

การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี

Increasing the Competitive Competence that Affecting the Business Success of One Tambon One Product at Pathum Thani Province

सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลในจังหวัดปทุมธานี 2. เพื่อศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี 3. เพื่อศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 242 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ แบบ All Enter

ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี โดยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.1640 และระดับความสำเร็จทางธุรกิจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.0366 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าขีดความสามารถด้านการจัดการวัตถุดิบ(X2) ด้านเทคโนโลยีและการผลิตร่วม(X3) ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด(X5) ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา (X6) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณะ(X7) สามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 22.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ ขีดความสามารถการแข่งขัน สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จทางธุรกิจ

Abstract

The objectives of this research were: (1) to survey public opinion on Increasing the Competitive Competence of One Tambon One Product at Pathum Thani Province, (2) to survey public opinion on the Business Success of One Tambon One Product at Pathum Thani Province. (3) to study the Increasing the Competitive Competence that Affecting

¹สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์กรุงเทพ

ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: sirisanit@gmail.com)

the Business Success of One Tambon One Product at Pathum Thani Province. The samples were 242 of OTOP enterprises at Pathum Thani, selected by Quota random sampling. The tool used for this study was a questionnaire. The statistics used to analyze data including the percentage, mean, standard deviation, All Enter regression analysis.

The results of this study showed that opinions on increasing the Competitive Competence of One Tambon One Product at Pathum Thani Province were low level with an average of 2.1640 and opinion on entrepreneurial success in OTOP at Pathum Thani Province were low level with an average of 2.0366

According to the hypothesis testing, It was found that the factors of material management capability (X2), technology and manufacturing (X3), business and marketing management (X5), database systems, industrial research and development (X6) and Government support and public agencies could be cooperatively predictable to the level of entrepreneurial success in OTOP at Pathum Thani province with the average of 22.1% at the statistical significance .01.

Keywords: Increasing the Competitive, OTOP, Entrepreneurial Success

1. บทนำ

การดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงจากท้องถิ่นสู่สากลในการพัฒนา คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย จึงได้กำหนดให้ “การส่งเสริมอาชีพผลิตสินค้า OTOP” เป็นนโยบายเร่งด่วนที่สำคัญ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานเศรษฐกิจ ของประเทศ ซึ่งเริ่มจากการรวมกลุ่มของประชาชนระดับฐานรากในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างพลังการพึ่งตนเองและ ช่วยเหลือกันของชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาการประกอบอาชีพทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน ระดับกลุ่ม ชุมชน หมู่บ้าน ตำบล ตลอดจนเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่างๆ ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สามารถพัฒนา ต่อยอดไปถึงระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อไป (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2559)

สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลจึงเป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจที่ฐานรากอย่างแท้จริงและเป็นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการผลักดันอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามภายใต้ภาวะการแข่งขันการของผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลของไทยต้องประสบกับปัญหาต่างๆ มากมายซึ่งจากผลการศึกษาของ ดนัยมัย เจียรกุล (2557) ซึ่งได้รวบรวมปัญหาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสรุปสภาพปัญหาพบว่าปัญหาของการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นมีปัญหาหลักอยู่ 7 ประการด้วยกันคือ 1. ปัญหาเครือข่ายวิสาหกิจขาดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่ายในการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม 2. ปัญหาด้านการจัดการ นอกจากปัญหาความไม่เอาใจจริงเอาใจในการพัฒนาของคนในกลุ่ม OTOP เอง 3. ปัญหาด้านการตลาดจะพบว่าสินค้า OTOP ไม่มีการพัฒนา

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐาน 4. ปัญหาด้านการผลิตของ OTOP คือ ขาดวัตถุดิบขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีทักษะในการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ 5. ปัญหาด้านการเงินและแหล่งเงินทุนต่ำเนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดทักษะการบริหารการเงินและบัญชีไม่มีระบบบันทึกบัญชีที่ถูกต้องและไม่มีการบันทึกรายรับรายจ่ายของ

6. ปัญหาด้านเทคโนโลยีขาดการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานขาดทักษะแรงงาน 7. ปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากลเพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภคโดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาเกี่ยวกับเทคโนโลยีนวัตกรรมและพัฒนาารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่นของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราฮือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ (อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ, 2558) และกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลให้อยู่รอดก็คือการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการทางธุรกิจนั่นเอง ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันไม่ได้หมายถึง การประเทศมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศอื่น หรือการที่สินค้านั้นมีราคาถูกโดยเปรียบเทียบอัน

