสามารถที่จะติดต่อประสานงานกับภาครัฐและเอกชนได้เป็นอย่างดีด้วย

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. ผู้นำ จะต้องมีการกำหนดเป้าหมาย และทิศทางที่ชัดเจนอันจะนำพากิจการไปได้ด้วยดี ยึดผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก

2. ผู้นำ จะต้องมีความรู้ ความสามารถ มีบุคลิกภาพความเป็นผู้นำสูง และสามารถประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนในทุกๆเรื่องได้เป็นอย่างดี

3. ผู้นำจะต้องคอยควบคุม และติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ อย่างใกล้ชิด ใส่ใจในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง และการตลาด เป็นต้น

4. ผู้นำจะต้องเปิดโอกาส ที่จะให้ทุกคนใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ และให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ของกิจการ

5. ผู้นำจะต้องมีทัศนคติที่ดี คิดเชิงบวก กล้าตัดสินใจ กล้าได้ กล้าเสีย ต้องรู้จักการทำงานเชิงรุก

6. ผู้นำ จะต้องมีความสามารถในการแข่งขัน มุ่งเน้นความสำเร็จ มีเป้าหมายโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

7. ผู้นำจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีการประชุมพูดคุยสม่ำเสมอทุกเดือน

8. ผู้นำจะต้องมีการจัดทำ แผนงานของกลุ่ม เช่น แผนการปฏิบัติงานประจำปี แผนการผลิต และแผนการจัดจำหน่าย เป็นต้น

9. ผู้นำจะต้องมีจิตวิญญาณ ในการรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย

10. ผู้นำจะต้องมีความสามารถ ประสานงานกับภาครัฐในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ การรับรองคุณภาพมาตรฐานต่าง ๆ และแสวงหาการสนับสนุนจากภาครัฐ

11. ผู้นำต้องสร้างความรู้สึกร่วมกัน การเป็นเจ้าของร่วมกัน การมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย และการแบ่งปันผลประโยชน์ด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

12. ผู้นำจะต้องมีการติดตามข่าวสารในเรื่องข้อร้องเรียนต่างๆของผู้บริโภค เพื่อแก้ปัญหากรณีเกิดการร้องเรียน

13. ผู้นำจะต้องรู้หลักการทำงานเป็นทีม สนับสนุนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม มีความรัก ความสามัคคีกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4.2.8 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

จะต้องมีการบริหารจัดการระบบการดำเนินการในกระบวนการเริ่มตั้งแต่ การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ตลอดจนยังรวมไปถึงการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคด้วย

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องวางแผนการทำงาน และมีการควบคุมอย่างรอบคอบ เน้นประหยัด ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. จะต้องดำเนินการผลิตตามออเดอร์ (Order) และจัดส่งผลิตภัณฑ์ทันตามกำหนดเวลา มีการกำหนดวัน เวลาแน่นอน

3. จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อน การจัดส่งผลิตภัณฑ์ เน้นความสะอาด และมีการสุ่มตรวจอาจจะใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ หรือใช้แรงงานคนก็ได้

4. จะต้องดำเนินการให้ได้มา ซึ่งมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด (เครื่องหมายคุณภาพ) เช่น ออย. มพช. มอก. ฮาลาล Q GMP GAP HACCP เป็นต้น

5. จะต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย

6. จะต้องมีการวางแผนการทำงาน โดยจะต้องวางกลยุทธ์อย่างชัดเจน สามารถปฏิบัติตามแผนได้

7. จะต้องมีการวางแผนการทำงานที่ดี ต้องวางแผนตามออเดอร์ (Order) ที่เข้ามา

8. จะต้องจัดส่งสินค้าผลิตภัณฑ์ โดยยึดหลักความสะอาด ต้นทุนต่ำ และรวดเร็วเป็นหลัก

9. จะต้องมีการวางแผนกำหนดโครงสร้าง การบริหาร

จัดการที่เหมาะสม โดยมอบหมายงานตามตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่ชัดเจน

10. จะต้องออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

11. ควรจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างเสมอเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า

12. การวางแผนการทำงาน จะต้องวางแผนทุกขั้นตอน การผลิต การส่งออก การวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนต้องวางแผนประเมินผลและควบคุมอย่างจริงจัง

