

รูปแบบความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปไทยที่ไม่ใช่อาหาร
สำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

Achievement Model for Product Development of Thai Processed Herbal Non
Food Products for OTOP Group, Bangkok Metropolitan Region

จรรย์ภัทร์ จุฑาธัญญ์¹, ริณฎฎาภัทร์ ปยุตวรเศรษฐ์²
^{1,2}มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

E-mail address: pattdd1234@gmail.com

ABSTRACT

The purposes for this study were (1) to study the levels of achievement model for product development of Thai Processed Herbal Non Food Products for OTOP Group, Bangkok Metropolitan Region. (2) To study the factors which affecting to the achievement model for product development of Thai Processed Herbal Non Food Products for OTOP Group. (3) To create the relationship model between the factors which affecting to model for product development of Thai Processed Herbal Non Food Products for OTOP Group. This study was conducted by Survey Research. Questionnaire was the tool for data collecting by the 220 people as the sampling group. The result for this study regarding the factors the factors which determined the achievement model for product development of Thai Processed Herbal Non Food Products for OTOP Group found that the factors in innovation and technology were at the highest and the second was marketing strategy, skilled workforce in production, managerial administration and executives was at the high level in all aspects. External factors found that the potential in marketing was at the highest level and the second was the cooperation between organizations and competition in marketing was at the high level. Hypothesis test found that the factors in age, educational level, period of operating the business and types of business in the entrepreneurs affecting to the achievement for development of Thai Processed Herbal products at the significance level of 0.05, exception the factors in genders which no affecting. From the hypothesis test found that internal factors and external supportive factors, such as, executives, managerial administration, skilled workforce in production, marketing strategy, innovation and technology, cooperation between organizations, competition in marketing and marketing potential affecting to the achievement model for product development of Thai Processed Herbal.

Keywords: Achievement; Herbal Product; OTOP Group

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รัฐบาลให้การสนับสนุนและได้มีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (กรมพัฒนาชุมชน, 2557) ปัจจุบัน“สมุนไพรร” รัฐบาลพยายามส่งเสริมให้เกิดการส่งออกสำคัญในการเพิ่มตัวเลขทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 (ชูลิพร บุตรโคตร, 2557)

ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกสมุนไพรไทยอยู่ในหลักแสนล้านบาท ซึ่งถือว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารของกลุ่ม OTOP มีการเติบโตที่สูง กระทรวงสาธารณสุข ได้พยายามดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาสมุนไพรไทย: สมุนไพรไทย-สินค้าโลก พ.ศ.2556-2560 เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาสมุนไพรไทยสู่ผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าทางสมุนไพรในตลาดโลก แต่อุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดของสมุนไพรไทยจะยังมีปัญหาและอุปสรรคมาก ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดอาเซียนและตลาดโลก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของปัญหาการวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้นการวิจัยจึงมีเป้าหมายเพื่อหาแบบความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร สำหรับกลุ่มOTOP ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของแมคเคลแลนด ได้กล่าวว่า บุคคลแต่ละบุคคลนั้นจะมีความต้องการที่แตกต่างกันและเป็นสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ซึ่งไม่ใช่การถ่ายทอดมาจากทางพันธุกรรม โดยได้แบ่งความต้องการออกเป็น 3 ประการด้วยกัน คือ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต ความต้องการความผูกพัน และความต้องการการมีอำนาจ (McClelland, 1961) ทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮิร์ซเบิร์ก(Herzbergs Two – Factor Theory) หรือทฤษฎีสองปัจจัย (Herzberg, 1959) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งจูงใจมีสองแบบ คือ Motivators ถือเป็น องค์ประกอบที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ได้แก่ ลักษณะงาน ความก้าวหน้า การยอมรับ ความรับผิดชอบ และสัมฤทธิผลของงาน ส่วน Hygienes คือ องค์ประกอบ ที่สามารถป้องกันการเกิดความไม่พอใจในการทำงานได้แก่ สภาพการทำงาน นโยบายบริษัท ความมั่นคง ผลตอบแทน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการนิเทศงาน สภาพตำแหน่ง แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หลักการพื้นฐานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 2.พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป 3.การสร้าง

