



แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์

THE DEVELOPMENTAL GUIDELINE FOR THE POTENTIAL ENTREPRENEURIAL TO PROMOTE THE
COMPETITIVE ADVANTAGE OF PRODUCER GROUPS OTOP AT NAKHONSAWAN PROVINCE.

ปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์^{1*}, พิชชา วิสิทธิ์พานิช² และ ภัทรพร ตึกขาว³

^{1,2,3}สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Preeyanan Phosirawat^{1*}, Picha Wisitpanit², and Pattarraporn Tuekkhao³

^{1,2,3}Department of Human Resource Management, Faculty of Management Science,

Nakhon Sawan Rajabhat University, Thailand

*Corresponding author: preeyanan.p@nsru.ac.th

Received: Oct 26, 2022 / Revised: Dec 15, 2022 / Accepted: Dec 16, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ และ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ที่แจ้งขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 316 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของตัวอย่างของ Taro Yamane โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ .05 และเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว อยู่ในเขตอำเภอเมืองฯ ผลิตสินค้าประเภทอาหาร ประกอบกิจการมาแล้ว 7-9 ปี มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 11-15 คน สำหรับสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านเงินทุน รองลงมา เท่ากัน คือ ด้านการตลาด และด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากัน คือ ด้านการผลิตและด้านบริหารจัดการ และความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ รองลงมา คือ ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด และลำดับที่สาม เท่ากัน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทาง

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ; ผู้ประกอบการ; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การบริหารการเงิน การบัญชี การลงทุน และด้านนโยบาย และการส่งเสริมของรัฐบาล สำหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด ได้แก่ ความสามารถด้านการวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ได้แก่ การจัดทำรายงานทางการเงิน การนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวางระบบบัญชี การบริหารลูกหนี้ และการพัฒนาทักษะ ในด้านการบริหารเงินทุน ในด้านการส่งเสริมของรัฐบาล เรื่อง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูล เพื่อปรับปรุงธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเงิน การลงทุน ระบบข้อมูลสารสนเทศ และ E-commerce สำหรับการค้า และเรื่องการจัดการขนส่ง

Abstract

The purposes of this research were 1. To study the problem of operation conditions of entrepreneurs and 2. To study the ways to develop entrepreneurial potential to create competitive advantages. Quantitative data were selected from 316 people who registered with the Office of Social Development in Nakhonsawan Province. The sample size calculated by using Taro Yamane with .05 of statistic error and Nonprobability Sampling as a sample group, which applied a technique of accidental sampling. The research instrument was a questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results of this study revealed that most of the people who answered the questionnaire were "Community Group Entrepreneurs Single Owners" who lived in Nakhonsawan province that have been working in the food industry between 7-9 years and contains 11-15 members in each group. The problem in operation conditions of entrepreneurs of the producer group of OTOP in the province as a whole is considered to be high, in which it consists of five aspects. When considering each aspect, it was found that the most significant aspect was capital, followed by marketing and human resources. The least significant aspects are production and administrative management, respectively. For, The need to develop entrepreneurial potential aiming to create competitive advantages among the products of OTOP in Nakhonsawan province as a whole is considered to be high. When considering each aspect, the most significant aspect was improving entrepreneurial skills, business improvement consultation, followed by strategic management and marketing. The least significant aspects are financial, accounting and investment, and government policy respectively. Guidelines for the development of Entrepreneurial potential to create competitive advantages among the products of OTOP in Nakhonsawan Province consists four fields. In the field of strategic and marketing management such as planning skills, marketing strategies, business planning and consultation. In the field of financial, accounting and investment such as preparation of financial reports, the use of computer programs in the accounting system, debtor management and skill development in finance, as well as development competent personnel. In the field of governmental support for updated information. Finally, in the field of information consultant for business improvement such as financial, investment, information systems and E-Commerce for commercial and logistics.

Keywords: Potential Development; Entrepreneurship; Competitive Advantage



1. บทนำ

ความเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมือในอาเซียนรวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจหรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) โดยเริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสังคมที่มีความสุขอย่างยั่งยืนด้วย 5 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายหลักนั้นคือ การมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยมุ่งเน้นที่จะแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท โดยให้รายได้พื้นฐานความยากจน ซึ่งปัจจุบันผู้ผลิตภูมิปัญญาท้องถิ่นจะอยู่แบบโดดเดี่ยวไม่ได้ เนื่องจากทักษะการผลิตอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ จึงต้องมีการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันกับหน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้คำปรึกษา เกี่ยวกับการบริหารจัดการภายในชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558) รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็เร่งสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนที่เป็นพื้นฐานของประเทศทั้งในภาคการเกษตร และอุตสาหกรรม ให้กลับมามีความสามารถในการดำรงชีพ เพื่อลดภาระและเป็นการแก้ไขปัญหาของสังคม การสร้างและส่งเสริมให้ประชาชนมีงานทำการสนับสนุนอาชีพชุมชน สร้างอาชีพ และที่สำคัญคือ นโยบายที่รัฐได้เร่งให้การสนับสนุนส่งเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งได้เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ถือเป็นบูรณาการภูมิปัญญาเดิมแล้วต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่ ทำให้สามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