เนื่องมาจากการลดค่าเงิน แท้จริงแล้ว ความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งทำให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ประชากรมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน การเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการทางธุรกิจจึงเป็นทางออกที่สำคัญสำหรับประเทศไทย (Porter, Michael E.,2003)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งนี้ในบรรดาฐานการผลิตสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์คือจังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นจังหวัดปริมาตรที่สำคัญเป็นจังหวัดหน้าด่านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคเหนือของประเทศ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการอพยพของประชาชนย้ายถิ่นเข้ามาจำนวนมาก และเป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลมากกว่า 700 ราย (ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ตารางที่ 1 รายงานผลิตภัณฑ์ OTOP ปี 2558 แบ่งตามประเภท จังหวัด ปทุมธานี

ลำดับที่	ประเภทผลิตภัณฑ์	รวม
1	อาหาร	166
2	เครื่องคั้ม	57
3	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	101
4	ของใช้ๆ	200
5	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	187
รวมทั้งสิ้น		711

ที่มา : กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2558)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัย
เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการศึกษา
ถึงปัจจัยชี้วัดความสามารถในการประกอบการทาง
ธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่ง
ตำบลในจังหวัดปทุมธานีที่มีต่อความสำเร็จในการ
ดำเนินธุรกิจจึงมีความสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้า
ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลเป็นรากฐานหลักในการพัฒนา
เศรษฐกิจท้องถิ่นซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อน
เศรษฐกิจมวลรวมของประเทศประกอบกับจังหวัด
ปทุมธานีเป็นฐานการผลิตสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่ง
ตำบลที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถใน
การแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์
หนึ่งตำบลในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจของ
ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถ
ทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของ
ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
จังหวัดปทุมธานี

3.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลและผลการวิจัยไปใช้ในการ
กำหนดนโยบาย แผนงาน และยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าหนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสินค้า
หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลในการนำข้อมูลไป
ประยุกต์ใช้ในการบริหารงานเพื่อเพิ่มความสำเร็จใน
การดำเนินธุรกิจ

4.ขอบเขตในการวิจัย

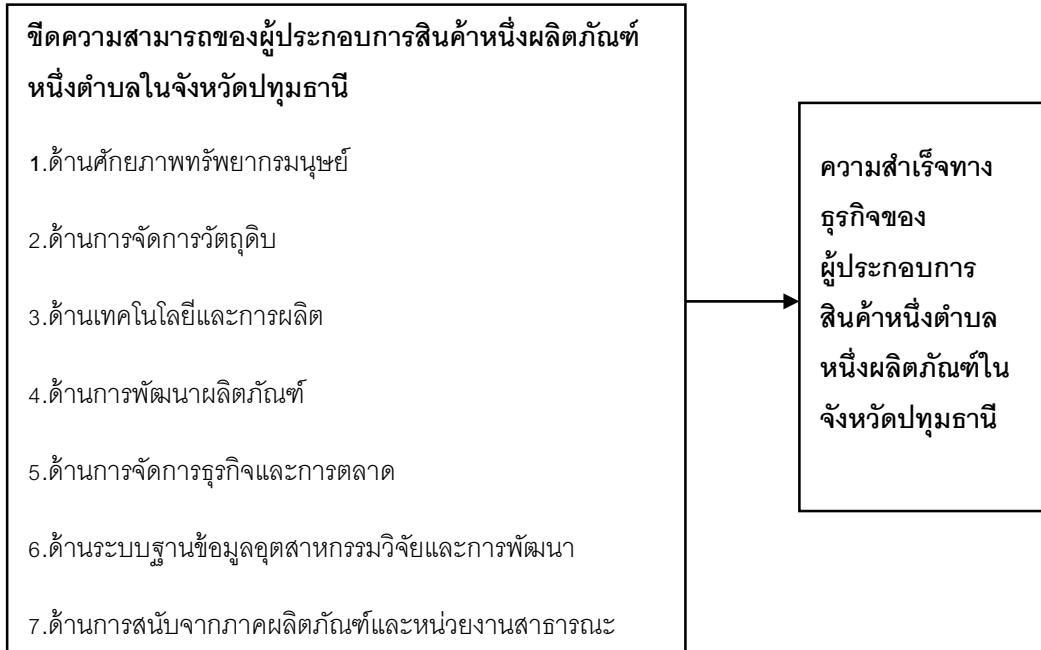
การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตดังนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย
ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขต
จังหวัดปทุมธานี จำนวน 711 ราย โดยกำหนด
ตัวอย่าง 242 ตัวอย่าง ทำการสุ่มโดยการสุ่มตัวอย่าง
แบบโควต้า (Quota Random Sampling) ตามสัดส่วน
ของจำนวนผู้ประกอบการในแต่ละประเภท
ผลิตภัณฑ์ และการสุ่มแบบง่าย (Simple Random
Sampling)

