

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

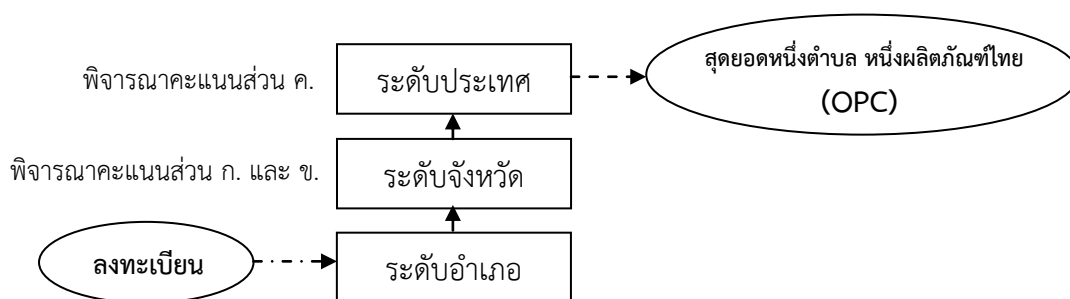
จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ที่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสังคมที่มีความสุข อย่างยั่งยืน ด้วย 5 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนนั้น รัฐได้ให้ความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานในระดับล่างให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น (พลศรี พลสวัสดิ์, 2554) โดยจัดให้มีโครงการต่างๆ หลายโครงการเพื่อแก้ปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลโครงการหนึ่ง ที่มุ่งเน้นในการแก้ปัญหาความยากจนให้กับประชาชนในระดับฐานรากได้อย่างแท้จริง และยังช่วยแก้ปัญหาความยากจนของหมู่บ้าน ตำบลและประเทศได้เป็นอย่างดี

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ได้เริ่มดำเนินโครงการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ที่ต้องการส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ รวมทั้งต้องการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้าสู่รากแก้ว โดยมีแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้สมัยใหม่ แหล่งเงินทุน และพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารและการตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ได้มีโอกาสขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศมากขึ้น คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ จึงได้จัดให้มีโครงการการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP Product Champion (OPC) สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานที่เพียงพอในการส่งออกได้ เป็นแนวทางการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่ระดับสากล (Local Links Global Reaches)

การดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) เป็นโครงการตามนโยบายการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำฐานข้อมูล ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (1-5 ดาว) ที่จะนำไปสู่การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์นำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งกำหนดดำเนินการคัดสรรฯ ทุก ๆ 2 ปี โดยประมาณ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มีผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าร่วมคัดสรรฯ ในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) นี้ จำนวน 26,497 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น 5 ประเภทดังนี้ คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์มีระดับเดียว คือระดับประเทศเท่านั้นโดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน โดยพิจารณาจาก 3 ส่วนคือ ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน ส่วน ข. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และส่วน ค. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับ 1-5 ดาว (กรมการพัฒนาชุมชน, 2559)



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างขั้นตอนการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างขั้นตอนการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ซึ่งเริ่มขั้นตอนการคัดสรรฯ โดยจัดให้มีการลงทะเบียนทั่วประเทศในระดับอำเภอก่อนเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน จากนั้นนำข้อมูลไปสู่ระดับจังหวัด ซึ่งจะมีการพิจารณาให้คะแนน 2 ส่วน คือ ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน 30 คะแนน และส่วน ข. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ 25 คะแนน รวม 55 คะแนน และสุดท้ายส่งไปที่ระดับประเทศซึ่งจะมีการพิจารณาให้คะแนนในส่วน ค. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อีก 45 คะแนน จากนั้นนำมารวมคะแนนทั้ง 3 ส่วน 100 คะแนน จึงจะได้สุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP Product Champion (OPC)

จากข้อมูลที่ผ่านมาเปรียบเทียบในปีพ.ศ. 2553 - ปีพ.ศ. 2559 พบว่ามีจำนวนผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ภาพรวมทั้ง 5 ประเภทสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลเปรียบเทียบผลิตรภัณฑ์ภาพรวมระหว่างปี พ.ศ. 2553 – ปี พ.ศ. 2559