ทั้งนี้จากการดำเนินงานโอท็อป (OTOP) ที่ผ่านมามีประสบปัญหาด้านต่าง ๆ เช่น สินค้าไม่ได้มาตรฐาน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ซ้ำ มีการลอกเลียนแบบ การตัดราคากันในกลุ่มสินค้าที่เหมือนกัน ผู้ผลิตส่วนหนึ่งจึงหาทางออกด้วยการลดต้นทุนการผลิตโดยการลดคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ขาดทักษะในการออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ ขาดทักษะด้านการบริหารจัดการกลุ่ม (สุมาลี รามันธุ์, 2557) ซึ่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือเรียกชื่อย่อ ๆ ว่า โอท็อป (OTOP) เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อมากระตุ้นธุรกิจผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ซึ่งโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นในแต่ละตำบล โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ประสบความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญเร่งด่วนมาถึงรัฐบาลในชุดปัจจุบัน มีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยภาครัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558) ซึ่งจะเห็นได้ว่า สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังได้รับความสนใจและเป็นแหล่งรายได้มหาศาลอย่างมากของประเทศ การประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับทราบและรู้จักผลิตภัณฑ์ของแต่ละจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นของยอดการจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ช่วยนำรายได้เข้าประเทศและยังเป็นการสนองนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาความยากจนได้เป็นอย่างดี อันจะนำมาซึ่งประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (จันทิมา ก้อนทอง, 2561) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการจะนำไปพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

ให้ประสบความสำเร็จ และมีความพร้อมในการทำงาน รวมทั้งมีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานของคุณภาพของสินค้าให้แก่ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์

1.1.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2 นิยามศัพท์

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการ หรือบุคคลที่จัดตั้งองค์กร เพื่อหวังผลกำไร เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ผู้ที่มุ่งหวังจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจต้องพิจารณาถึงปัญหา ความท้าทาย ความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจได้

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การปรับปรุง หรือการเปลี่ยนแปลง ให้เกิดความพร้อมด้านความสามารถ ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล ที่พร้อมจะแสดงออกหรือการกระทำในกิจกรรมใด ๆ ที่ถูกกำหนดให้ปฏิบัติไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิม

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยเงื่อนไขสำคัญของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ลูกค้าจะต้องจดจำด้วยความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการของกิจการ

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีเป้าหมายในการสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยหลักการพื้นฐาน คือ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลและประชาชนมีการพึ่งพาตนเอง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 สามารถนำข้อมูลสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.3.2 นำผลการศึกษาวิจัยมาสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้
ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่จะศึกษาได้ครอบคลุม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แจ้งขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP ตั้งแต่ปี 2557-2563 ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 1,507 ราย จำแนกตามประเภทกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครสวรรค์, มกราคม 2564) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ได้กลุ่มตัวอย่าง 316 คน จะใช้วิธีการกำหนดขนาดของตัวอย่างของ Taro Yamane โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ .05 และเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตด้านเวลา กรอบระยะเวลาในการศึกษา นับตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2564 ถึงเดือนกันยายน 2565



2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (entrepreneur) มาจากคำว่า “entreprendre” ซึ่งเป็นภาษาฝรั่งเศสโดยใช้กันมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 12 ส่วนประเทศอังกฤษในช่วงศตวรรษที่ 14 ใช้คำว่า “Adventurer” และ “Undertaker” แต่ต่อมาใช้คำว่า “Projector” และ “Contractor” ซึ่งหมายถึง คนที่มีหน้าที่และคุณลักษณะที่มีประสบการณ์ที่ท้าทาย เสี่ยงในการทำงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ต่อมาในศตวรรษที่ 18 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการก็เปลี่ยนไปตามลักษณะการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยที่ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งแตกต่างไปจากช่วงก่อนหน้านี้ ที่ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ประสานการจัดหาทุนและทรัพยากรเพื่อการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า โดยการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาอุตสาหกรรมที่รวดเร็วในสมัยนั้นเท่านั้น (สุปราณี ศรีฉัตรวิมล และไฉ จามรมาน, 2544)

