



บทที่ 8

ผลการสำรวจผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การรวบรวมข้อมูลผลการประกอบการและความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยที่ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของศึกษารุ่นนี้หมายถึง ผู้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP กับกรมการพัฒนาชุมชน การเลือกตัวอย่างทำโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง (simple random sampling) ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย 6 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ขั้นตอนการกำหนดตัวอย่างมี 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการเลือกจังหวัดตัวอย่างโดยเลือกจังหวัดที่มีผู้ประกอบการ OTOP เป็นจำนวนมากเป็นตัวแทนของพื้นที่ในแต่ละภูมิภาค ได้จำนวนจังหวัดตัวอย่างทั้งหมด 12 จังหวัด ดังนี้ ภาคกลาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาคตะวันออก จังหวัดชลบุรี ภาคตะวันตก จังหวัดนครปฐม ภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่ แพร่ และอุทัยธานี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดร้อยเอ็ด ยโสธรและบึงกาฬ และภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานีและกระบี่ ขั้นตอนที่สอง เป็นการสุ่มเลือกผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตัวอย่างโดยใช้หลักเกณฑ์ตามสัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด (quota random sampling) ได้จำนวนผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตัวอย่างรวมทั้งหมด 527 ราย

การรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในลักษณะแบบ Face-to-Face Interview โดยใช้แบบสอบถามตามที่กำหนดไว้ ระยะเวลาที่สำรวจรวบรวมข้อมูลคือเดือนกันยายน - พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ตัวอย่างที่ศึกษาสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภทหลักคือ ผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยที่ผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของรายเดียวหมายถึง ผู้ผลิตที่ดำเนินการโดยมีบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการ เป็นเจ้าของทรัพย์สินและหนี้สิน มีการตัดสินใจทางธุรกิจต่างๆ โดยบุคคลที่เป็นเจ้าของดังกล่าว ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหมายถึงวิสาหกิจที่เกิดจากการรวมตัวกันของบุคคลที่มากกว่า 1 คนขึ้นไปโดยแต่ละคนมีสถานะเป็นสมาชิกของกลุ่ม มาร่วมมือกันหรือร่วมทุนหรือร่วมกิจการ เพื่อทำธุรกิจ OTOP ร่วมกันในลักษณะมีกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน เช่น ผลิตร่วมกัน หรือขายสินค้าร่วมกัน เป็นต้น หรืออาจรวมกันดำเนินธุรกิจทั้งหมด ทั้งนี้สถานการณ์เป็นกลุ่มดังกล่าวต้องมีการจดทะเบียน OTOP กับกรมการพัฒนาชุมชนในลักษณะของกลุ่ม OTOP ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจประเภทนิติบุคคลที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน การสัมภาษณ์ดำเนินการโดยการสอบถามเจ้าของธุรกิจ หัวหน้าหรือประธานกลุ่ม (ยกเว้นในกรณีที่ไม่สามารถสอบถามประธานกลุ่มได้จะใช้ผู้แทนที่ประธานกลุ่มมอบหมาย) และผู้จัดการหรือประธานกรรมการของ SMEs ซึ่งธุรกิจ OTOP ทั้งหมดนี้เป็นการผลิตที่กระจายอยู่ในประเภทสินค้า 5 ประเภทคือ อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ ผ้า และเครื่องแต่งกายและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร รายละเอียดต่างๆ ปรากฏในบทที่ 4 ระเบียบวิธีการประเมินผล

การรายงานผลการศึกษาในบทนี้ได้แยกออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนแรกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ OTOP ส่วนที่สองการเข้าร่วมโครงการหรือร่วมกิจกรรมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2544-2555 และส่วนที่สามความคิดเห็นต่อนโยบายและปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ OTOP รายละเอียดการศึกษาในแต่ละส่วนมี ดังนี้



1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ OTOP

1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ OTOP

ผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็นตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วยวิสาหกิจกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว (วิสาหกิจ OTOP ที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว) จำนวน 178 ราย กลุ่มผู้ผลิตชุมชน 327 ราย และผู้ผลิต SMEs 22 ราย รวมทั้งหมด 527 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.8 62.0 และ 4.2 ตามลำดับ

ในส่วนของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว ร้อยละ 68.0 ของผู้ตอบสัมภาษณ์เป็นเพศหญิง และร้อยละ 32.0 เป็นเพศชาย ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 82.3 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 17.7 เป็นเพศชาย ส่วน SMEs มีร้อยละ 36.4 ที่เป็นเพศหญิง ส่วนที่เหลือร้อยละ 63.6 เป็นเพศชาย เมื่อรวมทั้งรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs เข้าด้วยกันแล้วผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิงมีจำนวนมากถึง 3 เท่าของเพศชาย แสดงถึงการประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่เป็นที่นิยมทำโดยสุภาพสตรีหรือแม่บ้านมากกว่า (แผนภาพที่ 8-1)

ช่วงอายุของผู้ประกอบการโดยทั่วไปแล้วค่อนข้างที่จะมีอายุมากพอสมควร กล่าวคือในส่วนของรายเดียวยุทธละ 32.6 มีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี รองลงมา ร้อยละ 28.1 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุค่อนข้างน้อยซึ่งสะท้อนถึงการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีลงมา นั้น มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3.9 เท่านั้น เมื่อคิดโดยรวมทั้งหมดแล้วอายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการรายเดียว ประมาณ 48.98 ปี ขณะเดียวกันกลุ่มผู้ผลิตชุมชนก็มีโครงสร้างอายุของผู้ที่เป็นหัวหน้ากลุ่มซึ่งเป็นผู้ตอบคำถามนี้คล้ายกับผู้ประกอบการรายเดียว กล่าวคือร้อยละ 36.4 เป็นผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี รองลงมา ร้อยละ 32.7 มีอายุ 41-50 ปี ส่วนผู้ที่มีอายุน้อยต่ำกว่า 30 ปีลงมา (ผู้ประกอบการรุ่นใหม่) มีสัดส่วนเล็กน้อยเพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น อายุเฉลี่ยของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนคือ 59.87 ปี ค่อนข้างสูงกว่ารายเดียว ส่วน SMEs ประมาณร้อยละ 27.3 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี และเป็นที่น่าสนใจกว่าในส่วนของ SMEs นี้ ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี มีสัดส่วนถึงร้อยละ 18.2 จึงอาจสะท้อนความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอยากที่จะมีธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นของตนเองมากขึ้นก็ได้เช่นกัน กล่าวโดยรวมแล้วผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุหรือสูงวัยพอสมควร และเป็นที่น่าสนใจว่ายังมีผู้ประกอบการ OTOP ส่วนหนึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญพอสมควร กล่าวคือในส่วนของผู้ประกอบการรายเดียวยุทธละ 15.2 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนประมาณร้อยละ 19.3 และ SMEs ประมาณร้อยละ 22.7 โดยรวมแล้วมีผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 18.0 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด (แผนภาพที่ 8-2)

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ OTOP พบว่า ในส่วนของรายเดียวผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และร้อยละ 15.7 มีการศึกษาระดับวิชาชีพคือ ระดับ ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชน มีประมาณร้อยละ 9.2 ที่มีการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ส่วนระดับปริญญาตรีขึ้นไปของกลุ่มผู้ผลิต OTOP มีประมาณร้อยละ 20.7 เป็นที่น่าสนใจกว่าผู้ประกอบการ OTOP ประเภทกลุ่มนี้มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 28.1 ที่มีการศึกษาระดับประถมหรือต่ำกว่า ส่วน SMEs มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59.1 เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเมื่อรวมทั้งประเภทรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs เข้าด้วยกันทั้งหมดแล้ว อาจแบ่งแยกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของ



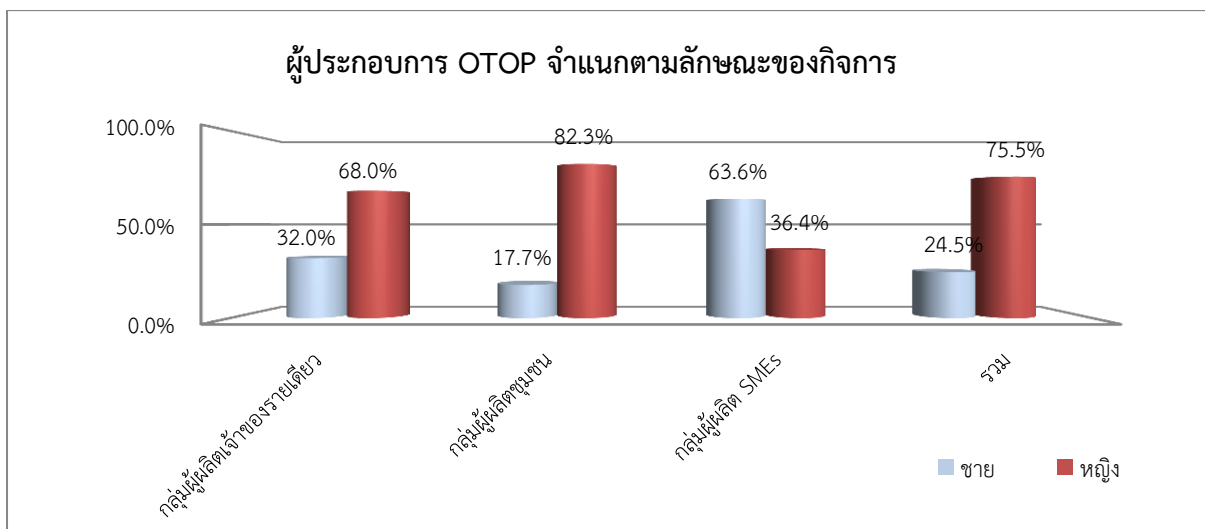
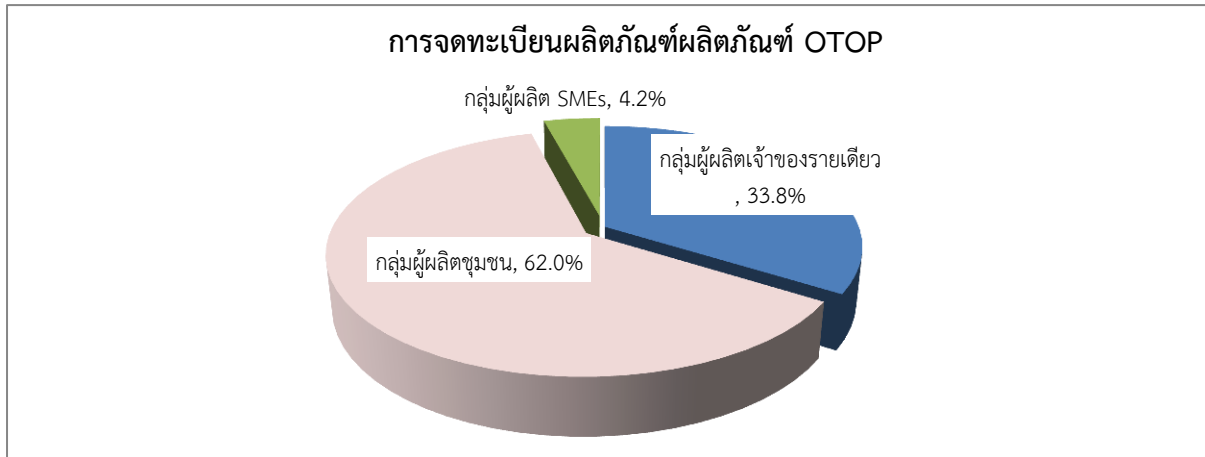
ผู้ประกอบการ OTOP ได้เป็น 3 ประเภท คือระดับปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับประถมศึกษา โดยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันร้อยละ 26.2 22.6 และ 21.8 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 8-3)

