

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ การคัดเลือกระดับ 5 ดาว ระดับภูมิภาค ประเภทอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ประจำปี 2546 ครั้งนี้เป็น การศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยในด้านต่างๆ ของการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ประกอบการ ที่ทำการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสบความสำเร็จที่ได้รับการคัดเลือกดังกล่าว โดยได้ใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตการปฏิบัติงานและ ผู้สัมภาษณ์ตลอดจนบริเวณและสถานที่ทำการผลิตสินค้า บ้านพักและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ โดยผล การศึกษาสรุปสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน

จากการศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานของชุมชน พบว่าภาวะเศรษฐกิจของภาคเหนือมีการขยายตัวอย่าง ต่อเนื่องในทุกปี การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวตามความต้องการส่งออกที่มากขึ้น และจังหวัด เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทุกด้านของภาคและของภาคเหนือตอนบน เป็นศูนย์กลางการ ท่องเที่ยวของจังหวัดภาคเหนือตอนบน ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย หมุนเวียนมาที่ จังหวัดเชียงใหม่ในปริมาณมากในแต่ละปี เป็นโอกาสของผู้ประกอบการต่างๆ ที่จะนำเสนอสินค้าของ ตนเองสู่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้ ประกอบกับสถานประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าตั้งอยู่ในบริเวณที่มี สภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการผลิตสินค้าของตนในแต่ละพื้นที่ของแต่ละกิจการ จากปัจจัยแวดล้อมที่กล่าวมาพื้นฐานของชุมชนเป็นปัจจัยเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย ที่ให้จังหวัดเชียงใหม่มี โอกาสทำให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบ ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามแนวทางของ ผู้ประกอบการเอง และจะสามารถนำข้อมูลพื้นฐานของชุมชน มาวิเคราะห์ใช้กับกิจการของตนเอง ที่จะทำให้สินค้าของตนเองประสบผลสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องมึ ความสามารถในการบริหารงานและมีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ดีควบคู่กันไปด้วย

## 2. ภูมิหลังและประสบการณ์เดิมของผู้ประกอบการ

องค์ประกอบทางภูมิหลังและประสบการณ์เดิมของผู้ประกอบการคือระดับการศึกษา และสภาพครอบครัวด้านเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยประกอบสำคัญ ที่ทำให้กิจการประสบผลสำเร็จ โดยตัวผู้ประกอบการเองที่มีส่วนสำคัญ ในการศึกษาและการเรียนรู้จากประสบการณ์ดำเนินธุรกิจ สามารถพาธุรกิจของตนให้ผ่านอุปสรรคและปัญหาต่างๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงาน ได้ดีเพียงใด ซึ่งผลการศึกษากว่าครึ่งมีความรู้ที่น้อย และมีการศึกษาที่ไม่ตรงกับการทำงานในปัจจุบัน แต่ได้อาศัยแรงผลักดันจากสภาพครอบครัวที่มีความยากจนและจิตสำนึกที่ดีต่อการทำประโยชน์ให้แก่ สังคมและประเทศชาติ การพัฒนาให้เกิดความรู้จมีทักษะในงานที่ทำนั้น เกิดจากตัวเจ้าของกิจการหรือ ผู้นำกลุ่มเองเป็นส่วนใหญ่ สามารถอธิบายได้ว่า การศึกษานั้นสามารถที่จะศึกษาได้ตลอดชีวิต ไม่ว่าจะ เป็นการศึกษาด้วยวิธีแบบใดก็ตาม สามารถเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ เป็นการศึกษาจากประสบการณ์หรือ การสำเร็จจากการศึกษาหรือไม่ก็ตาม ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่จะนำความรู้ที่นำไปใช้ได้กับกิจการ ได้มากน้อยเพียงใด

## 3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกสินค้า ให้อยู่ใน ระดับ 5 ดาวนั้น เกิดจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันสูงและจากการที่รัฐบาลมีนโยบาย ที่ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมและขนาด กลาง ประกอบกับการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นให้ สามารถทำการผลิตสินค้าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเองได้ โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดเลือกในระดับ 5 ดาว ระดับภูมิภาค ในจังหวัดเชียงใหม่ดังนี้