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ

ความหมายศักยภาพ

Lohaus and Kleinmann (2002, p. 157) ได้สรุปว่า ศักยภาพ หมายถึง กำลัง หรือความสามารถทั้งหมด (ability) ของบุคคลที่ทำงานบรรลุความสำเร็จตามที่กำหนดและใช้เป็นสิ่งบ่งชี้ขีดความสามารถ (capacity) สูงสุดของบุคคลในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย

สรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะแสดงความสามารถที่มีอยู่ให้ปรากฏเมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคล ส่วนการพัฒนาศักยภาพ คือ การพัฒนาความสามารถที่ทำให้บุคคลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนาบุคคล

มัชฌิมา ศรีอินทร์ (2548, หน้า 27) สรุปว่า การพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มีเหตุเนื่องจากเมื่อมีการก่อตั้งธุรกิจแล้ว จำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องได้รับการพัฒนาเพื่อจะได้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพก้าวหน้าอยู่เสมอ สามารถยกระดับของบุคคลมาสู่ระดับที่มีความรู้ ความสามารถอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาบุคคลยังเป็นกระบวนการที่จะเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งความรู้ความสามารถ ทักษะ และวิธีการในการทำงาน อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน คนที่พัฒนาแล้วมีลักษณะดังนี้ คือ เป็นผู้ที่มีเจตคติอย่างมีจุดหมาย เป็นผู้ที่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้มากกว่า เป็นผู้ที่สามารถดำเนินกิจการที่ยุ่ยากลำบากซับซ้อนได้มากกว่า เป็นผู้ที่มีความคิดที่จะฟังและพยายามเข้าใจความคิดความสนใจของผู้อื่นได้มากกว่า และเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนเอง

สรุป การพัฒนาบุคคล หมายถึง กระบวนการวิธีการต่าง ๆ หรือการให้การศึกษาดูแลฝึกอบรมแก่บุคคลให้ได้ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีประสิทธิภาพ มีทักษะในการทำงานและประกอบอาชีพ การพัฒนาบุคคลมีความสำคัญในหลายหน่วยงานและหลายอาชีพ ในการดำเนินงานผู้ประกอบการสามารถเลือกวิธีการที่จะพัฒนาตนเองหลายวิธีตามโอกาสเหมาะสม โดยวิธีการต่าง ๆ จะเป็นการส่งเสริมศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้ผู้ประกอบการได้วิธีการพัฒนาบุคคลส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาบุคคลในหน่วยงาน

2.3 แนวคิดด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ

อรพิน สันติธีรากุล (2543, หน้า 133) ได้สรุปว่า ศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย

2.3.1 ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (achievement competencies)

2.3.1.1 การแสวงหาโอกาส (opportunity seeking) คือ การกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ หรือประยุกต์ใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อสร้างสรรค์หาโอกาสใหม่ ๆ

2.3.1.2 ความมุ่งมั่น (persistence) คือ ความมุ่งมั่นที่จะใช้สติปัญญา ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ในการทำงานมากกว่าคนอื่น

2.3.1.3 ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (commitment to work contact) คือ การที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมาย แล้วเมื่อเขาประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ก็มักจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ตนเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว

2.3.1.4 ความต้องการไฝ่หาทางด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ (demand quality and efficiency) คือ การทำงานอย่างกระตือรือร้น มองเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้อดีตเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ

2.3.1.5 ความกล้าเสี่ยง (risk taking) คือ ผู้ประกอบการมักจะชอบทำงานท้าทาย

2.3.2 ศักยภาพแห่งการวางแผน (planning competencies)

2.3.2.1 การตั้งเป้าหมาย (goal setting) คือ การที่ผู้ประกอบการมีเป้าหมายสอดคล้องกับความสนใจสิ่งที่ตนเองถนัด

2.3.2.2 การวางแผน ติดตาม ประเมินอย่างมีระบบ (systematic planning and monitoring) คือ คิดวางแผนและวางกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และนำมาประเมินเพื่อคิดหาแนวทางแก้ไข

2.3.2.3 การแสวงหาข้อมูล (information seeking) คือ การค้นหาและแสวงหาข้อมูลทั่วไปด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย รวมถึงการแสวงหาความรู้จากบุคคลอื่น ๆ เช่น การอบรมสัมมนา การปรึกษาจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้ถูกต้อง

2.3.3 ศักยภาพแห่งอำนาจ (power competencies)