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณ แห่งการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในการ บริหารจัดการองค์กรในยุค 4.0 ธุรกิจต้องปรับตัว ดังนี้ 1) การปรับขนาดองค์กรให้เหมาะสม 2) แผนการทำงานตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ 3) การรวม ศูนยทรัพยากรและคนที่มีความสำคัญ 4) วิธีการ มองโอกาส และ 5) บทบาทของผู้นำ ผู้นำในองค์กร จะเห็นว่าการปรับตัวไปสู่การเป็นองค์กรยุค 4.0 เป็นเรื่องของการปรับแนวคิดและทัศนคติถ้าหาก ปรับตัวได้เร็วก็ย่อมได้เปรียบ ถ้าหากปรับตัวช้าก็ พลาดโอกาสในการรอดและการเติบโต (เกียรติ อนันต์ ล้วนแก้ว, 2560)

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย
2. ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัย สนับสนุนภายในและภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จ ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย
3. ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาและการวางแผนการบริหารจัดการ สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยให้เป็นที่ ยอมรับและเป็นการยกระดับและการพัฒนา ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร ไทยสำหรับกลุ่ม OTOP ต่อไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ ผู้ประกอบการกลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร ในเขต กรุงเทพมหานคร ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิต/ ผู้ประกอบการ OTOP ของกรมพัฒนาชุมชน เขต กรุงเทพมหานคร ในปี 2557 - 2558 จำนวน 486 ราย

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 220 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไป ของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนิน ธุรกิจ และประเภทของธุรกิจ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับปัจจัย สนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอกที่เป็น ตัวกำหนดความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แปรรูปสมุนไพรไทยแบ่งเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้าน ผู้บริหาร ด้านการบริหารจัดการ ด้านทักษะแรงงาน การผลิต ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนวัตกรรมและ เทคโนโลยี เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaires) ชนิดมาตราส่วน ประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จ ของของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า ด้านการพัฒนาระบบการผลิต ด้านการพัฒนาด้านเครือข่ายทางการตลาด ด้าน

การพัฒนาด้านความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ ชนิด
มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอ
ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความ
เที่ยงตรงตามโครงสร้าง ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความ
สอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (McKeen & Smith,
2003, p.51) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
ของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งทุกข้อคำถาม
(Items) ที่มีค่า IOC = 0.5 ขึ้นไป จากนั้นนำไปหาค่า
ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการนำไปทดลอง
(Try Out) กับความสำเร็จการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป
สมุนไพรไทย จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น
ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยคำนวณหาค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's
Alpha Coefficient) ผลการทดลองพบว่า Reliability
Coefficients เท่ากับ .974 เป็นค่ามาตรฐานทาง
วิชาการที่ยอมรับได้

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่
อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครที่
ทำการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 151 คน
คิดเป็นร้อยละ 68.6 ส่วนใหญ่มีอายุ 46-60 ปี
จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ส่วนใหญ่มี
การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 165 คน คิด
เป็นร้อยละ 75.0 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการ

ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็น
ร้อยละ 43.2 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง
จากสมุนไพร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5
รองลงมา ธุรกิจจากสมุนไพร จำนวน 45 คน คิด
เป็นร้อยละ 20.5 และธุรกิจวัตถุดิบสมุนไพร จำนวน
42 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 ตามลำดับ

ระดับความสำเร็จของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร สำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร
สำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า
ภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยเมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาความ
ได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย
3.80) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาเครือข่ายทาง
การตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ด้าน
การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า อยู่ในระดับ
มาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และด้านการพัฒนา
กระบวนการผลิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)
ตามลำดับ

ปัจจัยทางอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาของ
การเปิดธุรกิจ และประเภทของธุรกิจของผู้
ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปไทยส่งผลต่อ
ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร
ไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขต
กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 ยกเว้นปัจจัยทางเพศ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จ
ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่
อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

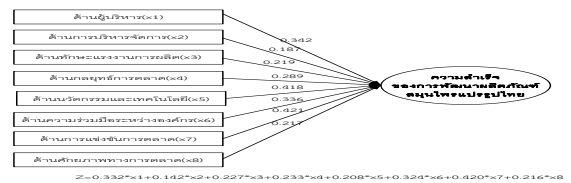
ปัจจัยสนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอก ได้แก่ ด้านผู้บริหาร(x1), ด้านการบริหารจัดการ(x2), ด้านทักษะแรงงานการผลิต(x3), ด้านกลยุทธ์การตลาด(x4), ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี(x5), ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร(x6), ด้านการแข่งขันการตลาด(x7), และด้านศักยภาพทางการตลาด(x8) ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนภายในพบว่า ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์การตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ด้านทักษะแรงงานการผลิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และด้านผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และปัจจัยสนับสนุนภายนอก พบว่า ด้านศักยภาพทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และด้านการแข่งขันการตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร สำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยสามารถสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปและปัจจัยสนับสนุนภายใน และปัจจัยสนับสนุนภายนอกที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP ในภาพรวมดังนี้

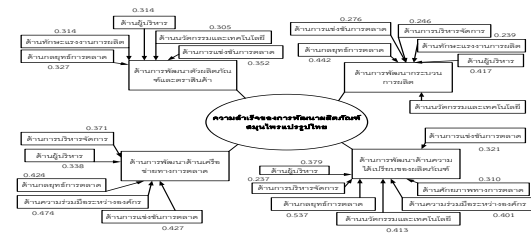


แผนภาพที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัย

สนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอกกับความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครภาพรวม

จากแผนภาพปัจจัยสนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอกทุกๆ ด้านส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหาร โดยการพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านการแข่งขันการตลาด รองลงมาคือ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านผู้บริหาร และน้อยที่สุดคือด้านการบริหารจัดการ นอกเหนือจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยที่ทำการศึกษทั้งหมด 8 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผู้บริหาร ด้านการบริหารจัดการ ด้านทักษะแรงงานการผลิต ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร ด้านการแข่งขันการตลาด และด้านศักยภาพทางการตลาด ร่วมกันการพยากรณ์

ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมได้ถึงร้อยละ 70.3 เพื่อให้เห็นภาพรายละเอียดที่ชัดเจนจากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสร้างรูปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP ออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

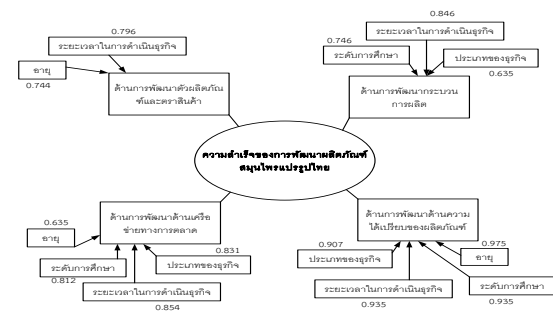


แผนภาพที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของ

ปัจจัยสนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอกกับความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า ความสำเร็จของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ปัจจัยด้านผู้บริหาร ด้านทักษะแรงงานการผลิต ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี และด้านการแข่งขันการตลาด ส่วนความสำเร็จการพัฒนากระบวนการการผลิต พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลคือด้านการแข่งขันการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านทักษะแรงงานการผลิต และด้านผู้บริหาร ความสำเร็จการพัฒนาเครือข่ายทางการตลาด เป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ด้านผู้บริหาร ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านการแข่งขัน

การตลาด และด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร สุดท้ายความสำเร็จของการพัฒนาความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ส่งผลคือ ด้านผู้บริหาร ด้านการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านศักยภาพทางการตลาด และด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร นอกเหนือจากการศึกษาภายใต้ปัจจัยสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อการความสำเร็จของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์ของ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร

