

ชื่อคุณนิพนธ์ การพัฒนารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม **ผู้วิจัย** นายวันชัย ชื่นประสิทธิ์ **สาขาวิชา** การจัดการเทคโนโลยี **พ.ศ. 2561** **อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.นวรรตน์ ประทุมตา **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม** รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร ถาวรธวัช

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทเครื่องดื่มได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว มีจำนวนน้อยมาก ดังนั้นหากทราบถึงปัจจัยความสำเร็จจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาวเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม 2) สร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม 3) ถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม และ 4) ประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จ ของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามมาตรา ส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.80 ขึ้นไป และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วย วิธีการของครอนบาค เท่ากับ 0.94 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการ คัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ. 2559 ทั่วประเทศจำนวน 360 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 2) การสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัย ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและ การสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเทคโนโลยีจำนวน 3 คน และ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 6 คน 3) การถ่ายทอด รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.80 ขึ้นไป การสร้างคู่มือ ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ใช้ข้อมูลจากแบบทดสอบก่อนและ หลังเรียนชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.50-0.80 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.38-0.55 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 และดำเนินการด้วยสื่อสังคมออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 คน ที่ทำการสุ่มแบบเจาะจง จากผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรรในระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจ ทั่วไปในจังหวัดเพชรบุรี 4) การประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยการใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความ สอดคล้องมากกว่า 0.80 ขึ้นไป และแบบประเมินรายการตรวจสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่ผ่านการถ่ายทอด เทคโนโลยีด้วยการอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ การใช้คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 33 คน และผู้ประกอบการ ที่ได้ดำเนินการตามคู่มือ จำนวน 5 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการทดสอบที

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม ประกอบด้วย 10 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ ปัจจัยด้านการเงิน การบัญชี ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน

บริหารจัดการแรงงาน ปัจจัยด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน

2. รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม มี 3 ด้าน คือ ด้านความเข้มแข็งของชุมชนและภาวะผู้นำ ที่ใช้การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีวิสัยทัศน์และมีเป้าหมายชัดเจน ด้านการตลาด ที่มีการบริหารจัดการแหล่งจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ สู่ถึงภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ผ่านการรับรองมาตรฐานและมีโอกาสนำสู่สากล โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีการเชื่อมโยงกันด้วยเครือข่ายความร่วมมือ

3. การถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม มีดัชนีประสิทธิผลการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้วยการอบรมตามคู่มือซึ่งคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมโดยมีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการอบรมโดยใช้การทดสอบที มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

4. ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือของผู้เข้าอบรมโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด การนำไปใช้ประโยชน์จากคู่มือของผู้ประกอบการ พบว่า ได้มีการปฏิบัติตามคู่มือหลังการอบรมเพิ่มขึ้นโดยรวมคิดเป็นร้อยละ 51.61 ส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาวต่อไป

ข้อค้นพบจากการวิจัย แสดงให้เห็นตัวแปรความสำเร็จที่สำคัญ 3 ด้าน ภายใต้เครือข่ายความร่วมมือที่เป็นรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มสามารถทำให้หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการเกิดความรู้ ความเข้าใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้

คำสำคัญ : ปัจจัยความสำเร็จ ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Dissertation Title: A Development of Model of Success Factor Management for One-Tambon-One-Product Beverage **Researcher:** Mr.Wanchai Sanprasit **Major:** Technology Management **Year:** 2018 **Advisor:** Dr.Nawarat Pratumta **Co-advisors:** Assoc.Prof.Dr.Wichai Vanpetch and Asst.Prof.Dr.Staporn Tavornativat

Abstract

The One-Tambon-One-Product (OTOP) beverage products selected as the best 5-star level are very few. Therefore, identifying the success factors of the beverage production would provide chance for entrepreneurs to develop their products to be the 5-stars OTOP selections more. The researcher was interested in studying a management model that could make OTOP beverage products to the success. This study aims to; 1) analyze variables of success factors for the OTOP products as a whole, 2) create a management model of success factors of OTOP beverage products, 3) transfer the success factors management model of OTOP beverage products, and 4) evaluate the guidebook and management model of success factors of OTOP beverage products. Research method comprised: 1) analyzing variables of success factors for OTOP product as a whole used a structured interview form and a five-level rating scale questionnaire with the consistency index of more than 0.80 and correlation coefficient of Cronbach's method of 0.94. The samples were the best 360 entrepreneurs of 5-stars OTOP products in Thailand in 2016 drawn with the multistage sampling under the 95% confidential level; 2) creating the management model of success factors of OTOP beverage products by using a structured interview and group discussion consisted of the informants of 3 experts who had at least 1-year experience in technological management and 6 entrepreneurs of OTOP beverage products; 3) transferring the success factors management model of the products by using a five-level rating scale questionnaire with the consistency index of more than 0.80 for collecting the data. For making a handbook of success factors of OTOP beverage products, the data was collected from using the 4-choice multiple-choice pre-test and post-test with 0.50-0.80 difficulty range, 0.38-0.55 discriminative power and 0.86 reliability value. The data collection was done via social media from 33 samples drawn with the purposive sampling from old and new OTOP entrepreneurs producing beverage products but they had never been selected as the 5-star level, those who had received the Standardized Community Entrepreneurs (SCE), and people in Phetchaburi who had interest in general; and 4) evaluating the handbook and the management model of success factors, a five-level rating scale questionnaire with more than 0.80 IOC value and an evaluation checklist were used for data collection from the 33 samples who passed the training course of the success factors management model obtaining the knowledge and understanding about the handbook and 5 entrepreneurs who had used the handbook to guide their beverage production. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation coefficient, factor analysis, and t-test.

The research results were as follows:

1. The success factors of OTOP production in general in consisted of 10 factors; cooperation network, financial support, accounting management, product identity, labor management, external organization support, producing process, leaderships, organization management, marketing, and community strength.

2. The management model of success factors of the OTOP beverage products consisted of 3 aspects: firstly, strength of community and leaderships which take participation, vision and clear goals; secondly, marketing aspect that has management of sale outlets and product types that show the local wisdom and identity; and quality of products that have standard certification and open to go international. These three main factors are related to each other under a collaborative network.

3. The transfer of the success factors management model for the OTOP beverage products resulted in effectiveness index of learning performed by the trainees who received the technology transferring using the handbook showing that the post-training achievement score was higher than the pre-training one with 71.43% increase. The comparison of the pre-training and post-training mean scores measured with t-test yielded significant difference at 0.05 level. And the trainees' satisfaction towards the training was at a high level both as a whole and in individual aspects.

4. The satisfaction of the trainees' towards the handbook both as a whole and in individual aspects were at the highest level. The follow-up implication after training showed that the beverage production entrepreneurs had followed the handbook at 51.61%, obtaining tendency to be successful as the best 5-star OTOP selection in the near future.

The research findings have revealed the three important success factors under the cooperation network, which form the model of management of success factors for the OTOP beverage products. This new knowledge give insight for the government and entrepreneurs to obtain the knowledge and understanding and can use it as a guideline for planning development of OTOP beverage product potential to success.

Keywords: success factors, beverage products, One Tambon One Product