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์วางแผนหรือตั้งเป้าหมายแล้วทำได้ตามที่คาดการณ์ไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องหรือความสามารถในการขยายกิจการให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและยั่งยืนในการประกอบธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานีในการศึกษาครั้งนี้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจรวมถึงการที่ผู้ประกอบการทำงานโดยมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการได้มาก

ขึ้น ตลอดจนผลประกอบการของธุรกิจ ในเรื่องของ การรักษากลุ่มลูกค้าเดิม การหากลุ่มลูกค้าใหม่ และกำไรเฉลี่ยต่อเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับกำไรในรอบปีที่ผ่านมา การขยายตัวได้ดีขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีสภาพคล่องทางการเงิน ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของธุรกิจ สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ขีดความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถเพิ่มคุณค่า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนั้นยังทำให้กิจการมีฐานะทางอุตสาหกรรมเหนือกว่า คู่แข่งขัน ใดๆก็ตาม เมื่อกิจการพยายามสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการผลิต ณ ต้นทุน ควรจะมุ่งประสิทธิภาพของการผลิตและปริมาณที่สูง และหากกิจการเลือกการสร้างแตกต่างนั้นความหมายว่า

กิจการต้องสร้างความแตกต่างบนรากฐานความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่ว่าจะเลือกกลยุทธ์ใดสิ่งที่ยากคือการต้องคำนึงถึง คือ รากฐานความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยพอร์เตอร์ (Porter, 1985, p. 98) ได้แบ่งขีดความสามารถในการประกอบการทางธุรกิจออกเป็น 7 ด้าน

7. สมมติฐานในการวิจัย

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี

8. ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ขอบเขตประชากรผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 711 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ตารางนี้ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างขนาด 242 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling) โดยในขั้นแรกทำการสุ่มแบบโควต้า (Quota Random Sampling) ตามสัดส่วนประเภทของผู้ประกอบการ และทำการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ตามทะเบียนรายชื่อของกรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้ ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ตลาดที่สำคัญ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ 7 ด้านโดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 1 หมายถึง มีขีดความสามารถ ระดับต่ำ
- 2 หมายถึงมีขีดความสามารถ ระดับค่อนข้างต่ำ
- 3 หมายถึงมีขีดความสามารถ ระดับ ปานกลาง
- 4 หมายถึงมีขีดความสามารถ ระดับค่อนข้างสูง
- 5 หมายถึงมีขีดความสามารถ ระดับ สูง

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการโดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 1 หมายถึง มีระดับความสำเร็จ ต่ำ
- 2 หมายถึง มีระดับความสำเร็จ ค่อนข้างต่ำ
- 3 หมายถึง มีระดับความสำเร็จ ปานกลาง
- 4 หมายถึง มีระดับความสำเร็จ ค่อนข้างสูง
- 5 หมายถึง มีระดับความสำเร็จ สูง

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาระดับความสำเร็จในการประกอบการ

เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ของเบส (Best, 1977ดังนี้

- | | |
|-------------|-------------|
| 4.50 - 5.00 | สูง |
| 3.50 - 4.49 | ค่อนข้างสูง |
| 2.50 - 3.49 | ปานกลาง |
| 1.50 - 2.49 | ค่อนข้างต่ำ |
| 1.00 - 1.49 | ต่ำ |

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ reliability coefficient alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.920

สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลกระทำโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ All Enter

9. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ใน 3 ประเด็น ดังนี้

9.1 ชีตความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานีผลการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวม

และรายด้าน มีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับน้อยทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับค่อนข้างต่ำมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.165 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน และระดับค่อนข้างต่ำ 5 ด้าน โดยด้านที่มีชี้ความสามารถมากที่สุดคือด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ รองลงมาคือ ด้านการจัดการวัตถุดิบ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด และการตลาด ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และ ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนาน้อยที่สุดตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ชีตความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี

ระดับชี้ตความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD.	แปลผล
1.ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	3.1494	.67751	ปานกลาง
2.ด้านการจัดการวัตถุดิบ	2.9124	.82528	ปานกลาง
3.ด้านเทคโนโลยีและการผลิต	2.0917	.61490	ค่อนข้างต่ำ
4.ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.2934	.62110	ค่อนข้างต่ำ
5.ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด	2.2884	.54866	ค่อนข้างต่ำ
6.ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา	1.9711	.47684	ค่อนข้างต่ำ
7.ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ	2.1550	.52197	ค่อนข้างต่ำ
รวม	2.1640	.44300	ค่อนข้างต่ำ

9.2 ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี
ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.4721 โดยประเด็นที่ประสบ
ความสำเร็จมากที่สุดคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเมื่อ
เปรียบเทียบกับต้นทุนถือว่าได้ผลกำไรค่อนข้างสูง
ตารางที่ 3 ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี

รองลงมา การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่าน รวมถึง
การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และประเด็นที่ประสบ
ความสำเร็จน้อยที่สุดคือธุรกิจอัตราการเติบโตอย่าง
ต่อเนื่องธุรกิจ รายละเอียดดังตารางที่ 3

การบริหารงาน	ระดับความสำเร็จ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ยอดขายของท่านเฉลี่ยต่อเดือน สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด	2.4504	1.11554	ค่อนข้างต่ำ
2. กำไรเฉลี่ยต่อเดือนของท่านเมื่อ เปรียบเทียบกับต้นทุนถือว่าได้ผล กำไรค่อนข้างสูง	2.6942	1.03742	ปานกลาง
3. การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมของท่าน รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่	2.6488	.97934	ปานกลาง
4. การหากลุ่มลูกค้าใหม่ของท่าน ถือ ว่าได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดี	2.6777	1.04833	ปานกลาง
5. ช่องทางการจัดจำหน่ายของท่าน สามารถกระจายสู่กลุ่มเป้าหมาย	2.6074	.93726	ปานกลาง
6. ท่านสามารถขยายธุรกิจได้อย่าง ต่อเนื่อง	2.3719	.89380	ค่อนข้างต่ำ
7. ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงิน	2.2397	.71178	ค่อนข้างต่ำ
8. ธุรกิจมีอัตราการเติบโตอย่าง ต่อเนื่อง	2.0868	.88599	ค่อนข้างต่ำ
รวมค่าเฉลี่ย	2.4721	.30403	ค่อนข้างต่ำ

9.3 การทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการ
แข่งขันได้แก่ ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (X1)
ศักยภาพด้านการจัดการวัตถุดิบ (X2) ศักยภาพด้าน
เทคโนโลยีและการผลิต (X3) ศักยภาพด้านการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ (X4) ศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจ
และการตลาด (X5) ศักยภาพด้านระบบฐานข้อมูล
อุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา (X6) ศักยภาพของ

การสนับสนุนจากรัฐและหน่วยงานสาธารณะ (X7)
กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี
พบว่า ขีดความสามารถด้านการจัดการวัตถุดิบ(X2)
ด้านเทคโนโลยีและการผลิตร่วม(X3) ด้านการจัดการ
ธุรกิจและการตลาด (X5) ด้านระบบฐานข้อมูล
อุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา (X6) ด้านการสนับสนุน
จากรัฐและหน่วยงานสาธารณะ (X7) สามารถ

ร่วมกันอธิบายความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 22.1 (Adjusted R²=0.221)

ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยขีดความสามารถในการแข่งขันกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี

ตัวแบบ (Model)	ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ					
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.	
ค่าคงที่ (Constant)	1.210	.176		6.858**	.000	
1.ด้านทรัพยากรมนุษย์	-.079	.065	-.125	-1.226	.221	
2.ด้านการจัดการวัตถุดิบ	.131	.054	.252	2.447*	.015	
3.ด้านเทคโนโลยีและการผลิต	.168	.063	.239	2.657**	.008	
4.ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	.101	.066	.153	1.530	.127	
5.ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด	.302	.095	-.385	3.180**	.002	
6.ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรม	.368	.075	.437	4.892**	.000	
7.ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณะ	.155	.073	.188	2.129*	.034	
	r	R ²	Adjusted R ²	SE(est.)	F	Sig.
	.494	0.244	0.221	0.379	10.779**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานีโดยในภาพรวมอยู่ระดับค่อนข้างต่ำ มี และระดับ