เมื่อพิจารณาถึงประสบการณ์ในการทำธุรกิจโดยดูจากปีที่เริ่มประกอบกิจการ เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่โดยรายเดี๋ยวยร้อยละ 86.5 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 83.2. และ SMEs ร้อยละ 81.8 มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมานานมากกว่า 6 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ที่เพิ่งจะเริ่มตั้งธุรกิจมายังไม่ถึง 2 ปี นั้นมีจำนวนไม่มากนัก โดยในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี๋ยวยมีสัดส่วนร้อยละ 3.4 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีร้อยละ 4.6 ในขณะที่ SMEs ร้อยละ 4.5 และรวม OTOP ตัวอย่างทั้งหมดที่สำรวจแล้วประมาณร้อยละ 4.2 ซึ่งโดยหลักการแล้วกลุ่มนี้คือกลุ่มที่ค่อนข้างอ่อนแอและต้องการดูแลเป็นพิเศษ (แผนภาพที่ 8-4)

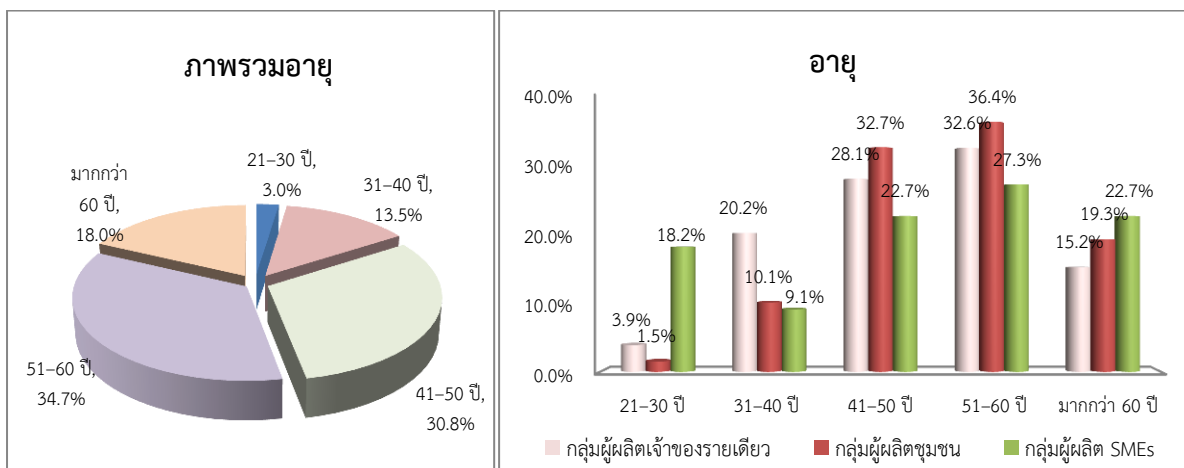
นอกจากประสบการณ์ธุรกิจที่ค่อนข้างยาวนานดังกล่าวแล้ว ยังพบอีกว่า ผู้ประกอบการรายเดี๋ยวยร้อยละ 96.6 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 97.3 และ SMEs ร้อยละ 95.5 ที่ได้มีการทำธุรกิจต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มต้นกิจการมาจนถึงปัจจุบันโดยไม่มีการหยุดในบางช่วงแต่อย่างใด สำหรับผู้ผลิต OTOP ส่วนที่มีการหยุดในบางช่วงซึ่งก็คือส่วนที่เหลือนั้น สาเหตุสำคัญมาจากความจำเป็นที่ต้องไปทำการเกษตรอันเนื่องมาจากฤดูกาล เช่น การเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นต้น หรือการหยุดชั่วคราวเนื่องมาจากส่วนที่ผลิตแล้วยังจำหน่ายไม่ได้ เป็นต้น (แผนภาพที่ 8-1)



แผนภาพที่ 8-1 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามเพศและลักษณะของกิจการ



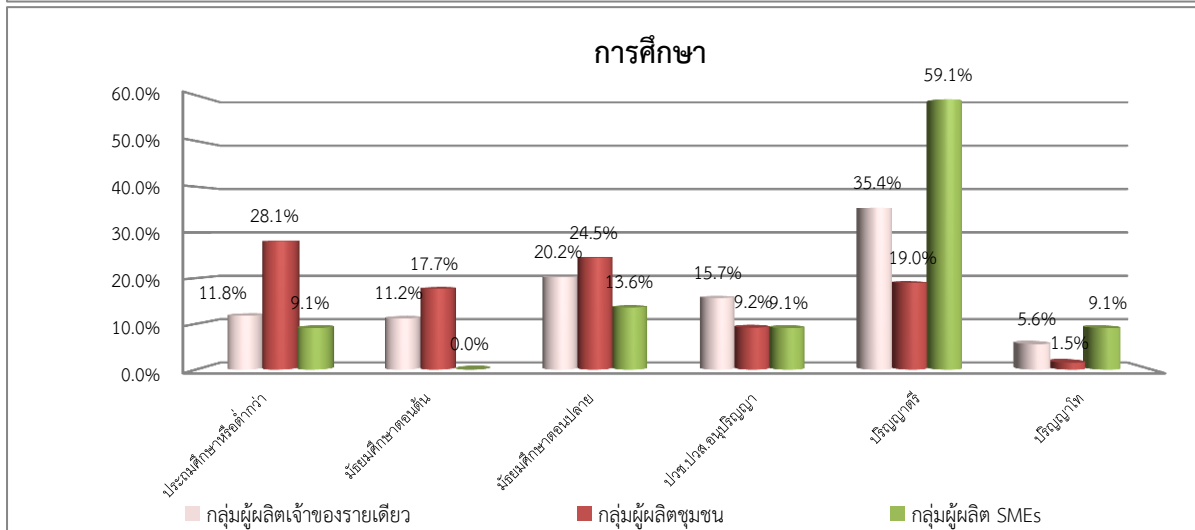
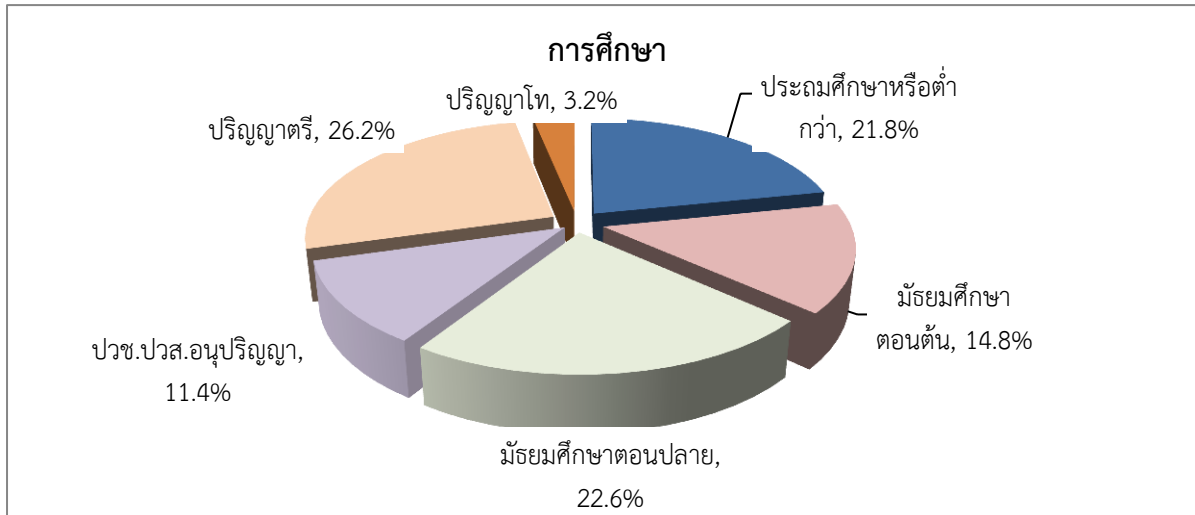
แผนภาพที่ 8-2 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามกลุ่มอายุและลักษณะของกิจการ



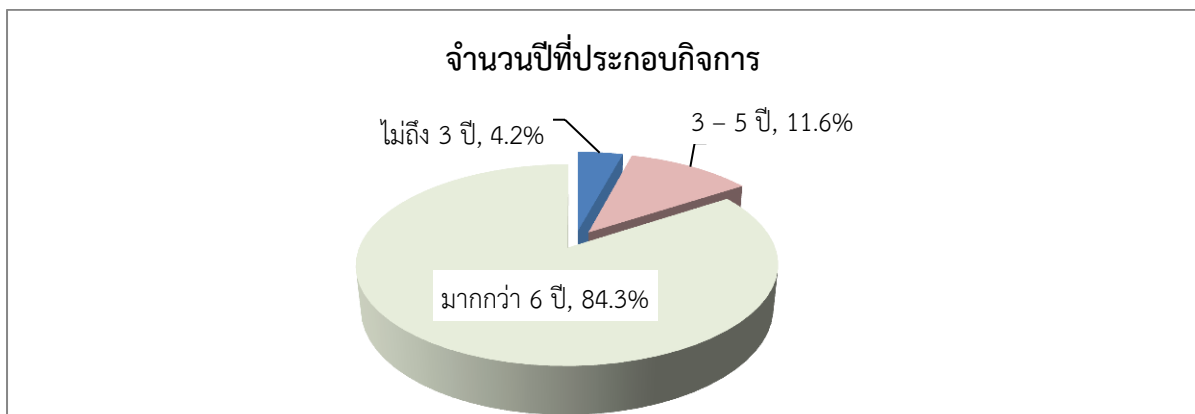
เฉลี่ยอายุต่อราย (ปี)	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
	48.98	59.87	47.23	55.71

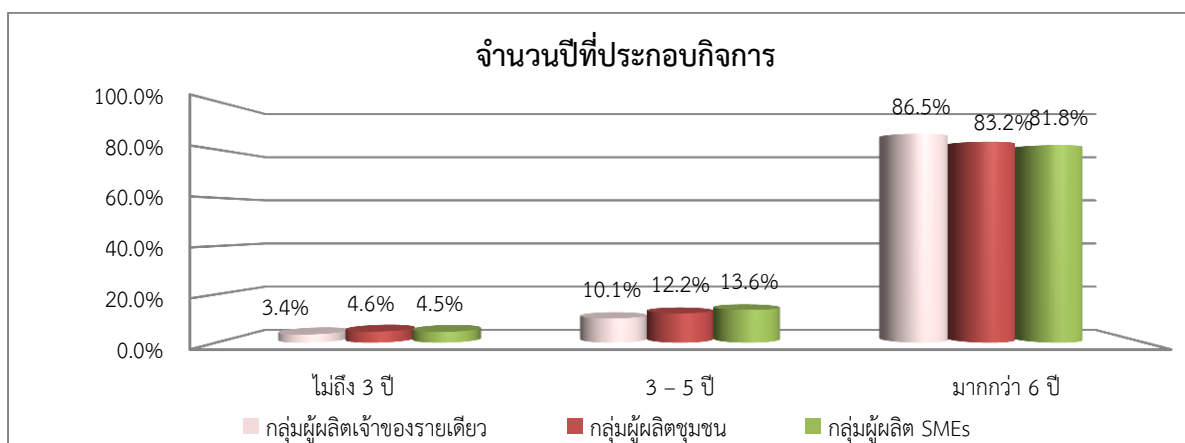


แผนภาพที่ 8-3 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามระดับการศึกษาและลักษณะของกิจการ



แผนภาพที่ 8-4 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามจำนวนปีที่ประกอบกิจการและลักษณะของกิจการ





ตารางที่ 8-1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามสถานะความต่อเนื่องของการประกอบกิจการและลักษณะของกิจการ