2.3.3.1 การชักชวน การชักชวน การมีเครือข่าย (persuasion networking) คือ ความสามารถที่จะชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เข้ามาช่วยเหลือร่วมมือด้วยดี รู้จักใช้ความสามารถในการบริหารงาน สร้างแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงาน

2.3.3.2 ความเชื่อมั่นในตนเอง (self confidence) คือ เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง เข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินงานส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้โดยการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน ทั้งในส่วนของ การสร้างให้เกิดวิสาหกิจชุมชนขึ้นใหม่ และการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเดิมใหม่ การขยายตัวออกไปโดยให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กำหนดแนวทางในการดำเนินการ ซึ่งความหมายของวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่ เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี, 2548, หน้า 30)

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

จินตนา กาญจนวิสุทธิ (2558, หน้า 5-6) ได้สรุปว่า องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก อาจมีบุคคลภายนอกมีส่วนร่วม ในลักษณะของการถือหุ้นได้ เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือและให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นใหญ่ที่จะทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด แต่อาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้



3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน ชุมชนมีความรู้ มีภูมิปัญญา
 4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยประยุกต์ให้ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล
 5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ คือ มีหลายประสานพนักกำลังและเกื้อกูลกัน
 6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้ คือ หัวใจของกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้
 7. มีการพึ่งพาตนเอง เป็นเป้าหมายสำคัญที่สุดของการประกอบการ
- ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปเกี่ยวกับแนวคิดองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน คือ ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์เด่นอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลนั้น แนวคิดนี้ เป็นการเน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และพัฒนาคุณภาพการผลิตของชุมชน ให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดสากล อันจะส่งผลให้รากฐานของเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งต่อไป (ธวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล, 2547, หน้า 71)

หลักการดำเนินงานของ OTOP

จ๊ะ กาญจนาภักดี และพนอจิต เหล่าพลสุข (2541) ได้นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยวิธีการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในด้านเงินทุน การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ดังนี้

ด้านเงินทุน ทุนในที่นี้ หมายถึง คน ภูมิปัญญา ความรู้ ความสามารถ เทคโนโลยี ปัจจัยการผลิต พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ดิน อาคาร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือประกอบอาชีพ และสำหรับการพัฒนาเงินทุน มีวิธีการพัฒนาเงินทุนด้วยการจัดทำข้อมูลแหล่งเงินทุนที่จะสนับสนุนทุนแก่กลุ่มได้ การระดมเงินออมของประชาชน โดยการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ รมณงค์การเพิ่มเงินออมแก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ สนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ จัดทำหนังสือคู่มือแนวทางหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเงินทุน และจัดตั้งชมรมกลุ่มออมทรัพย์ทุกระดับ

ด้านการผลิต การผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อนำสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิต เป็นการผลิตได้ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูปและการบริโภค เพื่อให้ปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันได้ มีรายได้จากการขาย ผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก มีคุณภาพ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิต การพัฒนาการผลิต มีวิธีการดังนี้ ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการของตลาด พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิตจัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน และสนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ด้านการตลาด การพัฒนาการตลาด ได้แก่ การศึกษาตลาดด้วยการค้นหาความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค จัดเตรียมข้อมูลเพื่อการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านรูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ประโยชน์ ความนิยม ราคา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาเพื่อช่วยในการตัดสินใจในการผลิต และลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการลงทุน และเมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วจะทำให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นการผสมผสานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ระบบการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้เข้ากันได้ในส่วนที่เหมาะสม เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

ด้านการบริหารจัดการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สามารถดำเนินกิจการได้ด้วยตนเอง และสำหรับแนวทางในการพัฒนาผู้บริหารและการจัดการ มีวิธีการ เช่น การฝึกอบรม สัมมนา ประชุม การสร้างองค์ความรู้ให้เข้มแข็ง การพัฒนาบุคลากร การสร้างเครือข่าย การจัดหาและบริหารวัสดุ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา* มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา (2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฯ และ (3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฯ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการเมืองเศรษฐกิจ สังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ คือ ปัญหาด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิต ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านต้นทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

วิภาดา มุกดา (2557) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก” ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการให้กับผู้ผลิตสินค้าสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้ ในด้านกำลังคน ควรมีการให้ความช่วยเหลืออบรมทักษะการผลิตและมีการแบ่งงานกันทำ ด้านการเงิน ควรมีการแหล่งเงินทุน กุ๊ยมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มที่ผลิต และฝึกอบรมให้ความรู้ในการจัดการทางการเงินตามหลักการบัญชีอย่างถูกต้อง ด้านการบริหารจัดการวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านวิธีการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง และผู้ผลิตควรเฝ้าหาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง ด้านการตลาด ควรจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้นทุกรูปแบบ และด้านการบริหารจัดการ หน่วยงานควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน ฝึกให้สมาชิกเรียนรู้คัดเลือกเครื่องมือก่อนการใช้งานทุกครั้งที่การบำรุงรักษาเครื่องมือเพื่อยืดอายุการใช้งานยาวนาน

