

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
 ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค: กรณีศึกษา  
 สินค้าประเภทอาหารของจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน      นายวสันต์      เสือขำ

ปริญญา      บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ นายสุวรรณ      ประธานกรรมการ  
 อาจารย์เรณัส      เสริมบุญสร้าง      กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค ประจำปี 2546 โดยทำการศึกษาวิจัย กรณีศึกษาสินค้าประเภทอาหารของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 ราย และมีสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งสิ้น 9 รายการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์และ สังเกต โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการมีอายุโดยเฉลี่ยต่ำสุด 40 ปี และสูงสุด 63 ปี ซึ่งผู้ประกอบการเป็นชาย 4 ราย หญิง 4 ราย โดยเป็นผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 4 ราย ศึกษาในระดับชั้น ประถมศึกษาจำนวน 3 ราย และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 1 ราย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก ระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภูมิหลังและประสบการณ์เดิมของผู้ประกอบการคือระดับการศึกษา สภาพครอบครัวด้านเศรษฐกิจ และสังคมเป็นปัจจัยประกอบ สำคัญที่เป็นแรงผลักดันทำให้กิจการประสบผลสำเร็จ พร้อมด้วยปัจจัยด้านการดำเนินงานที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว มีดังต่อไปนี้

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันคุณสมบัตินี้ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากประสบการณ์ที่สะสมมาในอดีต

ปัจจัยทางด้านการบริหารการจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารออกเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ โดยแบ่งเป็นแผนกที่สำคัญคือ แผนกการตลาด แผนกการเงินและบัญชี แผนกบุคคล และมีการวางแผน การสั่งงาน และการควบคุมเพื่อให้กิจการดำเนินงานสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ปัจจัยทางด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวิเคราะห์ และการวางแผนทางด้านการตลาด เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีแหล่งจำหน่ายสินค้าทั่วถึง มีคำสั่งซื้อสม่ำเสมอ มีตราสินค้าเป็นของตนเอง รูปแบบบรรจุภัณฑ์โดดเด่นและได้มาตรฐาน มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จัดตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยตรง สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีแผนกดังกล่าว จะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

ปัจจัยด้านมาตรฐานการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 8 ราย ได้ทำการผลิตสินค้ามีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ พร้อมทั้งได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าจากองค์กรอาหารและยา หรือ (อ.ย.) และมาตรฐานการผลิตที่ถูกสุขลักษณะหรือ GMP เป็นสำคัญ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีในการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการผลิตในขั้นสูง โดยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า และมีมาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้น

การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ในด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี โดยให้การคำปรึกษาและคำแนะนำ

ปัจจัยเครือข่ายสังคม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้เลือกที่จะใช้เครือข่ายสังคม ช่วยให้เกิดการช่วยเหลือ การพึ่งพาซึ่งกันและกัน และจะเป็นเครือข่ายที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน

ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของกลุ่มหรือชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญของการจัดตั้งกลุ่มที่เป็นลักษณะกลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มต่างๆ ภายในชุมชนที่ส่งผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ

สำหรับปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในผู้ประกอบการคือ ปัญหาทางการตลาด รองลงมาคือ  
ปัญหาทางการจัดการ ปัญหาทางการเงิน และปัญหาทางการผลิต ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent study Title** Key Success Factors of One Tambon One Product at a Regional Five-Star Rating: A Case Study of Food Categories in Chiang Mai Province

**Author** Mr. Wasan Suea-Kham

**Degree** Master of Business Administration  
(Agro – Industry Management)

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan	Chairperson
Lecturer Renus Sermboonsang	Member

**ABSTRACT**

The objective of this independent study was to study factors affecting achievement of One Tambon One Product which was selected as five stars level for regional products in 2546 annually by studying cases of food products for 8 samples and 9 items of One Tambon One Product in Chiang Mai. The study instruments were interview and observation then data was analyzed by researcher through the application of narration. The research finding were as follow ;

The sample consisted of 4 males and 4 females, aged of 40-63 years with primary, high school and degree education. Of this, there were 4,3 and 1 sample with degree, primary and high school education respectively.

Factors affecting achievement of one tambon one product which were recognized as five stars regional products of Chiang Mai province were from background and experiences of entrepreneurs. This included their educational level and social-economic status as first and second involving factors for business achievement. Of this, factors affecting achievement of one tambon on product which were recognized as five stars regional products can be more identified as follows:

Factor of entrepreneurship. It was found that most of entrepreneurs have shown achievement due to getting long experiences individual.

Factor of administration and management. It was found that most of entrepreneurs gave important on organizational implementation by setting necessary sections. Of this, marketing, finance and account, personal section as well as planning , control section based on its objective were set.

Factor of marketing. It was found that most of entrepreneurs employed analysis and marketing plan. Its objectives were to create product suited to demand of customer and making product with good quality continuously as to expand more distributing areas and making more purchase order by design good packaging according to standard as well as products advertising and promoting were made.

Factor of product development. It was found that most of entrepreneurs set research and development section to take response for product development. For entrepreneurs who had not this section then they will develop products by themselves.

Factor of product standard. It was found that eight of entrepreneurs created products with good quality so product were accepted by customer as well as products were recognized by Thai Food and Drug Administration (Thai FDA) and Good Manufacturing Practice (GMP)

Factor of production technology. It was found that most of entrepreneurs employed high technology machines in production and production standard were improved.

Concerning support from other organizations. It was found that most of entrepreneurs received support from governmental organizations in the area of management, production, marketing, finance and account via consultancy and recommendation.

Factor of social network. It was found that most of entrepreneurs employed social network for asking for a helping, co-ordinating and for sources of recommendation to tackle implementation problem.

Factor of group or community strengthening such as housewife group or villager group were important factor affecting achievement of implementation.

Concerning major problem found in entrepreneurs were from problem of marketing, management, finance and production respectively.