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ทั้ง 8 รายมีลักษณะที่โดดเด่นในแต่ละด้านต่างกัน โดย ในแต่ละกิจการผู้บริหารหรือผู้นำจะมีความแตกต่างในคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละคน เป็นส่วนสำคัญในการนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ วางไว้ ตลอดจนสามารถพัฒนาธุรกิจของตนก้าวไกล ได้เพียงใด

ปัจจัยในด้านบริหารและการจัดการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัด โครงสร้างองค์กรที่ แบ่งตามหน้าที่ แบ่งแยกออกเป็นแผนกต่างๆ ชัดเจน โดยแบ่งเป็นแผนกการตลาด แผนกการเงินและ บัญชี แผนกบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสะดวกในการวางแผน การควบคุมและการสั่งการ

ปัจจัยด้านการตลาด พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีใหญ่มีการวิเคราะห์ และการวางแผน ทางด้านการตลาด สามารถผลิตสินค้าให้ตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภค มีการกำหนดกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายอย่างชัดเจน มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่เพียงพอ รูปแบบบรรจุภัณฑ์โดดเด่นและได้มาตรฐาน โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญคือกลยุทธ์ทางด้านคุณภาพที่ผู้ประกอบการทุกรายนำมาใช้

ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จัดตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยตรง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สร้างความแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ เป็นคุณสมบัติเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ ให้มีจุดเด่นอย่างไรที่ทำให้เหนือหรือดีกว่าสินค้าอื่นๆ ในประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียง ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยด้านมาตรฐานการผลิต ผู้ประกอบการทั้ง 8 ราย ได้ทำการผลิตสินค้ามีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ พร้อมทั้งการได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าจากสถาบันต่างๆ โดยเฉพาะการรับรองจากองค์กรอาหารและยา (อ.ย.) และมาตรฐานการผลิตที่ถูกสุขลักษณะหรือ GMP เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าประเภทอาหารได้รับการยอมรับและได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในระดับ 5 ดาว

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีในการผลิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการผลิตในขั้นสูง ในลักษณะการลงทุนเป็นเงินจำนวนมาก ในการนำเครื่องจักรจากต่างประเทศเข้ามาช่วยในระบบการผลิตและการควบคุมคุณภาพ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า และมีมาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้น

การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี โดยให้คำปรึกษาและคำแนะนำ พร้อมทั้งช่วยเหลือในด้านเงินทุน

ปัจจัยเครือข่ายสังคม พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้เลือกที่จะใช้เครือข่ายสังคม ช่วยให้เกิดการช่วยเหลือ การพึ่งพาซึ่งกันและกัน และจะเป็นเครือข่ายที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยในการแก้ไขปัญหา ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างเครือข่ายของตนได้มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของกลุ่มหรือชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญของการจัดตั้งกลุ่มที่เป็นลักษณะกลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มต่างๆ ภายในชุมชน เป็นตัวบ่งชี้ถึงความตั้งใจจริงที่จะการดำเนินกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและตนเองได้

ตารางที่ 5.1 ตารางสรุปความเข้มแข็งของปัจจัยด้านการดำเนินงานของกรณีศึกษา 8 ราย

ปัจจัยด้านการดำเนินงาน	กรณีศึกษา							
	กรณีศึกษา 1 บริษัท เชียงใหม่ ธนาธร จำกัด	กรณีศึกษา 2 คุณบัว The Royal Nuis	กรณีศึกษา 3 บริษัท กรีน ไดมอนด์ จำกัด	กรณีศึกษา 4 บริษัท เชียงใหม่ เอ็มที ฟู้ดส์ จำกัด	กรณีศึกษา 5 บริษัท เชียงใหม่ วันสันทน์ จำกัด	กรณีศึกษา 6 บริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด	กรณีศึกษา 7 กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร บ้านป่าไผ่	กรณีศึกษา 8 กลุ่มแปรรูป ผลผลิตทาง การเกษตร บ้านแก้ว
ลักษณะความเป็น ผู้ประกอบการ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
การบริหารจัดการ	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
การตลาด	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
การพัฒนาผลิตภัณฑ์	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มาตรฐานการผลิต	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
เทคโนโลยีในการผลิต	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อย	น้อย
เครือข่ายสังคม	มาก	มาก	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก
ความเข้มแข็งของชุมชน	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่พบ
การสนับสนุนจาก หน่วยงานต่างๆ	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	มาก	มาก	มาก

## การอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค: กรณีศึกษาสินค้าประเภทอาหารของจังหวัดเชียงใหม่ ประจำปี 2546 อภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดวางโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารออกเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ มีการกระจายอำนาจไปสู่แผนกหรือฝ่ายต่างๆ เพื่อประโยชน์เรื่องของความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ผู้ประกอบการได้เรียนรู้ว่าโครงสร้างองค์กรธุรกิจจะไม่อยู่ตายอยู่ตลอดเวลา แต่ควรจะมีการปรับเปลี่ยนไป เมื่อธุรกิจขยายตัว ดังนั้นเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสมผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับขนาดของธุรกิจ และต้องเรียนรู้ทักษะในการบริหาร 4 ด้าน ซึ่งการศึกษานี้สอดคล้องกับสมยศ นาวิการ (2544) ว่าการบริหารจัดการประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งรณ และการควบคุมเพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

2. ด้านการเงินและบัญชี พบว่าผู้ประกอบการทุกรายมีการจัดทำบัญชี แต่ในส่วนของงบการเงินมีผู้ประกอบการบางรายที่ไม่สามารถทำงบการเงินได้ เนื่องจากขาดความรู้และขาดผู้รับผิดชอบโดยตรง สำหรับในส่วนของเงินลงทุนส่วนใหญ่เป็นเงินทุนจากการกู้ยืมจากธนาคารที่ทำการปล่อยสินเชื่อ และจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานและการพัฒนาธุรกิจ และพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดการด้านเงินทุนที่ดี จะช่วยลดการเผชิญปัญหาทางการเงินและความล้มเหลวทางธุรกิจที่เกิด สอดคล้องกับ ธนิตา จิตรน้อมรับ (2540 : 1-4) ที่ว่าบทบาท ผู้บริหารการเงินมีดังต่อไปนี้คือ บทบาทในการจัดหาเงินมาลงทุนในธุรกิจ บทบาทในการจัดสรรเงินทุนและบทบาทในการเพิ่มทุน

3. ด้านการตลาด ผู้ประกอบการมีการดำเนินงานในด้านการตลาดนั้นทั้งหมดมีการวิเคราะห์ทางการตลาด เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้ถูกต้อง และทำการตัดสินใจว่าใครที่จะเป็นลูกค้าและสามารถที่จะสนับสนุนความพยายามทางการตลาดของกิจการได้ อีกทั้งยังมีการกำหนดถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะนำมาใช้ โดยมีความแตกต่างกันในแต่ละกิจการ ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการและชนิดสินค้าสอดคล้องกับ สมชาย หิรัญกิตติ (2544) ว่าเป็นปรัชญาทางธุรกิจที่พิจารณาถึงความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าก่อนที่สินค้าและบริการจะผลิตขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการให้ความสำคัญของตราสินค้าหรือแบรนด์

เป็นหลักและการให้ข้อมูลถึงประโยชน์ของสินค้า เพื่อให้สินค้าเกิดความมั่นใจและน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับชูศักดิ์ เศษเกรียงไกรกุล (2547) ได้กล่าวเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจประการหนึ่งคือในปัจจุบันลูกค้ามักมีความสงสัยไม่เชื่อในคำกล่าวอ้างของแบรนด์เท่าใดนัก เหตุผลควรเชื่อมีความสำคัญไม่น้อยกว่าคำกล่าวอ้างสรรพคุณต่างๆ ที่เป็นจุดขาย และการให้เหตุผลที่สมควรแก่การเชื่อถือไว้วางใจแบรนด์นั้นมีความสัมพันธ์กับโอกาสความสำเร็จของแบรนด์