ปัทมา สารสุข (2561) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี (2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เลือกรูปแบบเจาะจง จำนวน 10 คน ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิต มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการลดต้นทุนในการผลิต ด้านสมาชิกและชุมชนมีรายได้เสริมและมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศให้มากขึ้น



จันทราพร ศิริพันธ์ (2562) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการและศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพร่วมกัน ใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า (1) สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ มีการกำหนดกฎเกณฑ์ โครงสร้างการบริหารงาน แบ่งงานกันทำตามความถนัดของแต่ละบุคคล นำความรู้ที่ได้จากการไปฝึกอบรมมาเผยแพร่ให้แก่สมาชิก ปัญหาที่พบจากการดำเนินงานด้านทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม ความเชื่อมั่นในตนเอง ความร่วมมือในการสร้างเครือข่าย และการมีส่วนร่วมของสมาชิก (2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรพัฒนาความสามารถในการจัดการกลุ่มโดยมีทักษะความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ กล้าตัดสินใจ แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พัฒนาการวางแผนการผลิต เน้นการรักษาคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น พัฒนาการจัดหาระบบบัญชีและจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกเพื่อมาสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก พัฒนาการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP ตั้งแต่ปี 2557 - 2563 ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 1,507 ราย จำแนกตามประเภทกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ได้กลุ่มตัวอย่าง 316 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ .05 และเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ รวมถึงการศึกษา ทั้งการสร้างแบบสอบถามอย่างละเอียด ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด (close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (open-ended questions) ตลอดจนดัดแปลงจากแนวความคิดและงานที่วิจัยใกล้เคียงที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้ โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- 1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ
- 2) ศึกษางานวิจัยที่สอดคล้องกับการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3) กำหนดขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับตัวชี้วัดและเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการ ในการสร้างแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า
- 4) การสร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย
- 5) รวบรวมแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด
- 6) วิเคราะห์ข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้ในการจำแนกและแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้ควบคู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 56.01 อยู่ในเขตอำเภอเมืองฯ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่ผลิตสินค้าประเภทอาหาร จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ประกอบกิจการมาแล้ว 7-9 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 40.51 และส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 11-15 คน คิดเป็นร้อยละ 36.71

4.1.1 สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านเงินทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.48 รองลงมา เท่ากัน คือ ด้านการตลาด และด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และลำดับที่สาม เท่ากัน คือ ด้านการผลิตและด้านบริหารจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 สรุปได้ดังนี้

1) สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านเงินทุน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขาดการรณรงค์ การเพิ่มเงินออมแก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ ขาดการสนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ หรือการขยายกิจการเชิงธุรกิจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.64 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ การระดมเงินออมของประชาชน โดยไม่มีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 และไม่มีการจัดทำหนังสือคู่มือแนวทางหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเงินทุน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

2) สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการผลิต โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขาดการพัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.56 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ ไม่มีการจัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ เผยแพร่ให้ผู้ประกอบการกลุ่มอาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 และไม่มีการสนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ

3) สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายทั้งรูปแบบ เช่น สีส้นและลวดลาย และราคาผลิตภัณฑ์ไม่อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.52 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาเพื่อช่วยในการตัดสินใจผลิต และลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการลงทุน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 และไม่มีการศึกษาด้านตลาดด้วยการค้นหาความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ



4) สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขาดการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และการประสานให้เอกชนมีบทบาทในการพัฒนาผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.48 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา เท่ากัน คือ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบการและการบริหาร ศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกี่ยวกับกลุ่มอาชีพประเภทเดียวกันน้อยมาก และขาดการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการผลิต และการตลาด ไม่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีเครือข่ายตามพื้นที่ ตามกิจกรรม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และขาดการพัฒนาคณะกรรมการบริหารกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

5) สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ ด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีสมาชิกในกลุ่มเพียงบางส่วนที่มีความมุ่งมั่น จริงจังในการพัฒนาทักษะฝีมือ และแสวงหาความรู้มาใช้ในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.53 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา เท่ากัน คือ สมาชิกในกลุ่ม ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในด้านผลิตภัณฑ์/สินค้า ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด และสมาชิกในกลุ่ม ขาดขวัญและกำลังใจและไม่พึงพอใจในบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และสมาชิกในกลุ่มมีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่ไม่หลากหลาย ทำให้ไม่สามารถนำมา ใช้ในกระบวนการดำเนินงานได้ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความต้องการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 รองลงมา คือ ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และลำดับที่สาม เท่ากัน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน และด้านนโยบาย และการส่งเสริมของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 สรุปได้ดังนี้

1) ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการวางแผนและกลยุทธ์ทางด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.68 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง การจัดทำแผนธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีความต้องการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง เทคนิคการขายและการทำการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

2) ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง การจัดทำรายงานทางการเงินและการวิเคราะห์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.52 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการวางระบบบัญชี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง การบริหาร ลูกหนี้ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ

3) ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง ระบบภาษี เช่น การลดขั้นตอนและวิธีการขอคืนภาษี เป็นต้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.56

เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ในด้านการส่งเสริมของรัฐบาล เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

4) ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการเงินการลงทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.62 เป็นลำดับที่ 1 รองลงมา คือ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องข้อมูลสารสนเทศ และ E-commerce สำหรับการค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการจัดการขนส่ง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ

4.1.3 ผลการศึกษา ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามแนวทางการดำเนินธุรกิจ 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเงินทุน ควรมีการจัดทำงานการเงินอย่างสม่ำเสมอ เป็นรายเดือน หรือไตรมาส และมีการนำข้อมูล มาใช้บริหารงาน และจัดให้อยู่ในรูปแบบรายงาน พัฒนาการจัดทำระบบบัญชีและจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกเพื่อมาสนับสนุน การดำเนินงานของกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง

2) ด้านการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิตและการควบคุมการผลิต เน้นการรักษาและปรับปรุงคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า นำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายฐานลูกค้า การสนับสนุนเงินทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

3) ด้านการตลาด ควรมีการวางแผนการขาย กำหนดเป้าหมาย และผลกำไร รวมถึงการติดตามผลให้ได้ตามแผน มีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับลูกค้า และจัดเก็บข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยพัฒนาปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้มีลักษณะเด่นแตกต่าง หรือคุณภาพดีกว่าสินค้า/บริการประเภทเดียวกัน นอกจากนั้น ควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวก

4) ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารองค์กรโดยการกำหนดผังโครงสร้างองค์กร และกำหนดผู้รับผิดชอบอำนาจหน้าที่ปฏิบัติอย่างชัดเจน มีระบบสั่งงานและผู้ปฏิบัติงานสามารถเข้าใจและปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ผู้บริหารควรสื่อสารเป้าหมายและแนวทางในการบรรลุเป้าหมายให้แก่พนักงาน และอนุญาตพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมและสร้างผลงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมและสร้างทักษะพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมทั้งควรมีการประเมินความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง ควรพัฒนาการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก พัฒนาการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น การส่งเสริมให้มีการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ และการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมแรงงาน ตลอดจนการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจของสมาชิกในกลุ่ม

4.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับข้อเสนอแนะ มี 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด ได้แก่ การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า การเข้าถึงลูกค้าโดยตรง การค้ารูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ควรให้หน่วยงานจัดฝึกอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้นทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค



2) ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ได้แก่ พัฒนาการจัดทำระบบบัญชี และจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกเพื่อมาสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุนเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิต ควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดการทางการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง

3) ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ได้แก่ พัฒนาการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น และร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่ฐานโดยการสร้างผู้สืบทอดของความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสานต่องานให้เกิดความต่อเนื่อง

4) ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างการทำงาน เอกสาร และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่แน่ชัดสำหรับยืนยันและติดตามการจัดซื้อ จัดส่งสินค้า/บริการ และมีการวิเคราะห์งานอย่างถูกต้อง มีการควบคุมคุณภาพแบบครบวงจร (5ส) และมีการควบคุมสินค้าคงคลัง

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.1 สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านเงินทุน มีสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการฯ อยู่ในระดับมาก รองลงมาเท่ากันคือ ด้านการตลาด และด้านทรัพยากรมนุษย์ มีสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการฯ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากัน ได้แก่ ด้านการผลิต และด้านการบริหารจัดการ มีสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการฯ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา* ที่พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน คือ ปัญหาด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านการผลิต ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านต้นทุนการผลิต ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ยังขาดสภาพคล่องทางการเงิน เพราะการดำเนินธุรกิจแทบทุกอย่างล้วนต้องใช้เงินทุน ผู้ประกอบการบางรายที่สนใจแต่กำไร-ขาดทุน แต่ไม่ได้ดูว่ามีเงินสดจริง ๆ เท่าไหร่ ไม่รู้กระแสการเงินที่หมุนเวียนในระบบ ก็จะทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่อง

5.2 ความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากัน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน และด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันทิราพร ศิริพันธ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์” ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ควรพัฒนาความสามารถในการจัดการกลุ่มโดยมีทักษะความรู้ความสามารถ กล้าตัดสินใจ แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ เน้นการรักษาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย พัฒนาการจัดทำระบบบัญชีและจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกเพื่อมาสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง และมีข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตามแนวทางการดำเนินธุรกิจ 5 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับ ปัทมา สารสุข (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง *แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม*

วิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ หน่วยงานภาครัฐ ควรให้การส่งเสริมด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ที่เพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศให้มากขึ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการเริ่มมีประสบการณ์มากขึ้นในการประกอบธุรกิจและดำเนิน ธุรกิจมานาน จึงมีความต้องการการพัฒนาด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจมากกว่าด้านอื่น เพื่อให้ธุรกิจ ของตนเองสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการอื่น และการดำเนินงานในปัจจุบัน ต้องอาศัยความรู้ที่หลากหลายมาช่วย ในการพัฒนา และบางส่วนต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ สามารถพิจารณาแยกเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1) ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด มีความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการเหมือนกันทั้งทางด้านการตลาด เรื่องการวางแผน กลยุทธ์ทางด้านการตลาด และการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานและต้องการ พัฒนาศักยภาพเรื่องการให้คำปรึกษาแนะนำ เพื่อปรับปรุงธุรกิจ เนื่องจากมีความเป็นห่วงในเรื่องของรายได้ว่า เมื่อผลิตสินค้า ออกมาแล้ว จะไม่สามารถระบายสินค้าออกจากคลังสินค้า ทำให้เกิดการขาดสภาพคล่องในกิจการที่จะนำเงินไปใช้หมุนเวียนใน กิจการได้ ดังนั้น จึงเกิดความต้องการที่จะวางแผนการทำกลยุทธ์ทางด้านการตลาด และจัดทำแผนธุรกิจเพื่อเป็นแนวทาง และ เพื่อนำไปเสนอเพื่อขอวงเงินกู้กับธนาคารต่าง ๆ เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบ สงขลา* ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะ การสนับสนุนด้านการตลาดและ การกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น ควรจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมกับกลุ่มผู้ผลิตในการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้น

2) ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน ความต้องการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ เรื่อง การจัดทำรายงานและการวิเคราะห์ทางการเงิน การนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวางระบบบัญชี และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง การบริหารลูกหนี้ ดังนั้น ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุน เงินกู้ยืมที่มี อัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนในเรื่องของการจัดทำบัญชี จัดฝึกอบรมในด้านการ จัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมา สารสุข (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี” ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มฯ หน่วยงาน ภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า ประเภทเดียวกันทั่วประเทศให้มากขึ้น

3) ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง ระบบภาษี เช่น การลดขั้นตอนและวิธีการขอคืนภาษี การวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และมีความต้องการพัฒนา ในด้านการส่งเสริมของรัฐบาล เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทราพร ศิรินนท์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์” ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการฯ ในการจัดการกลุ่มโดยมีทักษะความรู้ ความสามารถ กล้าตัดสินใจ แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พัฒนาการจัดทำระบบบัญชีและจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกเพื่อ มาสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง



4) ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ มีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่องการเงิน การลงทุน เรื่องข้อมูลสารสนเทศ และ E-commerce สำหรับการค้า และมีความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เรื่อง การจัดการขนส่ง ซึ่งการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการของผู้ประกอบการที่มีความพร้อมอยู่แล้วให้มีความสามารถแข่งขันมากขึ้น เป็นทางเลือกให้เกิดการมีงานทำและยกระดับรายได้แล้ว ยังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นทางเลือกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ที่เกิดจากการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าให้แปลกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ วิภาดา มุกดา (2557) ที่ศึกษา เรื่อง "แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก" ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการให้กับผู้ผลิตสินค้าสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้ ในด้านกำลังคน ควรมีการให้ความช่วยเหลืออบรมทักษะการผลิตและมีการแบ่งงานกันทำ ด้านการเงิน ควรมีการแหล่งเงินทุนกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มที่ผลิต และควรทำการฝึกอบรมให้ความรู้ในการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีอย่างถูกต้อง