จากแผนภาพที่ 3 พบว่า ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้าสามารถพยากรณ์ได้ด้วยปัจจัยของระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ และอายุของผู้บริหาร ส่วนความสำเร็จการพัฒนากระบวนการการผลิตเป็นมาจากระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจ ระดับการศึกษา และประเภทของธุรกิจ ความสำเร็จของ

การพัฒนาเครือข่ายทางการตลาดสามารถวัดได้จาก อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และประเภทของธุรกิจ สอดคล้องกับผลสำเร็จของการพัฒนาความได้เปรียบของตัวผลิตภัณฑ์สามารถวัดได้จากอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และประเภทของธุรกิจ เช่นเดียวกัน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง รูปแบบความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทย ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. **จากการศึกษา พบว่า** ปัจจัยทางอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาของการเปิดธุรกิจ และประเภทของธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยทางเพศ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วสันต์ เสือขำ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก ระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าภูมิหลังและประสบการณ์เดิมของผู้ประกอบการคือ

ระดับการศึกษา สภาพครอบครัวด้านเศรษฐกิจ และสังคมเป็นปัจจัยประกอบสำคัญที่เป็นแรงผลักดันทำให้กิจการประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนูญ สุกูณี (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลความสำเร็จในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาจังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มการผลิตพืชปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ทิศทางวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร และภาพรวมกันดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน สามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จได้ตรงกับผลการประเมินร้อยละ 98.90 ส่วนกลุ่มผลิตสัตว์และประมง มีอิทธิพลของ 2 ปัจจัย คือ การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร และภาพรวมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน สามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของกลุ่มได้ตรงกับผลการประเมิน ร้อยละ 100.00 ส่วนการใช้ปัจจัยจำนวนสมาชิกและอายุของกลุ่มในการพยากรณ์ความสำเร็จ พบว่าในกลุ่มการผลิตพืชปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จคือ อายุของกลุ่มสามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของกลุ่มได้ตรงกับผลการประเมิน ร้อยละ 50.00 ส่วนกลุ่มผลิตสัตว์และประมง มีอิทธิพลของ 2 ปัจจัย คือ จำนวนสมาชิกและอายุของกลุ่ม สามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของกลุ่มได้ตรงกับผลการประเมิน ร้อยละ 34.60 ซึ่งควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพอื่น และปัจจัยอื่นๆ เพื่อที่จะได้นำปัจจัยที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มอาชีพ ไปใช้ในการพัฒนาเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไป

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุนภายในและปัจจัยสนับสนุนภายนอก ได้แก่ ด้านผู้บริหาร(x1), ด้านการบริหารจัดการ(x2), ด้านทักษะแรงงานการผลิต(x3), ด้านกลยุทธ์การตลาด(x4), ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี(x5), ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กร(x6), ด้านการแข่งขันการตลาด(x7), และด้านศักยภาพทางการตลาด(x8) ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปไทยที่ไม่ใช่อาหาร สำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานครภาพรวม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กิตติพงษ์ เฉลิมกิจ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าตำบลเวียงยอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนที่ได้รับระยะเวลาเป็นสมาชิกของกลุ่ม และระดับการมีส่วนร่วมกิจกรรมกลุ่มมีความสัมพันธ์กับระดับความสำเร็จของกลุ่มแม่บ้าน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปนัดดา สุขเกษม (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ ศึกษาเฉพาะกรรืออำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ คือ ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมด้านอาชีพจากภายในและภายนอกแก่สมาชิกเพื่อนำไปประกอบอาชีพ มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด และการเป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นมีงานทำลดปัญหาการว่างงานได้ ทั้งนี้การรวมกลุ่มอาชีพทำให้สมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพที่มั่นคง และพัฒนาให้กลายเป็นอาชีพหลักได้ในส่วนของปัจจัยภายใน ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