หน่วย: ราย

สถานะความต่อเนื่องของการประกอบกิจการ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของราย เดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
นับตั้งแต่เริ่มประกอบกิจการได้ทำการผลิตติดต่อกันมาทุกปี	172 96.6%	319 97.3%	21 95.50%	491 97.0%
นับตั้งแต่เริ่มประกอบกิจการไม่ได้ทำการผลิตติดต่อกันทุกปี ด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น ทำอาชีพเกษตรเป็นหลัก หยุดชั่วคราว เนื่องจากผลิตแล้วจำหน่ายไม่ได้ เป็นต้น	6 3.4%	9 2.7%	1 4.50%	15 3.0%
รวม	178 100.0%	328 100.0%	22 100.0%	506 100.0%

ผู้ประกอบการที่เป็นตัวอย่างทั้งหมดคือผู้ที่ขึ้นทะเบียน OTOP กับกรมการพัฒนาชุมชน โดยผู้ประกอบการรายเดี่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 58.4 จดทะเบียนครั้งแรกในระหว่างปี พ.ศ. 2545-2550 และอีกร้อยละ 38.8 จดทะเบียนระหว่างปี พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน เปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ร้อยละ 63.9 จดทะเบียนครั้งแรกในระหว่างปี พ.ศ. 2545-2550 และอีกร้อยละ 34.9 จดทะเบียนระหว่างปี พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน และ SMEs ร้อยละ 54.5 จดทะเบียนครั้งแรกในระหว่างปี พ.ศ. 2545-2550 และอีกร้อยละ 36.4 จดทะเบียนระหว่างปี พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน ส่วนที่เหลือทั้งผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs เป็นการจดในปีอื่นๆ แสดงว่าประมาณสองในสามของผู้ประกอบการ OTOP ที่สำรวจเป็นผู้ที่ได้เข้าร่วมโครงการ OTOP มานับตั้งแต่ช่วงแรกๆ ที่เริ่มมีโครงการ OTOP จึงน่าที่จะมีความคุ้นเคย เข้าใจ และมีประสบการณ์เกี่ยวกับโครงการ OTOP เป็นอย่างดีมาแล้วในระดับหนึ่ง (ตารางที่ 8-2)

ในด้านความหลากหลายของสินค้าที่ผลิตพบว่า ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 75.3 มีการผลิตสินค้ามากกว่า 1 ชนิดขึ้นไป และในจำนวนนี้ร้อยละ 49.8 ทำการผลิตสินค้ามากกว่า 5 ชนิดขึ้นไป และร้อยละ 20.2 ผลิตสินค้ามากกว่า 10 ชนิดขึ้นไป คิดโดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการรายเดี่ยวจากตัวอย่างที่ทำ



การสำรวจมีจำนวนผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อรายมากถึง 14.06 ชนิดเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ร้อยละ 71.3 มีการผลิตสินค้ามากกว่า 1 ชนิดขึ้นไป และในจำนวนนี้ มีถึงร้อยละ 33.6 ที่ทำการผลิตสินค้ามากกว่า 5 ชนิดขึ้นไป และร้อยละ 12.8 ที่ผลิตสินค้ามากกว่า 10 ชนิดขึ้นไป โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีจำนวนผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อราย 9.54 ชนิดน้อยกว่ารายเดี่ยวพอสมควร ส่วน SMEs มีร้อยละ 82.7 ที่ทำการผลิตมากกว่า 1 ชนิด ร้อยละ 40.8 ที่ผลิตมากกว่า 5 ชนิดขึ้นไป และร้อยละ 27.3 ที่ทำการผลิตสินค้ามากกว่า 10 ชนิดขึ้นไปรวมแล้ว SMEs ต่อรายมีการผลิตสินค้าเป็นจำนวนถึง 36.0 ชนิด ซึ่งถือว่าค่อนข้างมากพอสมควร กล่าวโดยสรุปแล้ว OTOP ทั้งหมด ร้อยละ 82.7 มีการผลิตสินค้ามากกว่า 1 ชนิดขึ้นไป ในจำนวนนี้ ร้อยละ 39.3 มีการผลิตสินค้ามากกว่า 5 ชนิดขึ้นไปและร้อยละ 15.9 ที่มีการผลิตสินค้ามากกว่า 10 ชนิดขึ้นไป

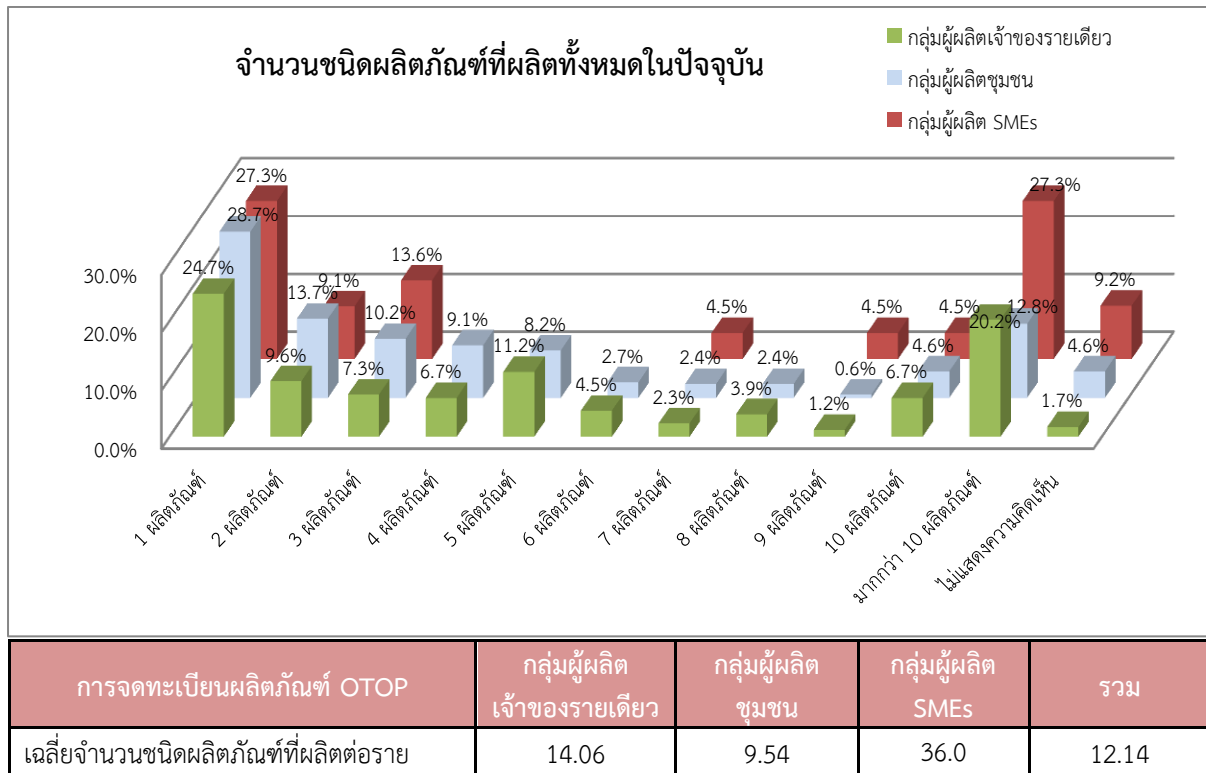
จากจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ทั้งหมดดังกล่าวผู้ประกอบการ OTOP ได้นำไปจดทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนเพื่อขอรับการส่งเสริมหรือเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยผู้ประกอบการรายเดีย্বর้อยละ 37.6 จดทะเบียนเพียง 1 ผลิตภัณฑ์ ส่วนที่เหลือจดยังมากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 54.4 ที่นำสินค้าที่ตนเองผลิตได้ไปจดทะเบียน 1 ผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากนั้น จดทะเบียนมากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ขึ้นไป ส่วน SMEs มีร้อยละ 36.3 ที่จดทะเบียน 1 ผลิตภัณฑ์ และส่วนที่เหลือจดยังมากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ขึ้นไป เช่นกัน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ประมาณ 5.39 ผลิตภัณฑ์ต่อราย เปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนจำนวน 3.04 ผลิตภัณฑ์ต่อราย และ SMEs 3.67 ผลิตภัณฑ์ต่อราย เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ของผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs ซึ่งเท่ากับ 14.06 9.54 และ 36.0 ชนิด ผลิตภัณฑ์ต่อรายตามลำดับที่กล่าวข้างต้นแล้วจะมีค่าผลิตภัณฑ์ที่จดทะเบียนต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ของรายเดี่ยวประมาณร้อยละ 38.3 31.9 และ 10.2 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 8-5)

แม้ว่ามีความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ก็ตามแต่เมื่อนำมาจัดกลุ่มลงในสาขาผลิตภัณฑ์ตามวิธีการจัดประเภทของ OTOP ซึ่งประกอบด้วย (1) อาหาร (2) เครื่องดื่ม (3) ของใช้ ของที่ระลึก (4) ผ้าและเครื่องแต่งกาย และ (5) สมุนไพรที่มีใช้อาหาร แล้วพบว่าโดยส่วนใหญ่จะเป็นชนิดผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในสาขาผลิตภัณฑ์เพียงประเภทเดียวโดยที่ผู้ประกอบการรายเดีย্বর้อยละ 96.1 ระบุว่าตนเองทำการผลิตอยู่ในสาขาใดสาขาหนึ่งเพียงสาขาเดียวส่วนที่เหลือร้อยละ 3.9 ระบุว่าทำการผลิตมากกว่า 1 สาขา ซึ่งในจำนวนนี้ ระบุว่าผลิตอยู่ในสาขาผลิตภัณฑ์เดียวนั้น จำแนกได้เป็นผู้ประกอบการ OTOP ประเภทของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึกร้อยละ 44.5 ผู้ผลิตเครื่องดื่มและอาหารร้อยละ 22.8 ผู้ผลิตสินค้าเครื่องแต่งกายร้อยละ 25.1 และผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารร้อยละ 7.6 ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีผู้ที่ทำการผลิตอยู่ในสาขาผลิตภัณฑ์เพียงสาขาเดีย্বর้อยละ 93.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 6.7 ระบุว่ากลุ่มของตนเองผลิตมากกว่า 1 สาขาผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนที่ระบุว่าผลิตสินค้าที่จัดอยู่ในสาขาเดียวนั้น ได้แก่ ผู้ผลิตของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึกผู้ผลิตเครื่องดื่มและอาหารผู้ผลิตเครื่องแต่งกาย และผู้ผลิตสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 47.8 22.6 25.2 และ 3.9 ตามลำดับ ทำนองเดียวกัน SMEs ร้อยละ 81.8 ที่ผลิตอยู่ใน 1 สาขาการผลิต และในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ถึงประมาณร้อยละ 77.8 ที่ทำการผลิตอยู่ในสาขากลุ่มเครื่องดื่มและอาหารจากการที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่แม้จะผลิตสินค้าหลายชนิด แต่สินค้าชนิดต่างๆ เหล่านั้นก็ยังเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ดังนั้นการเข้าไปส่งเสริมหรือสนับสนุน OTOP ในลักษณะของการพัฒนาที่ตัวสินค้า (product) กับผู้ผลิตรายหนึ่งรายใด ก็สามารถสร้างความมั่นใจได้ว่าผู้ผลิตนำที่จะสามารถนำไปประยุกต์หรือปรับใช้กับสินค้า



อื่นๆ ได้อีกเนื่องจากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ ความหลากหลายในลักษณะของข้ามสาขาการผลิตในผู้ผลิตรายหนึ่งรายใดอาจมีไม่มากนัก (แผนภาพที่ 8-6)

แผนภาพที่ 8-5 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์และลักษณะของกิจการ



ตารางที่ 8-2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกการจดทะเบียน

หน่วย : ราย

การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
จดทะเบียนครั้งแรกในปี				
พ.ศ. 2545-2550	104 58.4%	209 63.9%	12 54.5%	313 61.9%
พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน	69 38.8%	114 34.9%	8 36.4%	184 36.4%
อื่นๆ (ไม่ทราบปีการจดทะเบียนที่แน่นอน)	5 2.8%	4 1.2%	2 9.1%	9 1.8%
รวม	178 100.0%	328 100.0%	22 100.0%	506 100.0%