ความสำเร็จทางธุรกิจอยู่ในระดับค่อนข้าง เช่นเดียวกันทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ขาดความสามารถวางแผนที่จะขยายธุรกิจให้มีสินค้าและบริการที่ครอบคลุมครบวงจร รวมทั้งสามารถปรับเปลี่ยนแผน

เมื่อมีโอกาสได้ทันที หากแผนที่วางไว้ไม่ดำเนินไปตามที่คาดหวัง โดยสามารถทำแผนขึ้นมาใหม่เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งนี้จะดำเนินธุรกิจในลักษณะของครอบครัวเป็นหลัก ซึ่งผลของการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศย์ สุขศรี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของระบอบการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ และด้านมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จปัญหาที่สำคัญในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกคือ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ ปัญหาด้านการตลาด (ศศิเพ็ญ พวงสายใจ,2551)สินค้า OTOP ไม่มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐาน (สำนักวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และสำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์,2558) และช่องทางการจำหน่ายที่ยังมีจำกัด (พวงเกษร วงศ์อนุพรกุล,2552) และที่สำคัญการรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)นั้นก็มีผลกระทบต่อการปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำแหน่งผลิตภัณฑ์(OTOP)ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก โดยที่ปัญหาของOTOPโดยรวมของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ นั้นเกี่ยวข้องกับสร้างเครือข่ายธุรกิจด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงิน และแหล่งเงินทุนด้านเทคโนโลยีและด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ และที่สำคัญหากจะส่งเสริมสนับสนุนให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้สามารถขยายตัวไปสู่การส่งออกได้รัฐจะต้องให้การสนับสนุนทั้งในด้านเงินทุน การควบคุมอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม (สมยศ อวเกียรติ และสิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง,2559) เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผัน

แปรของอัตราดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโดยตรงเพื่อให้สามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศได้

11. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรสนับสนุนทักษะด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ซึ่งมีความสำคัญต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถวางแผนที่จะขยายธุรกิจให้มีสินค้าและบริการที่ครอบคลุมครบวงจร และสามารถวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอนาคต
2. รัฐควรสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น
3. ควรสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่เข้ามาใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานทางการผลิตและสามารถดำเนินต่อไปได้
4. รัฐควรที่จะให้ความรู้ด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบการ และที่สำคัญรัฐควรดำเนินนโยบายด้านดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยนทางการเงินอย่างระมัดระวังเพื่อเสถียรภาพทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย
5. ควรส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการวัตถุดิบเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ และสามารถลดต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการผลิต

12. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอื่นๆ ของประเทศเพิ่มเติม เพื่อให้เห็นสภาพของปัญหาของประเทศในภาพรวม

ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนและกำหนดนโยบายระดับชาติ

2. ควรศึกษาโดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้เห็นมุมมองของปัญหาในมิติที่ลุ่มลึกขึ้น

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการในประเทศไทย เช่น ประเทศญี่ปุ่น

13.เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2558) รายงานผลิตภัณฑ์ OTOP ปี 2558 แบ่งตามประเภท จังหวัด ปทุมธานี สืบค้นจาก <http://113.53.241.24/CDDReport/rpCategories.aspx> วันที่สืบค้น 13 ธันวาคม 2559
- นิตย สุขศรี. (2553). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- คนัยมัย เจริญกุล (2557) ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC วารสารนักบริหาร ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2557
- พวงเกษร วงศ์อนุพรกุล.(2552). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม).
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ.(2551).การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อการส่งออกของชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตวารสารนักบริหาร Executive Journal ผู้ผลิตน้ำมันงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 1(1),46-55.
- สมยศ อวเกียรติ และสิทธิพร ประวัตินรุ่งเรือง (2559) อิทธิพลของปัจจัยที่สำคัญต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และ เงินบาทต่อเยน วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ,5 (2) ,16-26
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย วิสาหกิจชุมชน สืบค้นจาก <http://www.cep.cdd.go.th> วันที่สืบค้น 13 ธันวาคม 2559
- สำนักวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์และสำนักงานจังหวัดอุตรดิตถ์.(2558). การพัฒนาเครือข่ายระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบครบวงจรภายใต้ นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดตาก(รายงานวิจัย).
- อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558
- Best, J. W. (1977). Research in Education. (3 rd ed). New Jersey: Prentice hall Inc

Porter, Michael E.(2003) "Thailand's Competitiveness: Creating the Foundations for Higher Productivity."

Institute for Strategy and Competitiveness, Bangkok, Thailand, May 4, 2003.