และหลักการดำเนินงานกลุ่ม ลักษณะผู้นำกลุ่ม การบริหารงานกลุ่มและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มอาชีพปัจจัยภายนอกได้แก่การได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่รัฐและภาคเอกชน การได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุกัญญา อธิปอนันต์ (2550) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพึ่งตนเอง ผลการวิจัย พบว่า บริบทชุมชนและสถานการณ์วิสาหกิจชุมชนคนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรเป็นหลัก แรกเริ่มเป็นกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร รวมกลุ่มกันเพื่อรับการสนับสนุนจากภาครัฐ และขอสนับสนุนเงินทุน มีการรวมตัวแบบหลวมๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรพรรณ คำมั่น (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กรณีศึกษา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำใสใต้ ตำบลชัชจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง คือ ปัจจัยด้านผู้นำ ประธานกลุ่มมี ภาวะผู้นำสูง เป็นผู้ที่มีผลักดันให้กลุ่มมีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตสาธารณะพร้อมที่จะอุทิศเวลาให้กับกลุ่ม ปัจจัยด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ที่รักษาวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นไว้ กระบวนการผลิตใช้ วัตถุดิบทางธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น ปัจจัยด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ กลุ่มมีการเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่ม และมีการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม โดยการถ่ายทอด

ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อผลตอบแทน สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่พึงพอใจในผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและผลตอบแทนด้านจิตใจ เช่น ความภาคภูมิใจในผลงาน ปัจจัยด้านการปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกหลายกลุ่มโดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้งองค์กรภายในชุมชนและนอกชุมชน ทั้งในส่วนขององค์กรภาครัฐ องค์กรภายเอกชน และองค์กรภาคประชาชนเข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มในด้านต่างๆ และปัจจัยด้านแรงงานเป็นแรงงานในชุมชน มีเทคนิคและความชำนาญในการทอผ้าพื้นเมือง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมนึก เตชโพธิ์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพที่ได้รับการส่งเสริม โดยองค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาในเขตอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลครบทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านวัสดุครุภัณฑ์ ด้านงบประมาณ ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านการตลาด ส่วนใหญ่เคยได้รับการสนับสนุนอย่างน้อย 1 ครั้ง ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการซื้อผลิตภัณฑ์และด้านการตลาดส่วนใหญ่เคยได้รับการสนับสนุนอย่างน้อย 1 ครั้ง ได้รับการติดตาม ตรวจสอบหรือนิเทศจากเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ส่วนประเด็นกลุ่มอาชีพได้รับข่าวสารหรือวิชาการในด้านต่างๆ เกี่ยวกับด้านประกอบอาชีพจากหน่วยงาน หรือแหล่งต่างๆ คือ

การได้รับข่าวสารจากองค์การบริหารส่วนตำบล และจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่เมาะ และสามารถสนองความต้องการของสมาชิกกลุ่มอาชีพพบว่าอยู่ในระดับกลาง แนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพโดยองค์การบริหารส่วนตำบลให้ประสบความสำเร็จพบว่า กลุ่มอาชีพต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบลส่งเสริมมากที่สุดคือด้านงบประมาณรองลงมา คือ ด้านวิชาการความรู้ในเรื่องแต่ละอาชีพที่ดำเนินการอยู่ ด้านการตลาดเพื่อขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า ตามลำดับ และองค์การบริหารส่วนตำบลควรส่งเสริมให้การจัดตั้งกลุ่มอาชีพมีการรวมกลุ่มพูดคุยของกลุ่มผู้สนใจรวมก่อตั้งกลุ่มก่อนการจัดตั้งกลุ่ม ให้กลุ่มอาชีพมีการเลือกประธานกลุ่มอาชีพกรรมการบริหารกลุ่มจากการเลือกตั้งของสมาชิกกลุ่มอาชีพและให้กลุ่มมีระเบียบข้อบังคับในการบริหารกลุ่มอย่างชัดเจน ข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดในระดับที่เหมาะสมกับกลุ่มโดยการจัดให้กลุ่มอาชีพพบผู้บริโภคโดยตรงและหาช่องทางการตลาดผ่านระบบการสื่อสารที่ทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วย ประกอบกับการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานด้วย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนพร กิตติพงศ์พิทยา (2551) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มจักสานผักตบชวา บ้านห้วยเคียนเหนือ ตำบลบ้านด้า อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตพบว่า การดำเนินงานด้านการผลิตของกลุ่มจักสานผักตบชวา บ้านห้วยเคียนเหนือ ได้มีการวางแผนการผลิต โดยได้มีการเตรียมวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองเพื่อรองรับการผลิต ได้