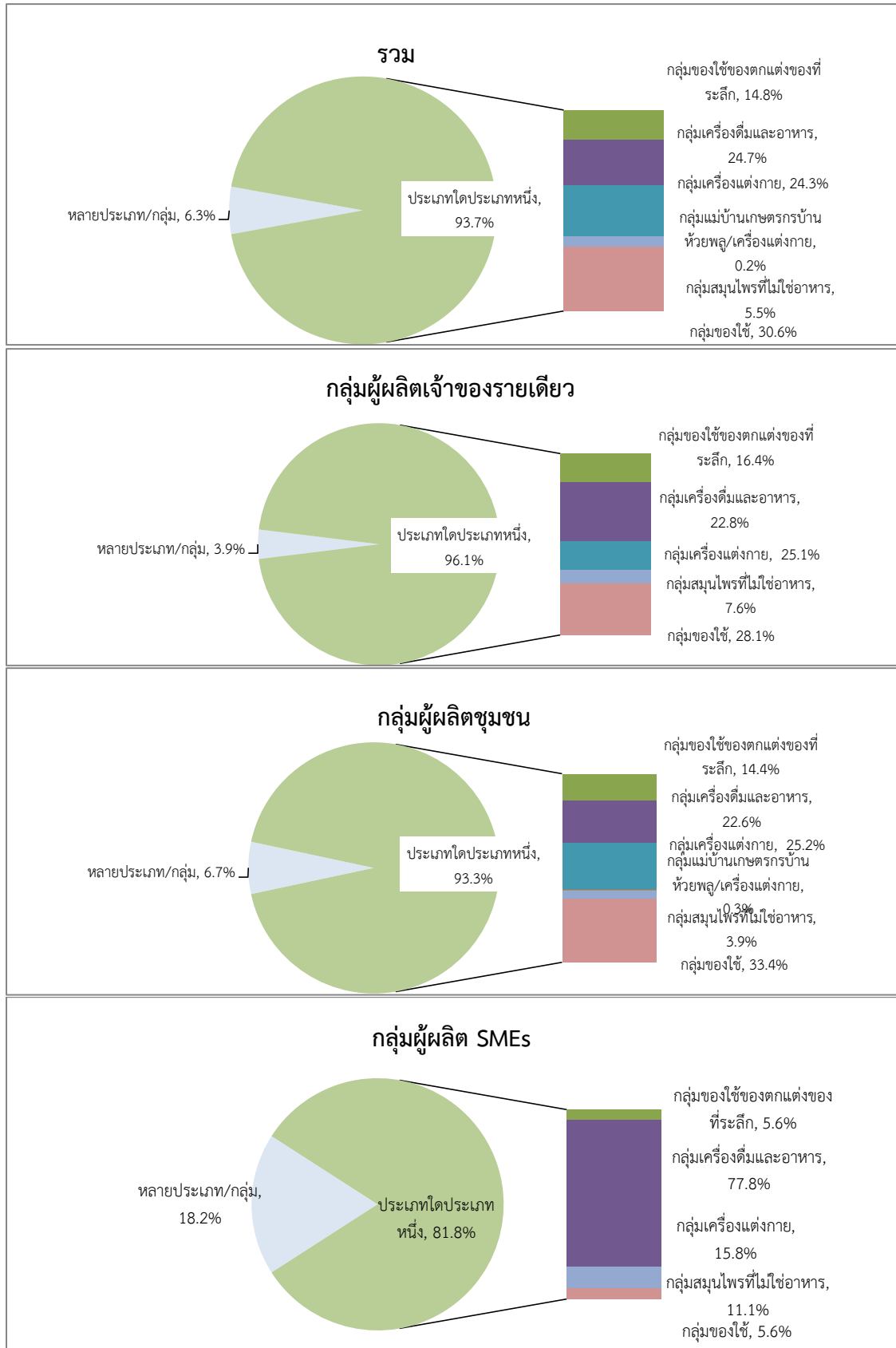
ตารางที่ 8-2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกการจดทะเบียน (ต่อ)

หน่วย : ราย

จดทะเบียนเพิ่มเติมครั้งสุดท้ายในปี				
พ.ศ. 2545-2550	1 0.6%	1 0.4%	0 0.0%	2 0.5%
พ.ศ. 2551-ปัจจุบัน	162 99.4%	235 99.6%	18 100.0%	397 99.5%
รวม	163 100.0%	236 100.0%	18 100.0%	399 100.0%
การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ OTOP	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของ รายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
จำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตทั้งหมดในปัจจุบัน				
1	44 24.7%	94 28.7%	6 27.3%	138 27.3%
2	17 9.6%	45 13.7%	2 9.1%	62 12.3%
3	13 7.3%	33 10.1%	3 13.6%	46 9.1%
4	12 6.7%	30 9.1%	0 0.0%	42 8.3%
5	20 11.2%	27 8.2%	0 0.0%	47 9.3%
6	8 4.5%	9 2.7%	0 0.0%	17 3.4%
7	4 2.2%	8 2.4%	1 4.5%	12 2.4%
8	7 3.9%	8 2.4%	0 0.0%	15 3.0%
9	2 1.1%	2 0.6%	1 4.5%	4 0.8%
10	12 6.7%	15 4.6%	1 4.5%	27 5.3%
มากกว่า 10	36 20.2%	42 12.8%	6 27.3%	78 15.4%
ไม่แสดงความคิดเห็น	3 1.7%	15 4.6%	2 9.1%	18 3.6%
รวม	178 100.0%	328 100.0%	22 100.0%	506 100.0%
เฉลี่ยจำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต่อราย	14.06	9.54	36.0	12.14



แผนภาพที่ 8-6 ร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามกลุ่ม/สาขาผลิตภัณฑ์ OTOP และลักษณะของกิจการ

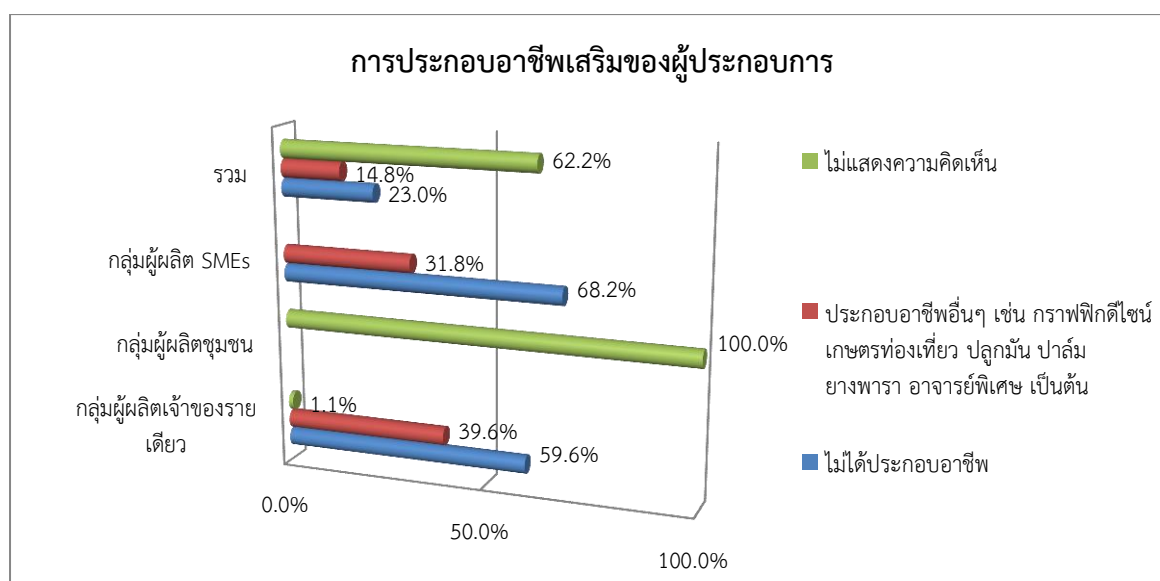




การจัดประเภท/กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของราย เดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
กลุ่มอาหาร	28.6%	18.2%	25.0%	20.7%
กลุ่มเครื่องดื่ม	14.3%	13.6%	25.0%	13.8%
กลุ่มผ้าเครื่องแต่งกาย	42.9%	54.5%	50.0%	55.2%
กลุ่มของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	57.1%	81.8%	50.0%	82.8%
กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	14.3%	27.3%	25.0%	24.1%
กลุ่มอื่นๆ เช่น cosmetic เกษตร ผลไม้แช่ เป็นต้น	0.0%	9.1%	25.0%	6.9%

ในการทำธุรกิจใดๆ นั้น โดยปกติแล้วผู้ประกอบการจะทำธุรกิจดังกล่าวนี้เป็นหลัก แต่ถ้าจะทำธุรกิจเสริม หรือประกอบอาชีพอื่นร่วมกับการทำธุรกิจหลักด้วยนั้น อาจเนื่องมาจากความจำเป็น เช่น ธุรกิจที่ทำอยู่ รายได้ไม่เพียงพอ หรือมีความเสี่ยงในเรื่องรายได้จึงต้องการลดความเสี่ยงดังกล่าวลง หรือในอีกกรณีหนึ่งของการทำอาชีพเสริมก็คือ การเห็นโอกาสของความสำเร็จจากอาชีพเสริมดังกล่าว ในกรณีของการประกอบการ OTOP พบว่าผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 59.6 ประกอบธุรกิจ OTOP เพียงอย่างเดียว ส่วนอีกร้อยละ 39.6 ระบุว่าประกอบอาชีพอื่นด้วยซึ่งอาชีพอื่นๆ ดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการทำการเกษตรที่สำคัญคือ การทำนา การปลูกผลไม้ ยางพาราและปาล์มน้ำมัน เป็นต้น นอกจากการเกษตรแล้วรองลงมาคือ การค้าขาย และอื่นๆ (แผนภาพที่ 8-7) ส่วน OTOP ที่เป็น SMEs มีประมาณร้อยละ 68.2 ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอื่น ส่วนที่เหลือทำอาชีพอื่นด้วย

แผนภาพที่ 8-7 ร้อยละของผู้ประกอบการรายเดี่ยว จำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพเสริม





1.2 การจ้างงาน

1.2.1 การจ้างงานของผู้ประกอบการรายเดียว

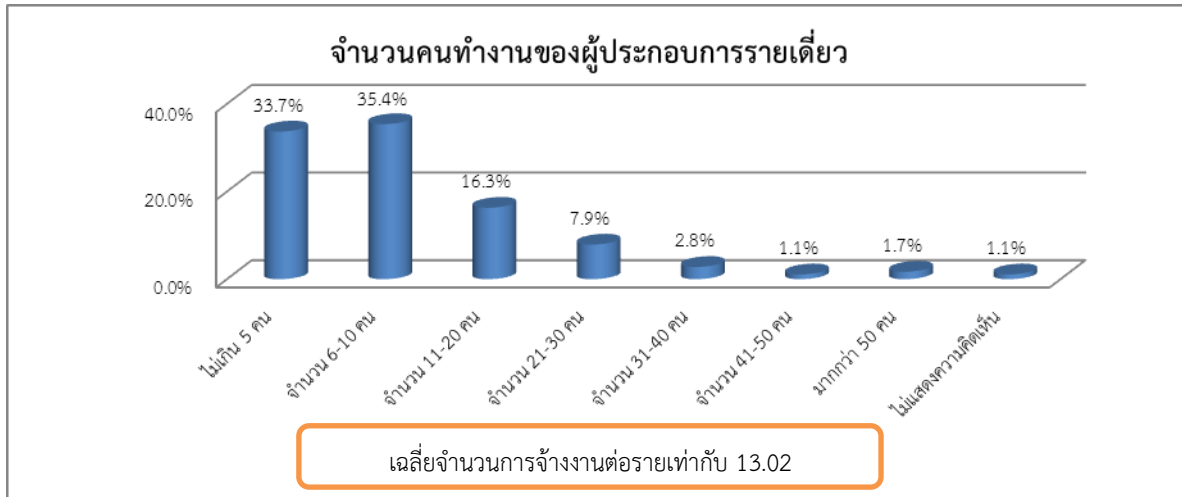
ผู้ประกอบการรายเดียวย้อยละ 33.7 มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน และร้อยละ 35.4 มีการจ้างงานอยู่ระหว่าง 6-10 คน ส่วนผู้ประกอบการรายเดียวที่มีการจ้างงานในจำนวนที่ค่อนข้างมากกว่า 50 คนขึ้นไปนั้นมีสัดส่วนไม่มากนักเพียงร้อยละ 1.7 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมดเท่านั้น โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการรายเดียวมีการจ้างงานต่อรายประมาณ 13.02 คน ส่วน SMEs ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 36.4 มีการจ้างงานประมาณ 11-20 คน และโดยเฉลี่ยแล้วมีการจ้างงานประมาณ 32.8 คนต่อรายวิสาหกิจ (แผนภาพที่ 8-8)