ปี พ.ศ.	ส่งคัดสรร (ผลิตรภัณฑ์)	ผ่านการคัดสรร (ผลิตรภัณฑ์)	ไม่ผ่านการคัดสรร (ผลิตรภัณฑ์)	คิดเป็นร้อยละ (%)	หมายเหตุ
2553	11,792	10,982	810	6.87	-
2555	11,102	10,090	1,012	9.11	เพิ่มขึ้น 2.24
2559	11,556	9,289	2,266	19.61	เพิ่มขึ้น 10.5

ที่มา (กรมการพัฒนาชุมชน,2559)

จากตารางที่ 1.1 พบว่า มีผลิตรภัณฑ์ที่ไม่ผ่านการคัดสรรภาพรวมทั้ง 5 ประเภท โดยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวน 810 ผลิตรภัณฑ์ คิดเป็น 6.87 % ปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,012 ผลิตรภัณฑ์ คิดเป็น 9.11 % เพิ่มขึ้นเทียบกับปีพ.ศ. 2553 จำนวน 2.24 % และในปีพ.ศ. 2559 มีจำนวน 2,266 ผลิตรภัณฑ์ คิดเป็น 19.61 % เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2555 จำนวน 10.5 % แต่ถ้าจะพิจารณาเปรียบเทียบแต่ละประเภททั้ง 5 ประเภทที่ผ่านการคัดสรรสรุปได้ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ข้อมูลเปรียบเทียบผลิตรภัณฑ์แต่ละประเภทระหว่างปี พ.ศ. 2553 – ปี พ.ศ. 2559

ประเภท	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้า เครื่องแต่งกาย	ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	รวมทั้ง 5 ประเภท
ปี พ.ศ. 2553	2,671	445	3,621	3,660	577	10,974
ปี พ.ศ. 2555	2,391	403	3,350	3,390	556	10,090
ปี พ.ศ. 2559	2,097	447	2,664	3,485	596	9,289
รวม	7,159	1,295	9,635	10,535	1,729	30,353

ที่มา (กรมการพัฒนาชุมชน,2559)

จากตารางที่ 1.2 พบว่า ภาพรวมทั้ง 5 ประเภทในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนผลิตรภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรจำนวน 10,974 ผลิตรภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 10,090 ผลิตรภัณฑ์ และในปี พ.ศ.2559 มีจำนวน 9,289 ผลิตรภัณฑ์ ลดลงตามลำดับ และถ้าจะพิจารณาแต่ละประเภททั้ง 5 ประเภท เปรียบเทียบพบว่า มีจำนวนผลิตรภัณฑ์ลดลงเหมือนกันแต่อาจจะมีจำนวนเล็กน้อยแตกต่างกันและพบว่าประเภทเครื่องดื่มมีจำนวนที่ผ่านการคัดสรร น้อยที่สุด มีจำนวน 1,295 ผลิตรภัณฑ์ คิดเป็น 4.26 % เท่านั้น ส่วนผลิตรภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก มีจำนวนผลิตรภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรร มากที่สุด จำนวน 10,535 ผลิตรภัณฑ์ คิดเป็น 34.71 % และถ้าเราจะพิจารณา

เปรียบเทียบผลการคัดสรรฯ ในปี พ.ศ. 2559 เฉพาะประเภทเครื่องดื่ม ระดับ 1-5 ดาว สรุปได้ดังตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 ข้อมูลเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2559 เฉพาะประเภทเครื่องดื่ม ระดับ 1-5 ดาว

ส่งคัดสรร ปี พ.ศ. 2559 (ผลิตภัณฑ์)	ผ่านการคัดสรร	1 ดาว	2 ดาว	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	ไม่ผ่านการคัดสรร
465	447	3	11	62	234	137	18

ที่มา (กรมการพัฒนาชุมชน,2559)