มีการวางแผนการผลิต และได้มีผลิตภัณฑ์ทั้งประเภทของชำร่วย ผลิตภัณฑ์ประเภทตะกร้า และผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมการคัดสรร และเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม คือกระเจาดใส่ของรูปไก่ ปัจจัยด้านการตลาดพบว่า ทางกลุ่มได้มีการบริหารการตลาดโดยประธานและเหรียญก กลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า มีการวางแผนการตลาดที่จะกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเดิม และกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับการขยายการผลิตในอนาคต นอกจากนี้ทางกลุ่มฯ ยังได้คำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ประเภทของชำร่วย ได้แก่ กระเจาดใส่ของรูปไก่ ที่รองแก้ว กล่องใส่กระดาษทิชชู พวงกุญแจ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ประเภทตะกร้า ได้แก่ ตะกร้าใส่ของลายมัด ลายเย็บ ลายพัน ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า ได้แก่ กระเป๋าस्ता กระเป๋าวงกลม ราคา ได้แบ่งราคา 3 ระดับ คือ ราคารับซื้อจากสมาชิก ราคา ขายปลีก และราคาขายส่ง ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แบ่งเป็น 4 ช่องทาง ได้แก่ ลูกค้าจังหวัดเชียงใหม่ ลูกค้าจังหวัดเชียงราย ลูกค้าจังหวัดพะเยา และลูกค้าจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทางด้านการส่งเสริมการตลาดทางกลุ่มได้มีการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการรักษาลูกค้าเก่า ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า และวิธีการหาลูกค้าใหม่ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงาน และ ปัจจัยทางด้านการเงินพบว่า กลุ่มได้มีการบริหารการเงิน โดยเหรียญก เป็นผู้ทำหน้าที่ในการ

เบิกถอนจากธนาคาร คือนางตุลา ยวงข้าว และนางศรีทัน ใหญ่วงศ์ หรือคณะกรรมการกลุ่มอีก 2 คน เงินที่ทำการเบิกถอนจะนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม นางตุลาจะเป็นผู้จัดการสรรเงินลงทุนหมุนเวียนในการใช้จ่ายต่างๆ ของกลุ่ม และได้มีแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพะเยา สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา และธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ปัจจุบันมีเงินหมุนเวียน 50,000 บาท สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วสันต์ เสือขำ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก ระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการดำเนินงานที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว มีดังต่อไปนี้ ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันคุณสมบัติส่วนตัว เนื่องจากประสบการณ์ที่สะสมมาในอดีต ปัจจัยทางด้านการบริหารการจัดการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารออกเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ โดยแบ่งเป็นแผนกที่สำคัญคือ แผนกการตลาด แผนกการเงินและบัญชี แผนก