นอกจากแรงงานที่จ้างมาทำงานแล้ว ยังมีแรงงานที่เป็นสมาชิกในครอบครัวมาช่วยทำอีกด้วยเช่นกัน (self employed) โดยมีทั้งที่ทำงานแบบเต็มเวลา และไม่เต็มเวลา โดยในส่วนของสมาชิกในครัวเรือนที่มาช่วยงานแบบเต็มเวลานั้น พบว่า ผู้ประกอบการรายเดียวย้อยละ 32.3 ของจำนวนผู้ประกอบการรายเดียวทั้งหมดที่มีสมาชิกในครอบครัวมาช่วยทำงานจำนวน 2 คน รองลงมาสัดส่วนประมาณร้อยละ 15.7 และ 15.2 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมาช่วยทำงาน 3 คน และ 1 คน ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการที่มีสมาชิกมาช่วยทำงานมากกว่า 3 คนขึ้นไป เฉลี่ยแล้วจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มาช่วยงาน OTOP แบบเต็มเวลาต่อรายเท่ากับ 3.25 คน ขณะเดียวกันยังมีแรงงานในครอบครัวที่มาช่วยงานแบบไม่เต็มเวลาอีกด้วยเช่นกัน ซึ่งในส่วนของผู้ประกอบการรายเดียวมีผู้มาช่วยทำงานแบบไม่เต็มเวลาเฉลี่ยต่อรายเท่ากับ 3.03 คน แสดงให้เห็นว่า สมาชิกในครัวเรือนที่มาช่วยทำงาน OTOP ทั้งแบบเต็มเวลาและแบบไม่เต็มเวลามีจำนวนเกือบจะเท่าๆ กัน (แผนภาพที่ 8-9) ส่วน SMEs ประมาณร้อยละ 31.8 มีสมาชิกในครัวเรือนมาช่วยทำงานแบบเต็มเวลาจำนวน 2 คน และร้อยละ 27.3 มาช่วยแบบเต็มเวลา จำนวน 3 คน โดยเฉลี่ยทั้งหมดมีสมาชิกในครอบครัวมาช่วยแบบเต็มเวลาจำนวน 4.06 คน ส่วนที่มาช่วยแบบไม่เต็มเวลาของ SMEs นั้น โดยเฉลี่ยแล้วมีประมาณ 3.86 คนต่อราย

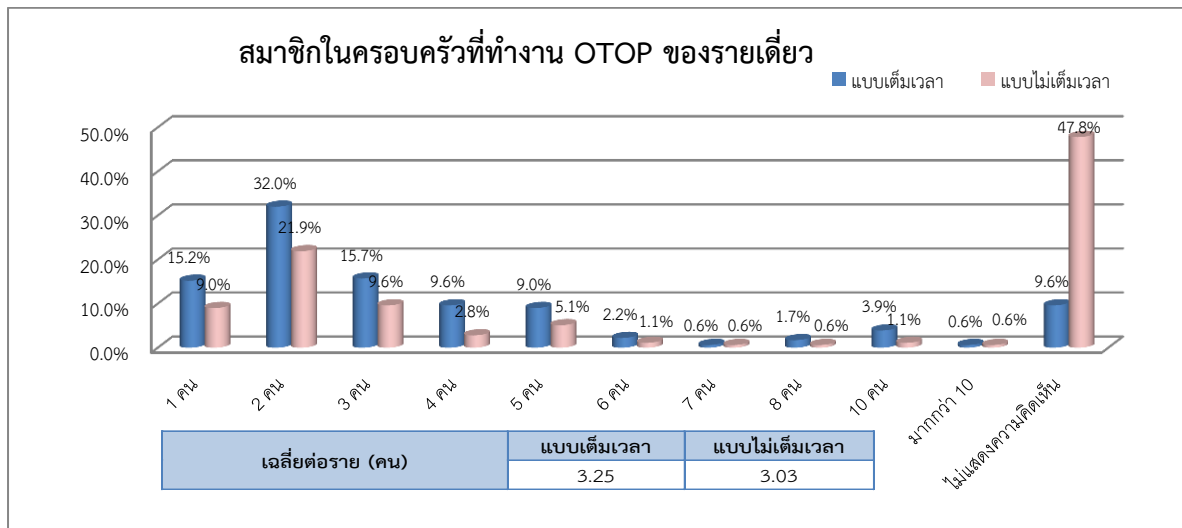
ในด้านแหล่งที่มาของลูกจ้าง ผลจากการสำรวจพบว่า แรงงานที่ผู้ประกอบการรายเดียวจ้างมาทำงานนั้นส่วนใหญ่ร้อยละ 96.6 เป็นแรงงานในท้องถิ่นการจ้างแรงงานต่างท้องถิ่นและแรงงานต่างด้าวมีเพียงส่วนน้อย ทำนองเดียวกับ SMEs ที่มีประมาณร้อยละ 90.9 ที่มีการจ้างงานในท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่ค่อนข้างสูงระหว่างธุรกิจ OTOP กับท้องถิ่นในเรื่องของการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นตามวัตถุประสงค์ของโครงการ OTOP (แผนภาพที่ 8-10)



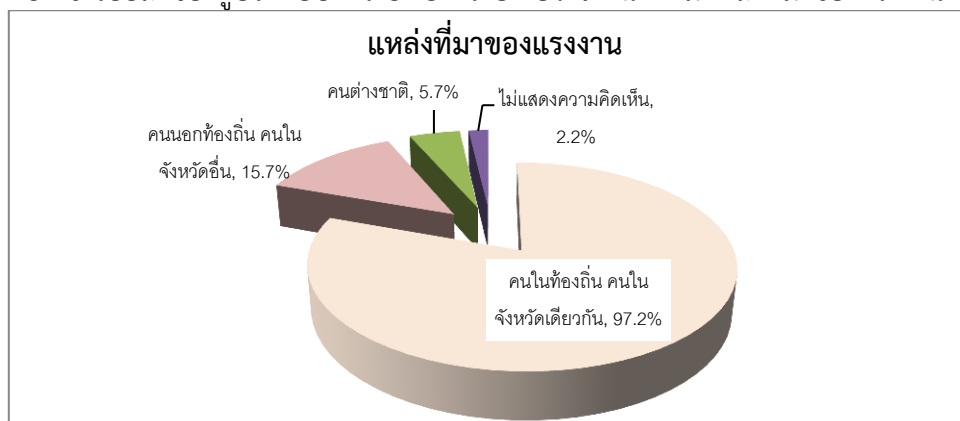
แผนภาพที่ 8-8 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP รายเดี่ยว จำแนกตามจำนวนคนทำงานทั้งหมด



แผนภาพที่ 8-9 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP รายเดี่ยว จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มาช่วยทำงานแบบเต็มเวลาและไม่เต็มเวลา



แผนภาพที่ 8-10 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP รายเดี่ยว จำแนกตามแหล่งที่มาของแรงงาน



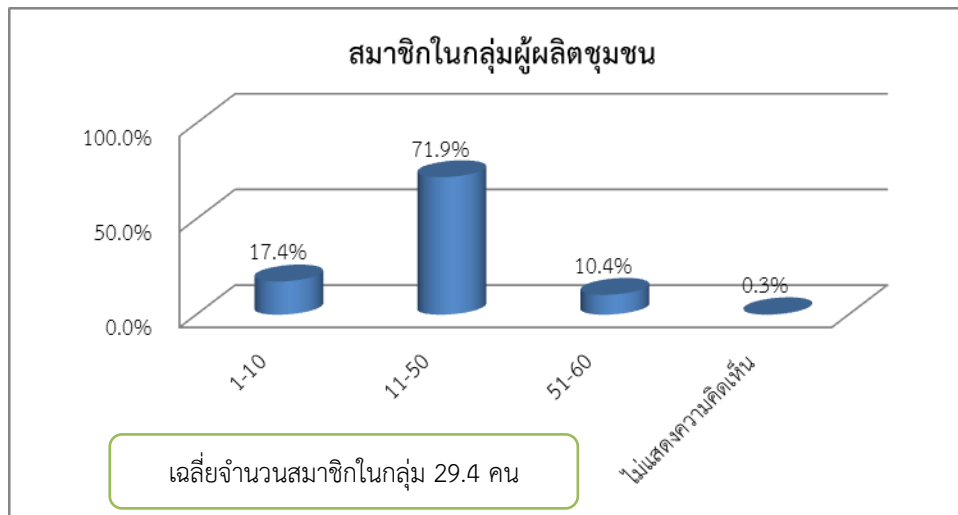


1.2.2 รูปแบบการรวมกลุ่ม และการจ้างงานของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

1) จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

กลุ่มผู้ผลิต OTOP ส่วนใหญ่ มีสมาชิกของกลุ่มอยู่ระหว่างประมาณ 1-50 คน โดยกลุ่มขนาดกลางที่มีสมาชิก 11-50 คน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 72.9 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด รองลงมาเป็นกลุ่มขนาดเล็กที่มีสมาชิก 1-10 คน ร้อยละ 17.4 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกมากกว่า 50 คนขึ้นไป ร้อยละ 10.4 โดยเมื่อคิดเฉลี่ยทั้งหมดของ OTOP ประเภทกลุ่มแล้วมีขนาดสมาชิกเฉลี่ยประมาณ 29.43 คน (แผนภาพที่ 8-11)

แผนภาพที่ 8-11 จำนวนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำแนกตามจำนวนสมาชิกในกลุ่ม (ในปัจจุบัน)

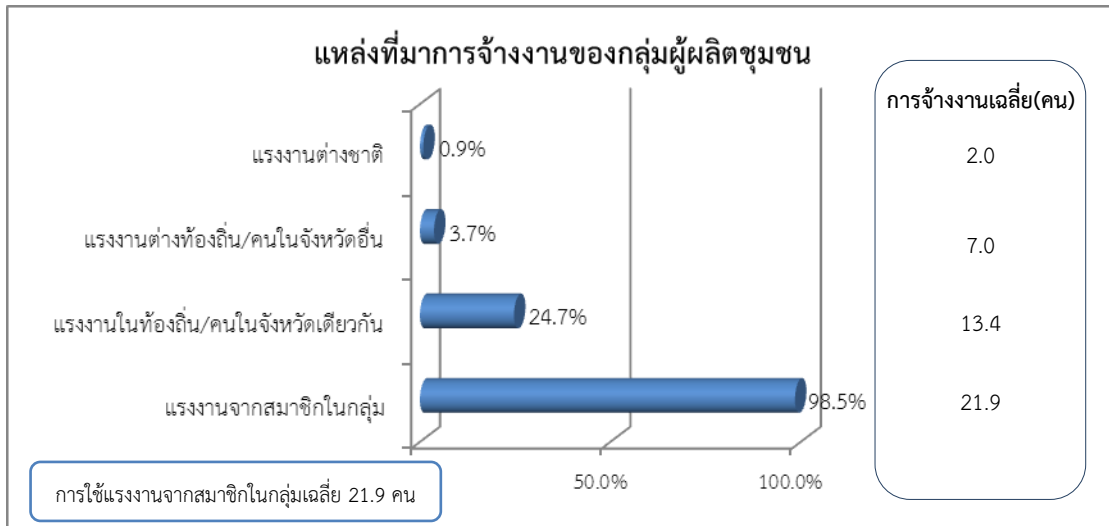


2) การจ้างงาน

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 98.5 ใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกภายในกลุ่มเป็นหลัก โดยมีการใช้แรงงานจากสมาชิกกลุ่มเฉลี่ย 21.9 คนต่อกลุ่ม นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตชุมชนจำนวนหนึ่งยังมีการจ้างแรงงานในท้องถิ่น แรงงานต่างท้องถิ่นหรือแรงงานต่างชาติด้วย กล่าวคือร้อยละ 24.7 ของจำนวนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนทั้งหมดมีการจ้างแรงงานในท้องถิ่นเฉลี่ยต่อราย 13.4 คน และร้อยละ 3.7 มีการจ้างแรงงานจากต่างท้องถิ่น โดยจ้างเฉลี่ย 7.0 คนต่อราย และร้อยละ 0.9 มีการจ้างแรงงานต่างชาติโดยจ้างเฉลี่ยต่อรายเท่ากับ 2.0 คน (แผนภาพที่ 8-12)