13. จะต้องตระหนักให้ความสำคัญกับมาตรฐานของการรับรองผลิตภัณฑ์เครื่องหมาย ออย. เป็นอันดับแรก และเครื่องหมาย GMP ทุกผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นกฎหมายบังคับว่าต้องมี

14. จะต้องมีการจัดทำแผนธุรกิจ/ปฏิบัติตามแผน

15. จะต้องมีการกำหนดรูปแบบฟอร์มการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ และมอบหมายผู้รับผิดชอบโดยตรง

4.2.9 ปัจจัยด้านการตลาด

จะพิจารณาให้ความสำคัญตั้งแต่แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา รวมไปถึงความต่อเนื่องของตลาดด้วย

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องจัดหาแหล่งจำหน่ายหลักของสินค้านำมาจัดวางขายที่สนามบิน บนเครื่องบิน หรืออาจเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าในประเทศต่าง ๆ (Roadshow) รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆร่วมด้วย

2. จะต้องมียุติในการจัดจำหน่ายสินค้า โดยเฉลี่ยต่อปี เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ต้องเพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป

3. จะต้องก่อให้เกิดความต่อเนื่องของตลาด ต้องรักษาลูกค้าเก่าให้คงเดิม มีฐานข้อมูลลูกค้า และเพิ่มลูกค้าใหม่เข้ามา โดยมียอดการสั่งซื้อ และมีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ

4. จะต้องพิจารณากำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม โดยดูจากคุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต การผลิต มาตรฐานของสินค้า และเทียบราคาสินค้ากับผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน

5. จะต้องมีการตรวจสอบ ตรวจสอบเช็คคุณภาพผลิตภัณฑ์ ก่อนนำออกจำหน่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

6. จะต้องต้องมีข้อมูลปริมาณการผลิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

7. จะต้องระบุราคาจำหน่ายปลีก-ส่งให้ชัดเจน

8. จะต้องจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย ในหลายๆ วิธี เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อท้องตลาด บริการส่งให้ถึงมือลูกค้า ขยายทางระบบออนไลน์ (อินเทอร์เน็ต) และประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ในการออก บัตรตามงานต่างๆ

9. จะต้องมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การขายส่ง การลดราคา การแถม การแจก การทดลองชิม และมีตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

10. จะต้องเปิดตลาดการจำหน่ายสินค้าตามร้านของ ผัก และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

11. การจัดจำหน่ายสินค้าจะต้องเน้นตลาดภายในและภายนอกจังหวัด จัดจำหน่ายโดยตรง หรือขายส่งให้กับตัวแทนจำหน่ายงาน OTOP ตามสถานที่ต่างๆ งานรถไฟ เป็นต้น

12. ควรมีกฤษฎีการวางแผนการตลาดที่ชัดเจน และปฏิบัติตามแผนอย่างจริงจัง

4.2.10 ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ถือว่ามีส่วนสำคัญอีกด้านหนึ่งโดยจะมอง ตั้งแต่จุดเริ่มต้น เริ่มทำธุรกิจ ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม และตลอดจนการมีส่วนร่วมกับชุมชนในด้านต่างๆ

แนวทางการดำเนินการมีดังต่อไปนี้

1. จะต้องมียุทธศาสตร์ในการจัดตั้งกลุ่มตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ซึ่งวิธีการคือ ให้สมาชิกนั้นมีส่วนร่วม และมีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนต้องอยู่บนพื้นฐานที่เป็นปัญหาเดียวกัน

2. จะต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะด้านแรงงานหรือทุน ส่วนหนึ่งจะต้องมาจากชุมชน

3. จะต้องมีการจัดสรรผลกำไรบางส่วน ให้เป็นเกิดประโยชน์แก่ชุมชน โดยคืนกำไรกลับสู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปแบบการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านการเงิน ให้ทุนการศึกษา หรือด้านสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ให้การจัดเลี้ยงอาหารเครื่องดื่ม เป็นต้น ในการจัดกิจกรรมวันสำคัญต่างๆของชุมชน เช่น งานวันเด็ก งานวันแม่ งานวัด เป็นต้น

4. จะต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการเรื่องใดๆก็ได้ให้มากที่สุด เช่น การปรับปรุงคุณภาพแหล่งวัตถุดิบ สิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นต้น

5. จะต้องให้ชุมชนได้รับประโยชน์ จากการประกอบการ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือ มีงานทำ เป็นแรงงาน นำวัตถุดิบมาจำหน่าย เป็นต้น ส่วนทางอ้อม ชุมชนมีความรัก ความสามัคคีกัน เป็นต้น