บุคคล และมีการวางแผน การสั่งงาน และการควบคุมเพื่อให้กิจการดำเนินงานสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ปัจจัยทางด้านการตลาด พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวิเคราะห์ และการวางแผนทางด้านการตลาด เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีแหล่งจำหน่ายสินค้าทั่วถึง มีคำสั่งซื้อสม่ำเสมอ มีตราสินค้าเป็นของตนเอง รูปแบบบรรจุภัณฑ์โดดเด่นและได้มาตรฐาน มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จัดตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยตรง สำหรับผู้ประกอบการที่มีแผนกดังกล่าว จะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ปัจจัยด้านมาตรฐานการผลิต พบว่าผู้ประกอบการทั้ง 8 ราย ได้ทำการผลิตสินค้ามีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ พร้อมทั้งได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าจากองค์กรอาหารและยา หรือ (อย.) และมาตรฐานการผลิตที่ถูกสุขลักษณะหรือ GMP เป็นสำคัญ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีในการผลิต พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการผลิตในขั้นสูง โดยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า และมาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้น การสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ในด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี โดยการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ สอดคล้องกับผลงานวิจัย

ของ วรณกาญจน์ วิศตรเศรษฐ์ชาญ (2552) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ OTOP กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร ผลการวิจัยพบว่า ประธานกลุ่มธุรกิจ OTOP มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น กลุ่มส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นในการระดมความคิดใหม่ๆ ด้านการมุ่งเน้นลักษณะตลาด เช่น กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในการสร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น กลุ่มสร้างความเชื่อมั่นในการนำแนวคิดทางเทคโนโลยี ไปทดสอบกับลูกค้าอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชไมพร ชนุดหอม (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการส่งเสริมอาชีพ กรณีศึกษาองค์กรบริหารส่วนตำบลสาคร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัด สุราษฎร์ธานีการส่งเสริมอาชีพนั้น สมาชิกในกลุ่มเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ ซึ่งกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จสมาชิกในกลุ่มจะร่วมกันทำกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มมีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นเคารพในความเป็นสมาชิก ไม่สร้างความขัดแย้งที่รุนแรง กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะมีการเรียนรู้กันโดยการร่วมกิจกรรมศึกษาดูงานและร่วมกันถ่ายทอดความรู้ และยังพบว่าผู้นำมีส่วนอย่างมากในการนำกลุ่มสู่ความสำเร็จ ผู้นำเป็นผู้ที่มีบทบาทในการนำกลุ่มคอยติดต่อประสานงานระหว่างกลุ่มและแกนนำ

อื่นๆ และยังคอยกระตุ้นให้มีการรวมกลุ่มอยู่เสมอ ส่วนกลุ่มอาชีพที่ประสบความล้มเหลวนั้นพบว่า การดำเนินงานของกลุ่มไม่มีความต่อเนื่อง สมาชิกในกลุ่มมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวผู้นำ สมาชิกในกลุ่มบางส่วนหวาดระแวงต่อพฤติกรรมของผู้นำ เกิดความเบื่อหน่ายไม่ยอมเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งขึ้นจนบางกลุ่มต้องยุติกิจกรรมกลุ่มไป สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการกรีดยางพาราซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่ารายได้จากการกรีดยางพาราให้ผลตอบแทนที่มากกว่าทำให้ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกิจกรรมกลุ่ม ด้านการดำเนินงานของกลุ่มพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และยังพบว่าการบริหารงานของท้องถิ่นมีการเปลี่ยนผู้นำบ่อยจึงส่งผลให้นโยบายในการส่งเสริมอาชีพไม่มีความต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภิฎาภาช จันทรวง (2553) ได้ดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพกรณีศึกษาเทศบาลตำบลแหลมฉบัง อำเภอศรีราชาจังหวัดชลบุรีโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ จากกลุ่มอาชีพในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง จำนวน 8 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ มีการจัดระเบียบจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการในรูปแบบของคณะกรรมการกลุ่ม 2) การประสานงานภายในกลุ่มสมาชิกสามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และ