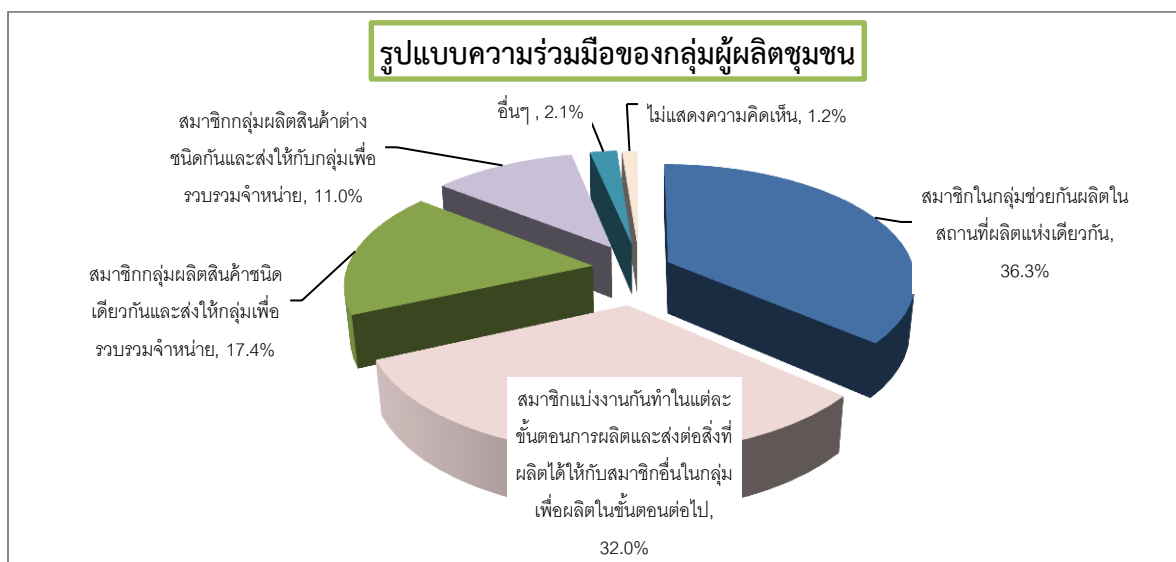
แผนภาพที่ 8-12 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำแนกตามแหล่งที่มาของแรงงาน



3) รูปแบบความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่ม

ในด้านรูปแบบความร่วมมือระหว่างสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนั้น พบว่าร้อยละ 36.3 ของจำนวนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนทั้งหมดเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มที่สมาชิกในกลุ่มช่วยกันผลิตในสถานที่ผลิตแห่งเดียวกัน ร้อยละ 32.0 เป็นรูปแบบที่สมาชิกแบ่งงานกันทำในแต่ละขั้นตอนการผลิต และส่งต่อสิ่งที่ผลิตได้ให้กับสมาชิกอื่นในกลุ่มเดียวกัน ร้อยละ 17.4 เป็นรูปแบบสมาชิกผลิตสินค้าชนิดเดียวกันและส่งให้กลุ่มเพื่อรวบรวมจำหน่าย ร้อยละ 11.0 เป็นรูปแบบสมาชิกผลิตสินค้าต่างชนิดกันและส่งให้กลุ่มเพื่อรวบรวมจำหน่าย ร้อยละ 2.1 เป็นการรวมกลุ่มในรูปแบบอื่นๆ เช่น เครือข่ายฐานการผลิต การรวมกลุ่มเพื่อออมทรัพย์ เป็นต้น (แผนภาพที่ 8-13)

แผนภาพที่ 8-13 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำแนกตามรูปแบบความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม





4) การลงทุนในทรัพย์สินถาวรของกิจการ

4.1) เงินลงทุน

ผู้ประกอบการรายเดียวประมาณร้อยละ 24.7 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีจำนวนสูงที่สุดมีมูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรระหว่าง 1,000,001 ถึง 3,000,000 บาท รองลงมาร้อยละ 16.3 มีมูลค่าการลงทุนน้อยกว่า 100,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 14.0 มีมูลค่าการลงทุนมากกว่า 5,000,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.7 มีมูลค่าการลงทุน 200,000-500,000 บาท และอีกร้อยละ 10.7 มีการลงทุน จำนวน 500,001-1,000,000 บาท แสดงถึงจำนวนเงินลงทุนในธุรกิจ OTOP ที่ค่อนข้างผันแปรแตกต่างกันไป ไม่นั่นอน มีทั้งมากบ้างและน้อยบ้าง มีธุรกิจ OTOP ที่มีขนาดเล็กมากหรือขนาดจิ๋วซึ่งใช้เงินลงทุนน้อยมาก (น้อยกว่า 100,000 บาท) ในจำนวนที่มากระดับหนึ่ง ในขณะที่ผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งกลับมีเงินลงทุนค่อนข้างสูง ลักษณะดังกล่าวนี้อาจเป็นผลมาจากรูปแบบของธุรกิจ OTOP ในบางประเภทที่เป็นงานโดยใช้ฝีมือเป็นหลัก เช่น งานจักสาน งานตัดเย็บหรือการประกอบสิ่งของจากชิ้นส่วนที่มีการเตรียมสำเร็จรูปมาแล้ว แล้ว หรืองานผลิตประเภทอาหารในรูปแบบง่ายๆ เป็นต้น ที่อาจใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ขณะที่ผู้ประกอบการ OTOP ที่ทำการผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีซับซ้อนขึ้นหรือผลิตในขนาดที่ค่อนข้างใหญ่ขึ้นก็จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงขึ้น คิดโดยเฉลี่ยแล้วจำนวนเงินลงทุนในธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการรายเดียวมีมูลค่าเฉลี่ยต่อรายเท่ากับ 3,282,337.79 บาท

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีมูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรน้อยกว่า 100,000 บาท ในสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 31.5 รองลงมาร้อยละ 16.5 มีมูลค่าการลงทุนระหว่าง 1,000,001 ถึง 3,000,000 บาท ลำดับถัดไปร้อยละ 9.8 มีมูลค่าการลงทุน 200,001-500,000 บาท และร้อยละ 9.5 มีมูลค่าการลงทุน 500,001-1,000,000 บาทตามลำดับ ซึ่งมีลักษณะการผันแปรของมูลค่าการลงทุนมากและน้อย เช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายเดียว โดยเฉลี่ยทั้งหมดแล้วผู้ผลิต OTOP ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีมูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรประมาณ 1,216,395.88 บาท

สำหรับ SMEs ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 59.1 มีการลงทุนที่มีมูลค่ามากกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไป รองลงมาร้อยละ 27.3 เป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนระหว่าง 3 ถึง 5 ล้านบาท แสดงถึงธุรกิจ OTOP ที่เป็น SMEs เป็นประเภท OTOP ที่มีเงินลงทุนค่อนข้างสูงกว่า OTOP ประเภทรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชน โดยเฉลี่ย SMEs มีเงินลงทุนเฉลี่ยประมาณ 1,808,619.47 ล้านบาท

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนระหว่างผู้ประกอบการรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs จะเห็นว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนจะมีสัดส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่ำกว่า 100,000 บาท ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายเดียวอย่างชัดเจน (กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 31.5/รายเดียวร้อยละ 16.3) ในขณะที่มูลค่าการลงทุน 1,000,000-3,000,000 บาท ผู้ประกอบการรายเดียวสูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนอย่างชัดเจน (รายเดียวร้อยละ 24.7 / กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 16.5) และมูลค่าการลงทุน 3,000,000 บาทขึ้นไป ผู้ประกอบการ รายเดียวสูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนอย่างชัดเจนเช่นกัน (ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 24.7 / กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 10.1) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 48.9 มีมูลค่าการลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาท ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 58.8 มีมูลค่าการลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาท แสดงให้เห็น



ว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก แต่เมื่อเทียบกับ SMEs ส่วนใหญ่มีมูลค่าการลงทุนที่ค่อนข้างสูงกว่าผู้ประกอบการรายเดี่ยวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชน (ตารางที่ 8-4)

ตารางที่ 8-4 จำนวนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของกิจการทั้งหมด ณ ปัจจุบันและตามลักษณะของกิจการ
หน่วย : ร้อยละ

จำนวนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของราย เดี่ยว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
น้อยกว่า 100,000 บาท	16.3	31.5	-	26.3
จำนวน 100,001-200,000 บาท	8.4	8.0	-	8.1
จำนวน 200,000-500,000 บาท	10.7	9.8	-	10.1
จำนวน 500,001-1,000,000 บาท	13.5	9.5	4.5	10.9
จำนวน 1,000,001-3,000,000 บาท	24.7	16.5	4.5	19.4
จำนวน 3,000,001-5,000,000 บาท	10.7	6.1	27.3	7.7
มากกว่า 5,000,000 บาท	14.0	4.0	59.1	7.5
ไม่แสดงความคิดเห็น	1.7	14.7	4.5	10.1
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0
เฉลี่ยจำนวนเงินลงทุนต่อราย (บาท)	3,282,337.79	1,211,894.40	1,808,619.47	2,021,249.55

4.2 ประเภททรัพย์สินถาวรที่ถือครอง

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเฉลี่ยต่อราย 2,974,270.2 บาท โดยทรัพย์สินถาวรที่ลงทุน ได้แก่ ค่าที่ดินและปรับปรุงที่ดิน (เฉพาะส่วนที่นำมาใช้ในการทำธุรกิจ OTOP) จำนวน 1,945,213.49 บาท (ร้อยละ 56.55) ค่าอาคาร สิ่งปลูกสร้าง และระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ CCTV รั้ว ถนน แท็งค์น้ำ จำนวน 333,309.0 บาท (ร้อยละ 9.69) ค่าเครื่องจักรที่ใช้ในกิจการผลิตสินค้า OTOP จำนวน 143,702.2 บาท (ร้อยละ 4.18) ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการ จำนวน 148,885.4 บาท (ร้อยละ 4.33) ค่ายานพาหนะ จำนวน 330,359.6 บาท (ร้อยละ 9.60) ค่าลงทุนจัดทำระบบมาตรฐานต่างๆ เช่น GMP HACCP จำนวน 1,314.61บาท (ร้อยละ 0.04) และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ จำนวน 71,486.0 บาท (ร้อยละ 2.08) และมีเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยต่อรายอีกเท่ากับ 465,418.2 บาท รวมทั้งลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและเงินทุนหมุนเวียนเท่ากับ 3,439,688.4 บาท

สำหรับผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจ ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเฉลี่ยต่อราย 1,030,607.6 บาท โดยทรัพย์สินถาวรที่ลงทุน ได้แก่ ค่าที่ดิน จำนวน 560,787.5 บาท (ร้อยละ 43.03) ค่าอาคาร สิ่งปลูกสร้าง และระบบสาธารณูปโภคจำนวน 139,532.1 บาท (ร้อยละ 10.71) ค่าเครื่องจักรผลิตสินค้าจำนวน 62,810.4 บาท (ร้อยละ 4.82) ค่าเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการ 103,193.3 บาท (ร้อยละ 7.92) ค่ายานพาหนะ จำนวน 142,914.4 บาท (ร้อยละ 10.97) ค่าลงทุนจัดทำระบบมาตรฐาน



ต่างๆ จำนวน 3,085.6 บาท (ร้อยละ 0.24) และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ จำนวน 18,284.4 บาท (ร้อยละ 1.40) สำหรับเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยต่อรายเท่ากับ 272,623.8 บาท รวมเป็นเงินลงทุนทั้งหมดเท่ากับ 1,303,231.4 บาท

ส่วน SMEs มียอดเงินลงทุนสินทรัพย์ถาวรค่อนข้างสูงเฉลี่ยต่อรายถึง 17,334,545.5 บาท ประกอบด้วยที่ดิน 6,540,909.1 บาท อาคารสิ่งปลูกสร้าง 5,652,272.7 บาท เครื่องจักร 2,474,090.9 บาท เครื่องมือและอุปกรณ์ 508,181.8 บาท ค่ายานพาหนะ 2,065,909.1 บาท ค่าจัดทำระบบมาตรฐาน 36,363.6 บาท และทรัพย์สินอื่นๆ 56,818.2 บาท คิดเป็นสัดส่วนเมื่อเทียบกับทรัพย์สินรวมทั้งหมด เป็นร้อยละ 31.35 27.09 11.86 2.44 9.90 และ 0.27 ตามลำดับ และมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อดำเนินกิจการเฉลี่ย 3,528,636.4 บาท รวมทั้งหมดแล้วมีทรัพย์สินเป็นมูลค่า 20,863,181.8 บาท (ตารางที่ 8-5)



**ตารางที่ 8-5 สินทรัพย์ถาวรและเงินทุนหมุนเวียนทั้งหมดของกิจการโดยเฉลี่ยจำแนกตามประเภท/
ลักษณะของกิจการ**

หน่วย : บาท

รายการเงินลงทุน	จำนวนเงินลงทุน(เฉลี่ยต่อราย)		
	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของ รายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs
1) ที่ดิน (เฉพาะที่ดินที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์และเฉพาะส่วนที่นำมาใช้เพื่อประกอบธุรกิจ รวมทั้งส่วนที่ต้องเสียค่าเช่าสิทธิ์ระยะยาว และค่าปรับปรุงที่ดินเพื่อให้สามารถนำมาก่อสร้างหรือใช้ประโยชน์ในกิจการ OTOP)	1,945,213.5 56.55%	560,787.5 43.03%	6,540,909.1 31.4%
2) ค่าอาคารสิ่งปลูกสร้าง และระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ CCTV รั้ว ถนน แอ่งน้ำ เป็นต้น	333,309.0 9.69%	139,532.1 10.71%	5,652,272.7 27.1%
3) ค่าเครื่องจักรที่ใช้ในกิจการ(เฉพาะกรณีที่เป็นเจ้าของเครื่องจักร หรือซื้อแบบเช่าซื้อ เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าซื้อแล้วกรรมสิทธิ์ตกเป็นของ ผู้ซื้อและใช้ในกิจการ OTOP)	143,702.2 4.18%	62,810.4 4.82%	2,474,090.9 11.9%
4) ค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในกิจการ (เฉพาะที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ประกอบการและใช้ในกิจการ OTOP)	148,885.4 4.33%	103,193.3 7.92%	508,181.8 2.4%
5) ค่ายานพาหนะทุกประเภทที่ใช้เพื่อการประกอบกิจการ (เฉพาะที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือซื้อแบบเช่าซื้อและใช้ในกิจการ OTOP)	330,359.6 9.60%	142,914.4 10.97%	2,065,909.1 9.9%
6) ค่าจัดทำระบบมาตรฐานต่าง ๆ เช่น GMP, HACCP	1,314.6 0.04%	3,085.6 0.24%	36,363.6 0.2%
7) สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ เพื่อกิจการ OTOP เช่นเครื่องบดเก้าที่เลิกใช้แล้ว เครื่องหมายการค้า จักรอุตสาหกรรม ตู้โชว์ อุปกรณ์ตู้ปลา เป็นต้น	71,486.0 2.08%	18,284.4 1.40%	56,818.2 0.3%
รวมทรัพย์สินถาวร	2,974,270.2 86.47%	1,030,607.6 79.08%	17,334,545.5 83.1%
8) เงินทุนหมุนเวียนเพื่อกิจการ OTOP	465,418.2 13.53%	272,623.8 20.92%	3,528,636.4 16.9%
รวม 1) – 8)	3,439,688.4 100.0%	1,303,231.4 100.0%	20,863,181.8 100.0%

4.3 การถือครองที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่ผู้ประกอบการ OTOP นำมาใช้ในการผลิตนั้น ผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 73.6 เป็นผู้ประกอบการที่ได้ถือครองที่ดินและสิ่งปลูกสร้างโดยมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างดังกล่าว ในขณะที่อีกร้อยละ 26.4 เป็นการครอบครองใช้ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในธุรกิจโดยที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ ซึ่งการมีหรือไม่มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนี้ ส่วนหนึ่งอาจมีผลเชื่อมโยงต่อการเข้าถึงสินเชื่อเพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนหรือเงินหมุนเวียนได้อีกด้วยเช่นกัน

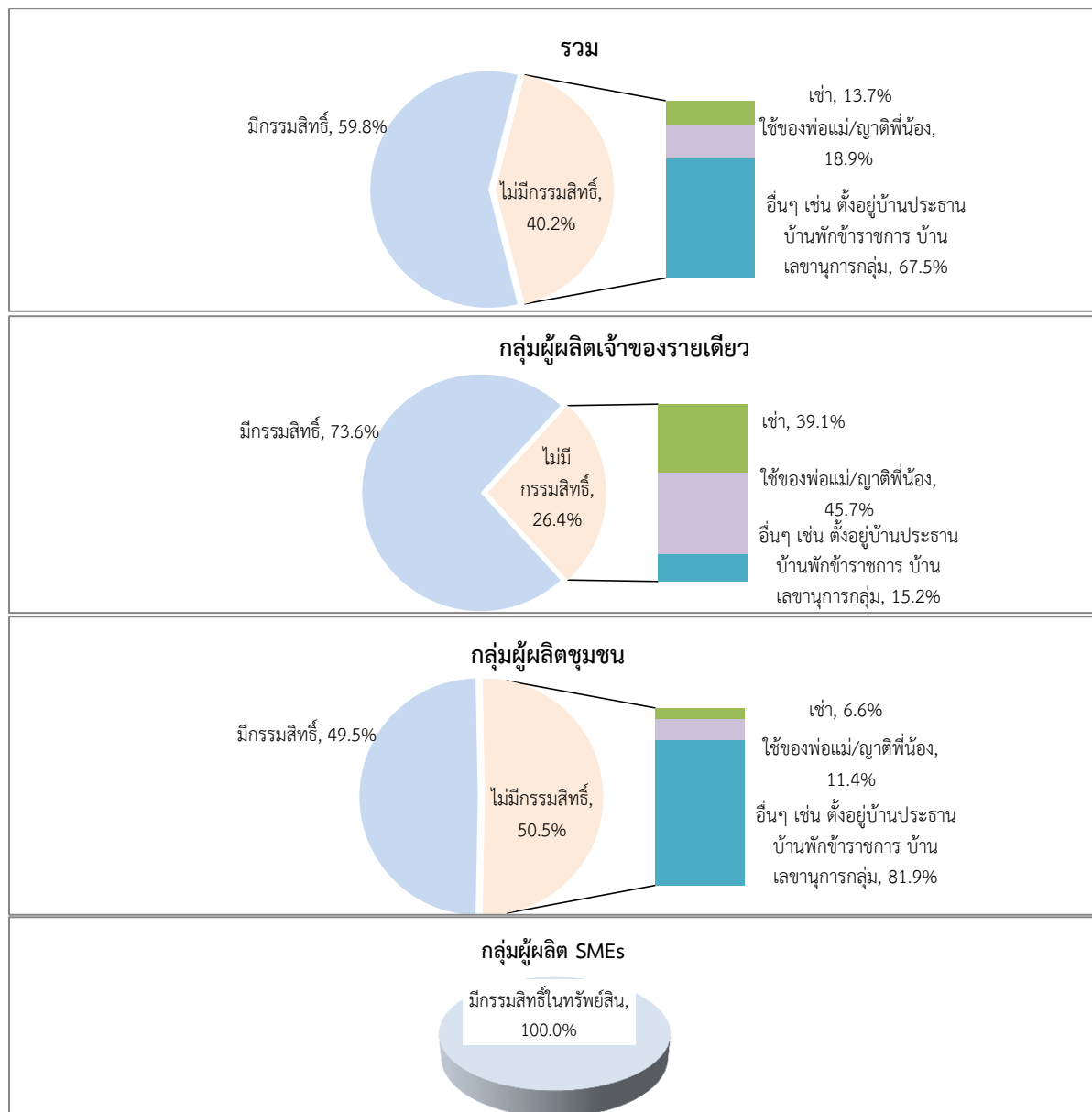


กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีโครงสร้างกรรมสิทธิ์ในการถือครองทรัพย์สินที่ต่างจากรายเดี่ยว กล่าวคือมีร้อยละ 49.4 ที่มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่ครอบครองใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ส่วนอีกร้อยละ 50.6 เป็นการถือครองโดยไม่มีกรรมสิทธิ์

ส่วน SMEs การถือครองทรัพย์สินเป็นการถือครองโดยมีกรรมสิทธิ์ทั้งหมด (แผนภาพที่ 8-14)

การใช้ทรัพย์สินโดยไม่มีกรรมสิทธิ์นี้ วิสาหกิจรายเดี่ยวส่วนใหญ่เป็นการใช้ทรัพย์สินของญาติพี่น้อง และหรือการเช่าทรัพย์สิน ส่วนกรณีกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป็นการใช้ทรัพย์สินของประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม หรือสถานที่ราชการ เป็นต้น

แผนภาพที่ 8-14 ร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามประเภทการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้างหลักที่ใช้ในการประกอบกิจการ และตามลักษณะของกิจการ





4.4 แหล่งที่มาของเงินทุน

ผู้ประกอบการรายเดียวมีเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการ OTOP ทั้งหมดโดยเฉลี่ย จำนวน 3,439,688.40 บาท โดยแหล่งที่มาของเงินทุนที่ผู้ประกอบการรายเดียว ใช้ในการลงทุนประกอบด้วย แหล่งเงินทุนต่างๆ ดังนี้ 1) แหล่งที่มาที่เป็นเงินกู้ จำนวน 350,449.44 บาท (ร้อยละ 10.19) ประกอบด้วย เงินกู้จากสถาบันการเงิน / สหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวน 331,516.85 บาท (ร้อยละ 9.64) เงินกู้จากที่มีใช้ สถาบันการเงิน เช่น เงินกู้ยืมระบบ หรือกู้ยืมจากญาติพี่น้อง จำนวน 7,415.73 บาท (ร้อยละ 0.22) เงินกู้ยืม จากกองทุนหมู่บ้าน หรือกองทุน SML จำนวน 11,516.85 บาท (ร้อยละ 0.33) 2) ส่วนแหล่งที่มาเงินทุนจาก เจ้าของ หรือกำไรสะสม จำนวน 3,089,238.97 บาท (ร้อยละ 89.81 ของเงินลงทุนทั้งหมด) ประกอบด้วย เงินทุนจากเจ้าของหรือหุ้นส่วน จำนวน 2,609,803.94 บาท (ร้อยละ 75.87) เงินลงทุนจากกำไรสะสม (retain earning) จำนวน 476,963.12 บาท (ร้อยละ 13.87) และจากแหล่งที่มาอื่นๆ อีกจำนวน 2,471.91 บาท (ร้อยละ 0.07) แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายเดียวมีแหล่งที่มาของเงินทุนหลากหลาย โดยเฉพาะใน ส่วน เงินกู้ยืมสามารถกู้ยืมได้ทั้งในระบบและนอกระบบ รวมทั้งจากโครงการความช่วยเหลือของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม เงินทุนส่วนใหญ่ร้อยละ 89.81 เป็นเงินทุนของตนเอง ส่วนการกู้ยืมมีประมาณร้อยละ 10.19