จากตารางที่ 1.3 พบว่าในปี พ.ศ. 2559 มีผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ที่ส่งเข้ารับการคัดสรรฯ จำนวน 465 ผลิตภัณฑ์ ผ่านการคัดสรรฯ ได้ระดับ 1-5 ดาว จำนวน 447 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 96.13 % และที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ จำนวน 18 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 3.87 % และที่ผ่านการคัดสรรฯ ได้ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90-100 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก มีเพียง 137 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 30.65 % เท่านั้น และถ้าจะพิจารณาข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 ผลการคัดสรรฯ มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 1-5 ดาว จำนวน 9,289 ผลิตภัณฑ์ และที่ได้ระดับ 5 ดาวมีเพียง 1,565 ผลิตภัณฑ์คิดเป็น 16.84 % เท่านั้น สรุปได้ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 ผลการคัดสรรฯ OPC ระดับ 1-5 ดาวในปี พ.ศ.2559

คัดสรร OPC	ระดับ 5 ดาว	ระดับ 4 ดาว	ระดับ 3 ดาว	ระดับ 2 ดาว	ระดับ 1 ดาว	รวม
ปี 2559	1,565	3,318	2,631	1,021	754	9,289

ที่มา (กรมการพัฒนาชุมชน,2559)

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ที่ได้เปรียบเทียบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปี พ.ศ. 2559 จากข้อมูลสถิติที่มีการคัดสรรฯ 6 ครั้งที่ผ่านมา มีผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าร่วมคัดสรรฯ ทั้ง 5 ประเภทรวมจำนวน 85,229 ผลิตภัณฑ์โดยเมื่อปี พ.ศ. 2547 มีจำนวนมากที่สุด คือ 26,497 ผลิตภัณฑ์ และมีสัดส่วนลดลงตามลำดับ จนล่าสุดเมื่อปี พ.ศ.2559 มีจำนวนเพียง 11,556 ผลิตภัณฑ์เท่านั้น และถ้าพิจารณาระดับดาวพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้ระดับ 5 ดาว มีจำนวน 6,817 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว มีจำนวน 19,338 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว มีจำนวน 21,755 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 2 ดาว มีจำนวน 29,382 ผลิตภัณฑ์ และระดับ 1 ดาว มีจำนวน 5,670 ผลิตภัณฑ์ และพบว่าประเภทเครื่องดื่มได้รับการคัดสรรฯ น้อยที่สุด

และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกได้รับการคัดสรรฯ มากที่สุด และเมื่อนำข้อมูลตัวเลขเมื่อปี พ.ศ.2559 ผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์แบ่งตามระดับที่ได้ดาวมาพิจารณา จะเห็นว่าจำนวนผลิตรถยนต์ที่ได้ระดับ 5 ดาว มีจำนวนน้อยแค่เพียง 137 ผลิตรถยนต์ คิดเป็น 8.75 % เท่านั้น คาดว่าน่าจะมีปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นหลายประการจึงส่งผลให้ผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะหาความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ ในภาพรวมทั้ง 5 ประเภท ว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง ที่ทำให้ผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ ประสบความสำเร็จ และนำมาสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ ประเภทเครื่องยนต์ ว่ามีรูปแบบอย่างไร ที่ทำให้ผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์ ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการประเภทเครื่องยนต์ในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการและผู้สนใจทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่จะดำเนินการผลิตผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์ได้อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกที่สามารถที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในเวทีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นข้างหน้าอย่างไม่ย่นหน้าชาติใดในโลก

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตรถยนต์ มีปัจจัยอะไรบ้าง?

1.2.2 ปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตรถยนต์ ประเภทเครื่องยนต์ มีปัจจัยอะไรบ้าง?

1.2.3 รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตรถยนต์ ประเภทเครื่องยนต์ มีรูปแบบอย่างไร?