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลจากการวิจัยจากแต่ละผู้ประกอบการนั้น ทั้งหมดให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะต้องทำการคิด และออกสินค้าใหม่หรือทำการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับชูศักดิ์ เศษเกรียงไกรกุล (2547) ได้กล่าวเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจประการหนึ่งคือ ธุรกิจต้องมีแนวคิดใหม่ที่แตกต่างหรือความเชี่ยวชาญพิเศษ และเน้นเฉพาะเจาะจง โดยต้องหาจุดยืนที่แตกต่าง โอกาสความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับความแตกต่าง โดยที่พบในบริษัทของผู้ประกอบการมีทั้งที่เป็นแผนก โดยเฉพาะแยกออกมาอย่างชัดเจน โดยมีหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรูปแบบและคุณภาพของสินค้าโดยอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเชิงวิชาการ โดยเฉพาะ อีกกรณีหนึ่งคือผู้ประกอบการเองที่เป็นผู้ออกแบบเองทั้งหมด อาศัยจากการศึกษา การสังเกต การลองผิดลองถูก สอดคล้องแนวคิดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2529) ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ไม่จำเป็นต้องมีวิธีการอย่างเป็นทางการหรือโดยระเบียบวิธีการที่แน่นอนตายตัว อาจมาจากความคิดจิตสำนึกหรือสามัญสำนึกโดยผ่านเทคนิควิธีการพิเศษก็ได้ เพื่อให้สินค้ามีความแตกต่างและเกิดความได้เปรียบทางการตลาด

5. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในการดำเนินงานที่จะส่งผลให้สินค้าที่ผลิตมีความโดดเด่น และได้รับการคัดเลือกให้เป็นสินค้า 5 ดาว ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญก็คือคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ดี โดยส่วนใหญ่คุณลักษณะที่พบในผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับอรพิน สันติธีรากุล (2544) ในแบบทดสอบคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กล่าวว่าคุณแจที่ไขไปสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจประการหนึ่งประกอบไปด้วยศักยภาพแห่งความสำเร็จ ศักยภาพแห่งการวางแผน และศักยภาพแห่งความสำเร็จ ประกอบกับยังสอดคล้องกับชนินทร์ ชุณหพันธ์ (2544) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเพิ่มเติมไว้ว่ามีบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าเป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อแหล่งชุมชนที่กิจการตั้งอยู่มีจรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของทางราชการ มีความเต็มใจในการดำเนินงานตามกฎหมายระเบียบของกิจกรรม นอกเหนือจากนี้ยังต้องมีความสามารถในด้านต่างๆ คือมีแรงผลักดันส่วนตัวที่ต้องทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีความคิดริเริ่ม

และมีความรับผิดชอบ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีความสามารถทางด้านเทคนิคโดยต้องมีความสามารถในเรื่องนั้นๆ เป็นอย่างดี มีความสามารถทางด้านการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่จะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วและมีความถูกต้อง มีความสามารถทางด้านความคิดรวบยอด ที่จะต้องปฏิบัติงานด้วยตนเอง มีบางรายที่ต้องปฏิบัติงานในหลายๆ หน้าที่จะทำให้การดำเนินงานทางธุรกิจบรรลุผลตามเป้าหมายซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวส่วนใหญ่พบในผู้ประกอบการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับรางวัล แต่ก็มีความแตกต่างกันบ้างตามบุคลิกและประสบการณ์เดิมที่สะสมมาส่งผลให้เกิดบุคลิกที่มีลักษณะเฉพาะอย่างที่ทำให้กิจการหรือธุรกิจประสบความสำเร็จ

6. การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายต่างๆ พบว่าเป็นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนนับตั้งแต่การเรียนรู้ การพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็ง ประกอบกับการปรับใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเหมาะสม เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน นอกจากมุ่งการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้แก้ปัญหาความยากจนได้ในระดับหนึ่งแล้ว ยังมุ่งให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต สามารถก้าวสู่ตลาดสากลโดยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐาน ออย. มาตรฐาน มอก. มาตรฐาน ฮาลาล เป็นต้น ควบคู่กับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งรุกและรับสอดคล้องกับกิตติ ลีมสกุล (2545) ที่กล่าวว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ตำบล และส่งเสริมสนับสนุนให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและความต้องการของตลาดสากล

7. เครือข่ายสังคม ที่ผู้ประกอบการใช้จะมีส่วนช่วยในการดำเนินกิจการให้มีความราบรื่น ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการแต่ละคนที่จะแสดงออกทางพฤติกรรม ที่จะนำมาใช้สอดคล้องกับสัมพันธ์ เศรษฐกิจและคณะ (2537) ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยขยายช่วยประชาสัมพันธ์ช่วยในการช่วยเหลือ และพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันได้ และจะเป็นเครือข่ายที่ช่วยคิด ช่วยสร้างกิจกรรมช่วยแก้ปัญหาในการดำเนินกิจการ

8. การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยราชการ สอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของสุรพล กาญจนะจิตราและคณะ (2529) ว่า กลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยราชการในด้านต่าง ๆ มาก ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน ได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ และได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาชีพมาก จะประสบความสำเร็จมากกว่าของกลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ น้อย

9. ปัญหาที่พบในผู้ประกอบการสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของวารสารส่งเสริมการลงทุน (2547) สามารถสรุปได้ว่าปัญหาของ SMEs ที่พบคือ ขาดการตัดแปลงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยส่วนใหญ่มีศักยภาพในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นสูงน้อยราย ขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ขาดความรู้และบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านการตลาดเป็นอย่างดี ความจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

#### ข้อค้นพบ

1. คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่มีลักษณะเด่นในด้านความกล้าเสี่ยงในการลงทุน และเป็นคนที่แสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจตลอดเวลา
2. การบริหารจัดการ พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดให้ความสำคัญกับการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารออกเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ เพื่อความสะดวกในการวางแผน การสั่งงาน และการควบคุม
3. ปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดให้ทำการวิเคราะห์การตลาดถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าชัดเจนและให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์โดยเน้นคุณภาพและการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ต่อสินค้า
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดให้ความสำคัญกับการคิดค้นทั้งในรูปแบบของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างของสินค้าและสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจสินค้า สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและนำรายได้เข้าสู่บริษัทหรือกลุ่มผู้ผลิตสำหรับกระบวนการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ มีทั้งที่เป็นแผนกโดยเฉพาะแยกออกมาอย่างชัดเจนและผู้ประกอบการเป็นผู้ออกแบบเองโดยตรง
5. ปัจจัยมาตรฐานการผลิต พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดมีมาตรฐานรับรองในการผลิตสินค้าคือมาตรฐานทาง ออย. หรือมาตรฐานทาง GMP
6. ปัจจัยเทคโนโลยีในการผลิต พบว่าผู้ประกอบการ ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก มีเทคโนโลยีการผลิตในขั้นสูง โดยการใช้เครื่องมือ และเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการผลิต
7. ในการคัดเลือกในครั้งนี้มีความเร่งรีบในการคัดสรรสินค้า โดยใช้ระยะเวลาในการคัดเลือกสินค้าในระดับภาคเพียง 4 วันซึ่งมีสินค้าจำนวนหลายพันชิ้น ประกอบกับมีคณะกรรมการที่ทำ



การคัดเลือกเพียง 8 ท่าน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความเหนื่อยล้าในการคัดเลือกสินค้าที่เข้าสู่กระบวนการเกิดความเร่งรีบการคัดเลือก ทำให้ประสิทธิภาพในการคัดเลือกไม่ดีเท่าที่ควร

8. ในการคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ รัฐบาลมุ่งหวังการช่วยเหลือและการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ตำบล ในชุมชน แต่ในการคัดเลือกครั้งนี้ก็มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสมัครเข้ารับการคัดเลือกด้วยเช่นกัน ทำให้ผู้ผลิตรายใหญ่ได้รับการคัดเลือกเป็นส่วนใหญ่ แทนที่จะเป็นผู้ผลิตที่มาจากชุมชนจากตำบลโดยแท้จริง ไม่ตรงกับเป้าหมายที่ทางรัฐบาลตั้งไว้

#### ข้อเสนอแนะ

##### สำหรับภาครัฐบาล

1. ด้านบริหารจัดการ ควรมีข้อกำหนด และหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานเข้ามาปฏิบัติงาน และควรมีการฝึกอบรมพนักงานทั้งภายในและภายนอกเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้นักงานได้ฝึกฝนและเรียนรู้ที่จะเพิ่มความสามารถและการพัฒนาด้วยตนเอง
2. เพื่อให้สินค้าที่ได้รับการคัดเลือกรักษามาตรฐานการผลิตของตนเองอยู่ตลอดเวลา รัฐบาลควร เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับ กระบวนการผลิต มาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่นการนำความรู้และระบบการผลิตที่ทันสมัย เข้ามาใช้ หรือหาศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน
3. สนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่ม โอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ เช่นเพิ่มช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ โดยการจัดตั้งร้านค้าที่เป็น การจำหน่ายสินค้าสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ เป็นต้น
4. ด้านการเงินและบัญชี พบปัญหาผู้ประกอบการที่เป็นลักษณะของกลุ่มแม่บ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดทำระบบการเงินและบัญชี ดังนั้นควรที่จะมีการจัดการอบรมในเรื่องดังกล่าวให้ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน ได้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านให้ความสำคัญในการจัดทำระบบบัญชีและการเงิน แต่ก็ยังมีความรู้ไม่เพียงพอที่จะสามารถทำได้ และทำการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ โดยการจัดหาทุนแหล่งดอกเบี้ยราคาถูกลง