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ด้านของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรจะต้องพิจารณาถึงการพัฒนาทางด้านธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ หรือที่กำลังจะเริ่มดำเนินการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การพัฒนาขีดความสามารถในด้านของการจัดตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มทักษะในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน โดยเน้นไปที่การพัฒนาฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ การเพิ่มทักษะให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

2) ด้านของผู้ให้การสนับสนุนกิจการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งทางภาครัฐและองค์กรเอกชน จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริง และทันกับเวลาในการดำเนินการของผู้ประกอบการ

3) ด้านหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้เพิ่มเติมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนเชื่อมโยงเครือข่ายพัฒนาสู่ธุรกิจชุมชน เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล อาจได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและครบถ้วนมากนัก เนื่องจากว่า บางคำถาม ไม่สามารถอธิบายได้อย่างเด่นชัด เพราะวุฒิภาวะของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทกิจการแตกต่างกันไป เช่น บางประเภทกิจการเป็นการค้าปลีกที่ผู้ประกอบการอาจเป็นเจ้าของคนเดียว มีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้ เพราะพื้นฐานการประกอบธุรกิจมาจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง ควรจะมีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ จะได้ข้อมูลที่เหมาะสมในเชิงลึกมากกว่า อันจะส่งผลให้การเก็บข้อมูลสมบูรณ์ได้มากขึ้น

2) ควรใช้แนวทางการประเมินการดำเนินงานและพัฒนาธุรกิจของการศึกษาครั้งนี้ กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น SMEs เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้สำหรับประเมินและพัฒนาพัฒนาธุรกิจขนาดเล็ก และศึกษาแนวทางการประเมินการดำเนินงานและพัฒนาธุรกิจในรูปแบบอื่น เช่น Balanced Scorecard

6.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญในการปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP และจัดลำดับความสำคัญของโครงการก่อนหลังและควรบรรจุกิจกรรมการพัฒนากลุ่มในแผนพัฒนาของชุมชน อำเภอ และ/หรือจังหวัด

2) หน่วยงานควรให้ความสำคัญการพัฒนาฐานโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุนในสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ ในการตรวจรับรองมาตรฐาน การลงทุนรักษาสีสิ่งแวดล้อม การเป็นแหล่งเรียนรู้ และถ่ายทอดองค์ความรู้ การสนับสนุนพื้นที่ในการผลิตและพื้นที่ศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้า และการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต

6.4 ข้อเสนอแนะเชิงพาณิชย์

ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการจัดการให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น ทำให้เป็นผลดีกับผู้ประกอบการและยังสามารถเข้าหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

7. เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2558). *คู่มือการดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี 2558*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). *คู่มือการลงทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP ประจำปี 2563*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน, สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน.
- จันทิมา ก้อนทอง. (2561). กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ภาคกลาง. *Journal of Nakhonratchasima College*, 12(2), 254-261.
- จันทิราพร ศิริรินทร์. (2562). "การพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์." *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 9(2), 30-37.
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ. (2558). *เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิระ กาญจนภักดี และพนอจิต เหล่าพูลสุข. (2541). *องค์ความรู้ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจแบบพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไชน่าเต็คโปรดักชั่น.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, คณะศิลปศาสตร์, ภาควิชาสารัตถศึกษา.
- ธวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล. (2547). *ร้อยเรื่องเมืองพานิชย์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สันติภาพ พรินท์.
- ปัทมา สารสุข. (2561). "แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี." *รายงานการประชุม Graduate School Conference*, 1(1), 590-599.
- ปานทิพย์ เปี้ยนโมฬี. (2548). บทบาทกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันวิสาหกิจชุมชน. *อุตสาหกรรมสาร*, 48, 5-8.
- มัชฌิมา ศรีอินทร์. (2548). *ความต้องการความรู้เรื่อง การประกอบธุรกิจและวิธีการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิภาดา มุกดา. (2557). *แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดตาก*. *วารสารวิจัย มสค*, 10(1), 187-205.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.spx>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุปราณี ศรีฉัตรวิมุข และไฉ จามรมาน. (2544). *การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สถาบันทรัพยากรมนุษย์.
- สุมาลี รามนัฐ. (2557). *การศึกษาความมั่งคั่งของการประกอบธุรกิจแบบหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 8(15), 58-70.



อรพิน สันติธีรากุล. (2543). คู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs: การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการจัดการ.

Lohaus, D., & Kleinmann, M. (2002). Analysis of performance potential. In Sonnentag (Ed.), *Psychological management of individual performance*. New York: John Wiley & Sons.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.