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ในภาพรวม

1.3.2 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์

1.3.3 เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์

1.3.4 เพื่อประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตรถยนต์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตรถยนต์ประเภทเครื่องยนต์

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ 3 ด้าน ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งสร้างรูปแบบเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม (ผลิตภัณฑ์ชุมชน) เพื่อใช้ในการยกระดับคุณภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น จึงเป็นการมุ่งศึกษาข้อมูลโดยใช้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ระดับ 5 ดาว เมื่อปี พ.ศ. 2559 เป็นกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นการเจาะลึกศึกษาข้อมูลจริง และทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ ถ้าประสบความสำเร็จสามารถนำไปใช้กับผู้ประกอบการรายอื่นที่สนใจได้ด้วย โดยทั้งนี้ได้แบ่งขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 2,564 ราย (ข้อมูล : กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2559) โดยในการนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 360 ราย ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – stage Sampling) และใช้วิธีการกำหนดจำนวนเป็นแบบโควตา เพื่อให้ได้จำนวนตามสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (Robert V. Krejcie and Eayle W. Morgan. 1970 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543)

ระยะที่ 2 : ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่ม ในปีพ.ศ. 2559 ที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว รวมจำนวนทั้งหมด 9 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แผนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒินักวิชาการที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปี ทางด้านการบริหาร ด้านบัญชี ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีอาหาร และด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่ม ที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ในปีพ.ศ. 2559 ในจังหวัดเพชรบุรี และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้าน OTOP จำนวน 6 คน รวมทั้งหมด 9 คน

ระยะที่ 3 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ

ระยะที่ 4 : ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป ในจังหวัดเพชรบุรี ที่ผ่านการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม) ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน้ำมาแล้ว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ยังไม่ผ่านการคัดสรรระดับ 5 ดาว ทั้งรายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มน้ำที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 33 คน ในจังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่ให้ความร่วมมือ และผ่านรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม) ความรู้ความเข้าใจการใช้คู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำมาแล้ว และอีกส่วนหนึ่งจากผู้ประกอบการที่ได้ดำเนินการตามคู่มือ จำนวน 5 ราย

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ และ เวลา

รูปแบบการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ผลิตภัณฑ์ชุมชน) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการดำเนินการวิจัย ในปี พ.ศ. 2559 - 2560 และใช้ข้อมูลอ้างอิงตัวเลขผลการคัดสรรฯ ในปี พ.ศ. 2559 ของสถานประกอบการทั่วประเทศ ที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

1.4.3.1 เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.3.1 คือ วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎีดังต่อไปนี้

1.4.3.1.1 กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

1.4.3.1.2 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

1.4.3.1.3 แนวทางการดำเนินงานคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC)

1.4.3.1.4 แนวคิดและหลักการพื้นฐานของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.4.3.1.5 แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP

1.4.3.1.6 แนวคิดด้านปัจจัยสู่ความสำเร็จ

1.4.3.1.7 หลักการดำเนินงานของ OTOP

1.4.3.1.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.3.2 เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.3.2 คือ เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มน้ำ ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1.4.3.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและหลักการจัดการเทคโนโลยี

1.4.3.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

1.4.3.3 เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.3.3 คือ เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ดังต่อไปนี้

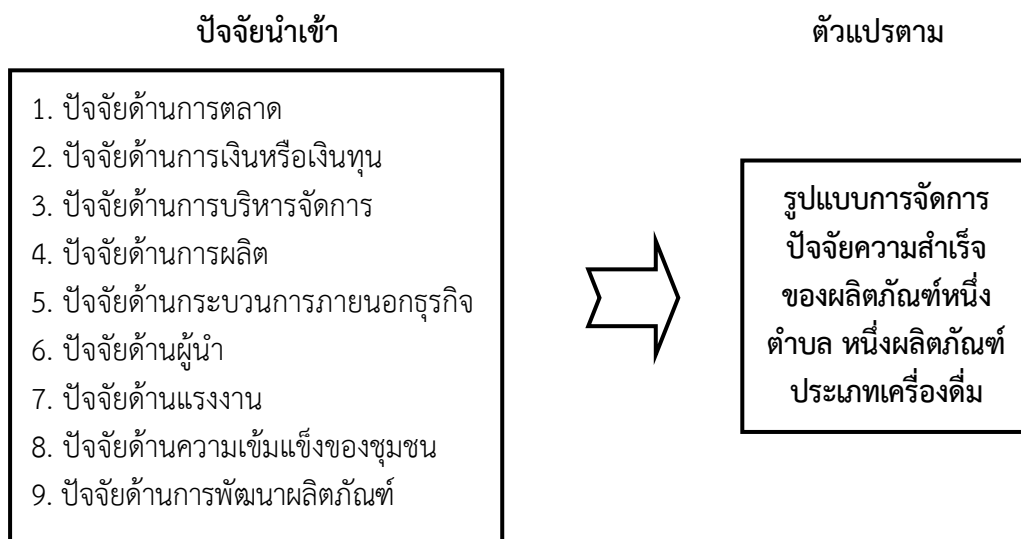
1.4.3.3.1 การสร้างคู่มือการถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

1.4.3.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม กระบวนการมีส่วนร่วมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี

1.4.3.4 เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.3.4 คือ เพื่อประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อสรุปเป็นกรอบความคิดกระบวนการวิจัยที่ได้ดังตารางที่ 2.2 หน้า 62 ประกอบ ดังนั้นจึงนำมาเขียนแสดงความสัมพันธ์ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัยการพัฒนา รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

จากกรอบแนวคิดตามภาพที่ 1.2 นี้ ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาได้ปัจจัยมาทั้งหมด 8 ด้าน จากนั้นนำมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้งเพื่อยืนยัน ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบพร้อมทั้งให้เพิ่ม

ปัจจัยอีก 1 ด้าน รวมทั้งหมด 9 ด้าน จากนั้นมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบด้วยปัจจัย 9 ด้านได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการตลาด 2) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 4) ปัจจัยด้านการผลิต 5) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ 6) ปัจจัยด้านผู้นำ 7) ปัจจัยด้านแรงงาน 8) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน และ 9) ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กับผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าเครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ.2559 จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จนได้รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม (ตัวแปรตาม) ซึ่งวิธีนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) จากนั้นนำไปสู่กระบวนการถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม และประเมินความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคู่มือและประเมินรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1.6.1 รูปแบบการจัดการ หมายถึง แนวทางหรือวิธีการการดำเนินการที่จะนำไปปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

1.6.2 ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการเงิน การบัญชี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการแรงงาน ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านผู้นำ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชนที่ส่งผลให้การดำเนินงานของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว

1.6.3 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มของประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยมาจากประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และผู้ประกอบการ SMEs

1.6.4 สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ระดับ 5 ดาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน 5 ประเภทที่ผ่านการคัดสรรในระดับประเทศ โดยได้รับคะแนนจากการคัดสรรตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไปจาก 100 คะแนน

1.6.5 ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของ หรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ

1.6.6 ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์

1.6.7 การถ่ายทอด หมายถึง การที่เรานำเอารูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จที่ได้ไปถ่ายทอด (อบรม) ให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ที่ยังไม่ได้รับ

การคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว และผู้ประกอบการเครื่องดื่มน้ำที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และผู้สนใจทั่วไป

1.6.8 การประเมินผล หมายถึง การประเมินผล ความรู้ความเข้าใจ และความพึงพอใจ เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม และประเมินรูปแบบการนำคู่มือไปใช้ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จจากผู้ที่ได้รับการถ่ายทอด (อบรม)

1.6.9 ผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง นักวิชาการในมหาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์การสอนไม่น้อยกว่า 1 ปี ทางด้านการบริหาร ด้านการเงิน ด้านบัญชี ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีอาหาร ด้านนิเทศศาสตร์ และด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

1.6.10 ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ที่ผ่านและได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาวใน ปี พ.ศ. 2559 ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการคัดสรรฯ

1.7 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านวิชาการ และประโยชน์ในด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1.7.1 ได้ทราบถึงองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

1.7.2 ได้รู้รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

1.7.3 ได้รู้รูปแบบการถ่ายทอดปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

1.7.4 ทำให้ผู้ประกอบการ OTOP และผู้สนใจทั่วไป มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประยุกต์ใช้ในการดำเนินการวางแผนและพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ประสบความสำเร็จต่อไป