5. การคัดเลือกในครั้งต่อไปควรที่จะทำการวางแผนและทำการเตรียมงานให้มีระยะเวลาในการคัดเลือกให้มากขึ้น รวมทั้งมีการอบรมคณะกรรมการที่ทำการคัดเลือกเกี่ยวกับข้อกำหนดในการคัดเลือกสินค้าในประเภทต่างๆ เพื่อให้การคัดเลือกสินค้าจากทั่วประเทศไปในทิศทางเดียวกัน

6. สำหรับการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าควรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมและความเสมอภาคของผู้ประกอบการแต่ละราย ควรที่จะทำเกณฑ์การคัดเลือกใหม่ และแบ่งสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ระดับคือสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับชุมชน และสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ SMEs โดยการกำหนดหลักเกณฑ์และคุณสมบัติของแต่ละประเภทให้ชัดเจน เพื่อให้รัฐบาลสามารถพัฒนาได้ถูกแนวทาง โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มระดับชุมชน เข้าสู่การทำงานแบบที่เป็นสากลและทันสมัยมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะเป็นตัวนำในการกระจายสินค้าไปยังที่ต่างๆ ซึ่งผลที่ได้คือ เป็นการจุดให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มต่างๆ มีการปรับตัว และขับเคลื่อนไปให้ทันยุคทันสมัยในที่สุด

#### สำหรับภาคเอกชน

1. ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อจำหน่ายทุกชนิด ควรที่จะมีกระบวนการที่ผลิตที่ถูกสุขลักษณะและมีมาตรฐานในการผลิตรองรับสินค้า เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อและให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและการซื้อซ้ำก็คือ คุณภาพสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และทำให้ลูกค้าประทับใจ การซื้อซ้ำ (Repurchase) เป็นสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นตลอดไป และเป็นการอยู่รอดต่อกิจการโดยสินค้าที่มีคุณภาพดีนั้น เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่การรับวัตถุดิบ การผลิต การนำส่งลูกค้า และบริการหลังการขาย และที่ได้กล่าวมาแล้วว่าต้องมีใบรับรองคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย เพราะฉะนั้นการที่สินค้าสามารถการแข่งขันได้ และกิจการสามารถอยู่รอดได้ ปัจจัยพื้นฐานก็คือ สินค้ามีคุณภาพและสินค้าได้รับการรับรองจากมาตรฐานต่างๆ เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและระดับประเทศ

2. ผู้ผลิตสินค้าที่เป็นภาคเอกชนควรที่จะช่วยเหลือและให้ความร่วมมือในด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยให้แก่ชุมชนหรือเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นระดับชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตของตนเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นระดับชุมชนได้ทำการศึกษาและนำมาประยุกต์ปรับปรุงการผลิตของตนเอง

3. ด้านการตลาด พบปัญหาผู้ประกอบการบางรายขาดประสิทธิภาพในด้านการตลาดขาดการวางแผนงานด้านการตลาด ทั้งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคนั้นไม่รู้จักสินค้าและมี

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ขาดผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด จึงควรที่จะวางกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเร่งการพัฒนาตราสินค้าด้วยการประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้ามากขึ้นโดยการพยายามแนะนำสินค้าของบริษัทสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ หรือหาตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งจะช่วยให้ปริมาณการสั่งซื้อและช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น นำมาซึ่งการพัฒนากิจการให้เจริญเติบโตต่อไปในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษานี้ทำการศึกษาในสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ เพียงประเภทเดียวจากทั้งหมด 6 ประเภท จึงควรทำการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อที่จะทราบปัจจัยนอกเหนือจากการศึกษาในครั้งนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved