

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาระดับความสำเร็จ
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและปัญหา และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
(OTOP) จังหวัดนราธิวาส

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ผู้ประกอบการ OTOPI จังหวัดนราธิวาสที่
ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOPI ในปี พ.ศ.2552 จำนวน จำนวน 331 คน โดยกำหนดกลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 182 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการศึกษา ใช้
สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) และ สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics) โดยใช้สถิติ
t-test เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่มขึ้นไป และ
ใช้สถิติ F-test เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 3 กลุ่มขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า

ระดับความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ OTOPI จังหวัดนราธิวาสอยู่ในระดับปานกลาง
และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก การพัฒนาการ
ตลาดมีความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง และระดับความมีความสำเร็จอยู่ในระดับน้อย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ OTOPI จังหวัดนราธิวาส ประกอบด้วย
ประเภทของผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ แหล่งเงินทุนในประกอบกิจการ จำนวน
เงินทุนในการประกอบกิจการ ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานOTOP การได้รับการสนับสนุน
จากทางราชการของผู้ประกอบการ การได้รับข่าวสารจากภายนอกของผู้ประกอบการ ความพึง
พอใจในการดำเนินงาน OTOPI ของผู้ประกอบการ การได้รับการอบรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ
การตลาดของผู้ประกอบการและภาวะผู้นำของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์
OTOP จังหวัดนราธิวาส ส่วนลักษณะการประกอบการ ไม่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์
OTOP จังหวัดนราธิวาส

ข้อเสนอจากการศึกษามีดังนี้

1. สอดแทรกความรู้เรื่องแนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยและการดำเนินงาน OTOP ในการประชุม อบรม สัมมนา ต่าง ๆ

2. จัดฝึกอบรมเรื่องเทคนิคการขาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการ OTOP และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงาน OTOP โดยใช้วิทยากรที่มีประสบการณ์จริง

3. กำหนดภารกิจให้สถาบันการศึกษารับผิดชอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. จัดกิจกรรมศึกษาดูงานกิจการที่ประสบความสำเร็จ

5. จัดทำเอกสารคู่มือทางวิชาการสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP

6. จัดให้มีการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับจังหวัดทุกปี

7. จัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัด

8. เสริมสร้างเครือข่าย OTOP จังหวัดให้เข้มแข็งโดยสนับสนุนให้ทำปฏิทินการจำหน่ายประจำปี และการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน เป็นต้น

9. สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน โดยการสร้างกระแสการไม่ยอมรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีมาตรฐาน กำหนดมาตรการไม่ให้วางจำหน่าย กำหนดให้จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานเป็นตัวชี้วัดประกอบการปฏิบัติราชการของจังหวัด

10. สนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และรวมกลุ่มจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

11. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน OTOP ทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์

The study was aimed at finding out the level of success of OTOP products, the factors related to the success and the difficulty for the OTOP products to be successful.

The data were collected by distributing questionnaires to 182 out of 331 OTOP business operators in Narathawaad province that registered as OTOP business operators in 2009. The descriptive statistics were used to describe the data and the inferential statistics, i.e., t-test and F-test were used to find out the difference in variables between two groups and more than two groups, respectively.

The findings were briefly stated below.

The overall success of Narathawaad OTOP products was moderate. When the individual aspects of success were considered, it was found that product development was successful at a high level, marketing development at a moderate level, and the starved level at a low level.

The factors affecting the success of OTOP products were type of products, number of years in business, source of fund, amount of fund, knowledge and understanding of OTOP business operation, support from the government sector, access to information from outside, satisfaction with OTOP business operation, being trained in product and marketing development, and leadership. On the other hand, nature of business operation had no impact on the success of Narathawaad OTOP products.

Recommendations

1. Knowledge of selecting the best OTOP product and OTOP business operation should be provided at meetings, seminars, or training courses
2. OTOP business operators and officials responsible for OTOP work should be trained on sales techniques, package design by experienced trainers.
3. Educational institutions in the area should be assigned the responsibility for community product development.
4. Observation tours to successful OTOP business enterprises should be arranged
5. A manual should be prepared for OTOP business operators to use as a guideline.
6. There should be an OTOP products contest at the provincial level every year.
7. The province should set up a center to distribute its OTOP products.
8. The provincial OTOP network should be strengthened by, for example, making a yearly distribution calendar and linking the network of similar products.
9. The products should be developed to have a quality standard. Those that do not reach it should be rejected, not being marketed. The number of standard products should be used as an indicator to be certified by the province.
10. Loans should be extended to OTOP business operators at a low interest rate and a saving-for-production group should be formed.
11. OTOP business operation should be publicized through radio and television.