6. จะต้องพัฒนาฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิก โดยเข้าไปช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เท่าที่สามารถทำได้



รูปที่ 3 สรุปรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภท เครื่องดื่ม

5. การอภิปรายผล

ผู้วิจัยแยกอภิปรายในประเด็นดังนี้

5.1 อภิปรายผลการหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ผลการวิเคราะห์หาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ เอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยสรุปทั้ง 9 ด้าน แต่พอมาถึงข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ พบว่า มีตัวแปรเพิ่มอีก 1 ด้าน คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ รวม 10 ด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและเห็นว่ามีส่วนสำคัญในลำดับต้นๆที่ส่งผลให้ประสบความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญประเภทเครื่องตีม อีกด้วย สำหรับปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ที่พบว่า จะต้องมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้วยกัน 3 ฝ่าย มีฝ่ายภาครัฐหมายรวมถึงสถาบันการศึกษาด้วย ภาคเอกชน และกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเอง ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มประเภทเดียวกันหรือต่างกลุ่มประเภทกัน เพื่อที่จะให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ เช่น การศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิทยาการใหม่ๆ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ตลอดจนด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่ามีความจำเป็นที่จะต้องมีความร่วมมือซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะต้องให้ภาคเอกชนเข้ามา เช่น บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) มาช่วยในด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ให้มากขึ้น และสอดคล้องกับวสันต์ เสือขำ [9] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาคของสินค้าประเภทอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการให้สัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ปัจจัยด้านการดำเนินงานที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปัจจัยเครือข่ายสังคมและสอดคล้องกับชนม์ณัฐรัตน์ ฤทธิวิเศษ [10] ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย

สู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จคือ ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

5.2 อภิปรายผลการสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตีม ดังนี้ ผลจากการหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทางด้านเครื่องตีม โดยตรงที่มาประชุมสนทนากลุ่ม ได้ข้อสรุปว่า รูปแบบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตีม จะประกอบด้วย 10 ด้าน คือ 1) ด้านเครือข่ายความร่วมมือ 2) ด้านการเงิน การบัญชี 3) ด้านผลิตภัณฑ์ 4) ด้านบริหารจัดการแรงงาน 5) ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก 6) ด้านการผลิต 7) ด้านผู้นำ 8) ด้านการบริหารจัดการ 9) ด้านการตลาด และ 10) ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีม จะต้องให้ความสำคัญ และตระหนักปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินการ ให้มากที่สุด เพื่อส่งผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาวต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องตีมสามารถนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่นๆได้ แต่อาจจะมีปรับใช้และประยุกต์ในบางส่วน เพื่อที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆประสบความสำเร็จต่อไป

6.2 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน ทั้งในระดับอำเภอ และจังหวัด ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปเผยแพร่ถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องตีมเพื่อเพิ่มจำนวนผลการคัดสรรสุดยอด หนึ่ง

ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาวทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อท้องถิ่นชุมชน ต่อจังหวัด และต่อประเทศชาติสืบไป

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2560. จาก http://www.nesdb.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf
- [2] กรมการพัฒนาชุมชน, “แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2559,” กรุงเทพฯ, สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2559.
- [3] ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, “การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS,” กรุงเทพฯ, เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์, 2557.
- [4] วินิจ เทือกทอง, “การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis).” สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2560. จาก <http://www.ssru.ac.th/Department/Research/ce5.htm>.
- [5] พิษิต ฤทธิ์จรรยา, “หลักการวัดและประเมินผล,” กรุงเทพฯ, เฮ้าส์ ออฟ เคอร์มิสท์, 2553.
- [6] กัลยา วานิชย์บัญชา, “สถิติสำหรับงานวิจัย,” กรุงเทพฯ, ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- [7] ดิเรก ศรีสุข. “เอกสารประกอบคำบรรยาย วิชาสถิติขั้นสูง,” มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 2552.
- [8] ยุทธ ไกยวรรณ, “การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย,” กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- [9] วสันต์ เสือขำ, “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในภูมิภาค : กรณีศึกษา สินค้าประเภทอาหารในจังหวัดเชียงใหม่,” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- [10] ชนม์ณัฐรัชน์ ฤทธิ์วิเศษ, “ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย,” 2554.