ความรับผิดชอบของแต่ละคน โดยมีการสื่อสารที่เข้าใจกันอย่างรวดเร็วและไม่ซ้ำซ้อน 3) การมีส่วนร่วมของสมาชิก สมาชิกทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มทุกครั้งด้วยความเต็มใจ 4) การสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านการตลาด 5) กลุ่มอาชีพมีผู้นำที่ดี มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานอย่างเป็นระบบ 6) กลุ่มมีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่องและมีกำไร ทำให้สมาชิกได้รับค่าตอบแทนอย่างพึงพอใจ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของปิยฉัตร ใบจิว (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จมากที่สุดคือ แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงโคนม รองลงมาคือปัจจัยในด้านการถือครองที่ดินที่ใช้ในการเลี้ยงโคนม การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ได้จากการอบรมและการศึกษาเพิ่มเติมในการเลี้ยงโคนม การเจาะจงพันธุ์โคนมก่อนที่จะมีการซื้อโคนมเข้าฟาร์มของเกษตรกร ประสพการณ์ในการเลี้ยงโคนมผลตอบแทนที่ได้จากการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมต่อตัวต่อปี และต้นทุนที่ใช้ในการเลี้ยงโคนมต่อตัวต่อปี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ดังนั้น จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จึงสมควรที่นักวิชาการในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งหลายจะร่วมกันวางนโยบายและกลวิธี

ดำเนินงานในการเร่งรัดให้มีการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรอย่างครบวงจร โดยเน้นการวิจัยเพื่อให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ได้มาตรฐานสากลที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์และเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และการวิจัยเพื่อช่วยแก้ปัญหาที่ภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศ เป็นการใช้งบประมาณและทรัพยากรของประเทศที่มีอยู่อย่างจำกัดในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุดไม่ใช้การวิจัยเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ในประเด็นปัจจัยที่มีผลต่อ

ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ในโอกาสต่อไปควรศึกษาความคาดหวังการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรไทยที่ไม่ใช่อาหารสำหรับกลุ่ม OTOP เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถจะนำมาทำการปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจให้เหมาะสมและมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น อันเป็นการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2560). *ธุรกิจยุค 4.0 ปรับตัวอย่างไร*. กรุงเทพฯธุรกิจ. สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641225>

กรมส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม. (2559). *แนวโน้มอุตสาหกรรมและขนาดตลาดของธุรกิจแปรรูปสมุนไพร*.

(ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม, BSC). สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-trensherbsproduct>

กิตติพงษ์ เฉลิมกิจ. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าตำบลเวียงยอง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ชไมพร ชนุดหอม. (2553). *ปัจจัยที่มีผลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการส่งเสริมอาชีพกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลสาคร อำเภอลำปาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.

ชวลีพร บุตรโคตร. (2557). *เปิดเออีซี-อนาคตสมุนไพรไทยน่าหวัง (มูลนิธิสุขภาพไทย)*. สืบค้นจาก

<http://www.thaihof.org/main/article/detail/3329>

- ธนพร กิติพงษ์พิทยภา. (2551). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มจักสานผักตบชวา บ้านห้วยเคียนเหนือ ตำบลบ้านด้า อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พะเยา.
- ปนัดดา สุขเกษม. (2548). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.
- ปิยฉัตร ใบจิว. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.
- พรพรรณ คำมัน. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำใสใต้ ตำบลชัยชุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, จังหวัดอุตรดิตถ์.
- ภิญญาภาณี จันทรวงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ กรณีศึกษาเทศบาลตำบลแหลมฉบัง อำเภอกอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. ปรินญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- วรุณกาญจน์ วริศเศรษฐ์ชาญ. (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ OTOP กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในกลุ่มจังหวัดร้อยเอ็ด. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- वलันต์ เสือขำ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค การศึกษาสินค้าประเภทอาหารของจังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุกัญญา อธิปนนต์. (2550). กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเอง. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2557). โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. สืบค้นจาก <http://www.cep.cdd.go.th>.
- Herzberg, Frederick ; Mausner, Bernard.; & Snyderman, Block. (1959). *The Motivation to work*. Newyork: John Wiley & Son.
- McClelland D.C. (1961). *Human Motivation*. New York: Cambridge Univerity.Press.
- McKeen, James D. & Smith, Heather A.(2003). *Marketing IT Happen: Critical Issues inIT Management*. Ontario: Wiley