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการ OTOP ทั้งหมดโดยเฉลี่ย จำนวน 1,303,231.41 บาท โดยแหล่งที่มาของเงินทุนที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจ ใช้ในการลงทุนประกอบด้วย แหล่งเงินทุนต่างๆ ดังนี้ 1) แหล่งที่มาที่เป็นเงินกู้ จำนวน 228,960.24 บาท (ร้อยละ 17.57) ประกอบด้วยเงินกู้ จากสถาบันการเงิน/สหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวน 213,302.75 บาท (ร้อยละ 16.37) เงินกู้จากที่มีใช้สถาบัน การเงิน จำนวน 5,198.78 บาท (ร้อยละ 0.40) เงินกู้ยืมจากกองทุนหมู่บ้าน หรือกองทุน SML จำนวน 10,458.71 บาท (ร้อยละ 0.80) 2) แหล่งที่มาจากเจ้าของหรือกำไรสะสมหรืออื่นๆ จำนวน 1,074,271.16 บาท (ร้อยละ 82.43) ประกอบด้วยเงินทุนจากสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 854,275.44 บาท (ร้อยละ 65.55) เงินจาก กำไรสะสม จำนวน 211,307.65 บาท (ร้อยละ 16.21) และจากแหล่งที่มาอื่นๆ อีก จำนวน 8,688.07 บาท (ร้อยละ 0.67) แสดงให้เห็นว่า แหล่งที่มาของเงินทุนของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจมีลักษณะ เช่นเดียวกับ OTOP ประเภทรายเดียว โดยมีสัดส่วนที่เป็นเงินทุนของตนเองร้อยละ 82.43 และกู้ยืมอีก ร้อยละ 17.57

ส่วน SMEs มีแหล่งเงินทุนที่เป็นทุนของตนเองเฉลี่ยประมาณ 16,004,090.91 บาท และทุนจากการกู้ยืม 4,859,090.91 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.71 และ 23.29 ตามลำดับ โดยมีส่วนของ เงินกู้จากสถาบันการเงินประมาณ 4,813,636.36 บาทหรือประมาณร้อยละ 23.07 ของที่มาของเงินทุน ทั้งหมดซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมากกว่ารายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชน (ตารางที่ 8-6)



ตารางที่ 8-6 แหล่งที่มาของเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการ OTOP จำแนกตามประเภท/ลักษณะของกิจการ

หน่วย : บาท

แหล่งที่มาของเงินทุน	จำนวนเงิน		
	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs
1) เงินกู้จากสถาบันการเงิน / สหกรณ์ออมทรัพย์	331,516.9 9.64%	213,302.8 16.37%	4,813,636.4 23.1%
2) เงินกู้ธนาคาร / เงินกู้จากญาติพี่น้อง	7,415.7 0.22%	5,198.8 0.40%	45,454.5 0.2%
3) กองทุนหมู่บ้าน / กองทุน SML	11,516.9 0.33%	10,458.7 0.80%	-
รวม 1) – 3)	350,449.4 10.19%	228,960.2 17.57%	4,859,090.9 23.3%
4) เงินทุนที่เจ้าของหรือหุ้นส่วนเก็บออมไว้	2,609,803.9 75.87%	854,275.4 65.55%	10,003,636.4 47.9%
5) เงินกำไรจากการดำเนินธุรกิจ OTOP ในปีที่ลงทุนหรือ ผ่านมา	476,963.1 13.87%	211,307.6 16.21%	5,968,636.4 28.6%
6) อื่นๆ ได้แก่ กรรมการพัฒนาชุมชน กองทุนสตรี ธนาคาร SME เป็นต้น	2,471.9 0.07%	8,688.1 0.67%	31,818.2 0.2%
รวม 4) – 6)	3,089,239.0 89.81%	1,074,271.2 82.43%	16,004,090.9 76.7%
รวม 1) – 6)	3,439,688.4 100.0%	1,303,231.4 100.0%	20,863,181.8 100.0%

4.5 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน

ค่าของอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (debt to equity ratio; D/E ratio) ถือว่าเป็นค่าพื้นฐานที่สำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นค่าที่บ่งบอกถึงความเสี่ยงทางการเงินของธุรกิจว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีค่าสูงถือว่ามีความเสี่ยงมาก ในกรณีทั่วไปจะใช้ค่า D/E ratio ที่ 2 เท่า อย่างไรก็ตามในกรณีของธุรกิจ OTOP ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือเล็กมาก และมีกระแสเงินสดที่ไม่ได้ต่อเนื่องตลอดปี ไม่ควรที่จะมีความเสี่ยงทางการเงินมากนัก ดังนั้นค่า D/E ratio ที่เหมาะสมจึงควรที่จะมีค่าต่ำกว่าค่าที่ใช้ทั่วไป เช่น อาจควรอยู่ระหว่าง 1-1.5 เป็นต้น

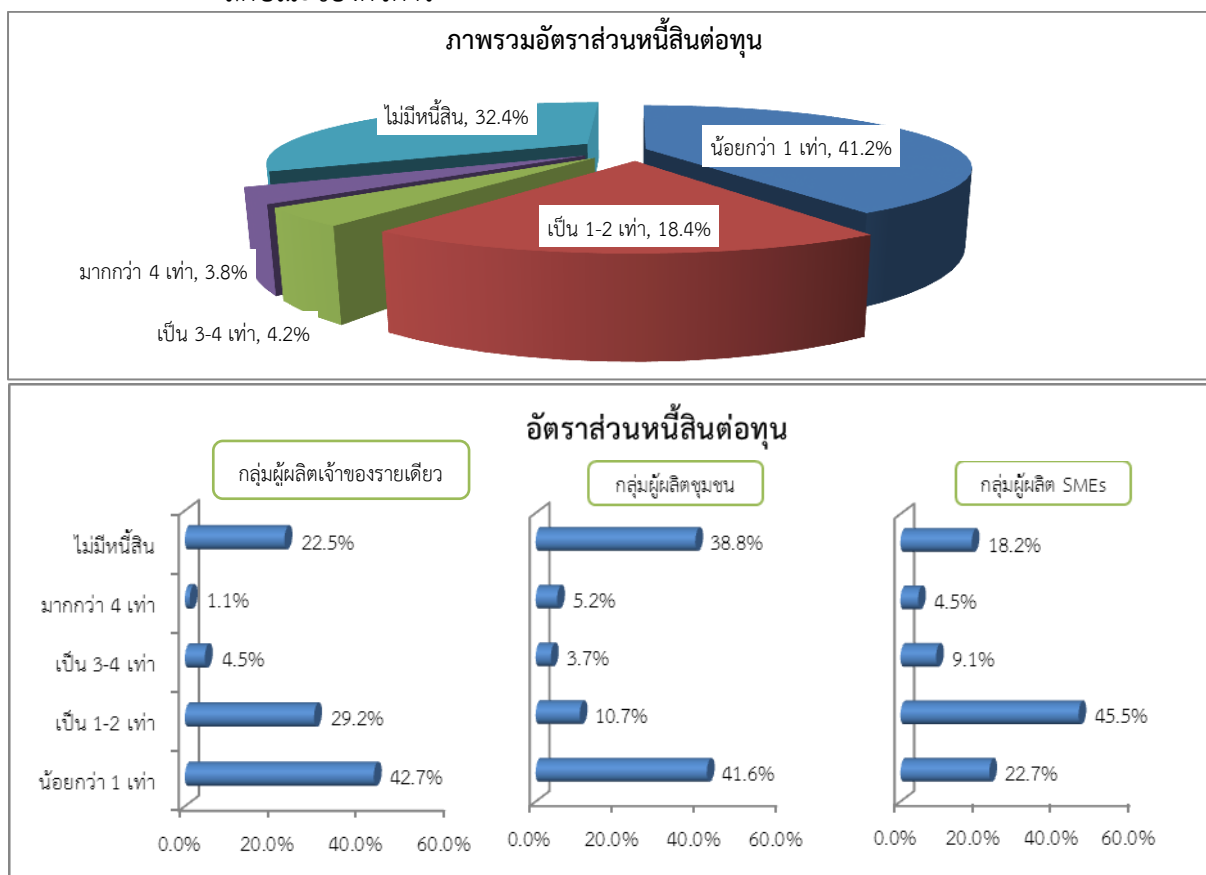
ผู้ประกอบการรายเดี่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 42.7 ทำธุรกิจโดยมีสถานะอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอัตราค่อนข้างต่ำ น้อยกว่า 1 เท่า และร้อยละ 29.2 มีอัตราหนี้สินต่อทุน 1-2 เท่า ในขณะที่ร้อยละ 5.6 มีค่าหนี้สินต่อทุนมากกว่า 3 เท่าขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าโดยรวมผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีความเสี่ยงทางการเงินไม่สูงนัก มีเพียงส่วนน้อยที่มีความเสี่ยงทางการเงินสูง



ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 41.6 มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอัตราน้อยกว่า 1 เท่า และร้อยละ 10.7 มีอัตราหนี้สินต่อทุน 1-2 เท่า ในขณะที่ร้อยละ 8.9 มีค่าหนี้สินต่อทุนมากกว่า 3 เท่าขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าโดยรวมกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีความเสี่ยงทางการเงินไม่สูงนัก อย่างไรก็ตามมีถึงประมาณร้อยละ 8.9 ที่เป็น OTOP ประเภทกลุ่มวิสาหกิจที่อาจมีความเสี่ยงทางการเงินสูงค่อนข้างสูงพอสมควร

สำหรับ OTOP ประเภท SMEs นั้น ประมาณร้อยละ 41.2 ที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอัตราน้อยกว่า 1 เท่า และประมาณร้อยละ 8.0 ที่มีค่าหนี้สินต่อทุนมากกว่า 3 เท่าขึ้นไป (แผนภาพที่ 8-15)

แผนภาพที่ 8-15 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามระดับอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน และลักษณะของกิจการ



4.6 การเติบโตของทรัพย์สินถาวร

ผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 92.1 ระบุว่าธุรกิจของตนเองมีขนาดของทรัพย์สินที่เติบโตขึ้นนับตั้งแต่เมื่อเริ่มต้นธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน ในขณะที่ร้อยละ 6.2 มีความเห็นว่ามีทรัพย์สินเท่าเดิม และอีกร้อยละ 5.1 มีความเห็นว่ามีทรัพย์สินของธุรกิจของตนเองลดลง ซึ่งในส่วนของผู้ที่ตอบว่ามีทรัพย์สินเพิ่มขึ้นนั้น ร้อยละ 30.9 มีความเห็นว่ามีทรัพย์สินเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 จากปีแรกเมื่อต้นธุรกิจ ร้อยละ 40.4 เห็นว่าทรัพย์สินของตนเองเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 26-100 และอีกร้อยละ 20.8 มีอัตราเพิ่มของทรัพย์สินมากกว่าร้อยละ 100 หรือมากกว่า 1 เท่าตัวขึ้นไป โดยเฉลี่ยทั้งหมดแล้วมีทรัพย์สินเพิ่มขึ้นทั้งหมดประมาณ 1.6 เท่า

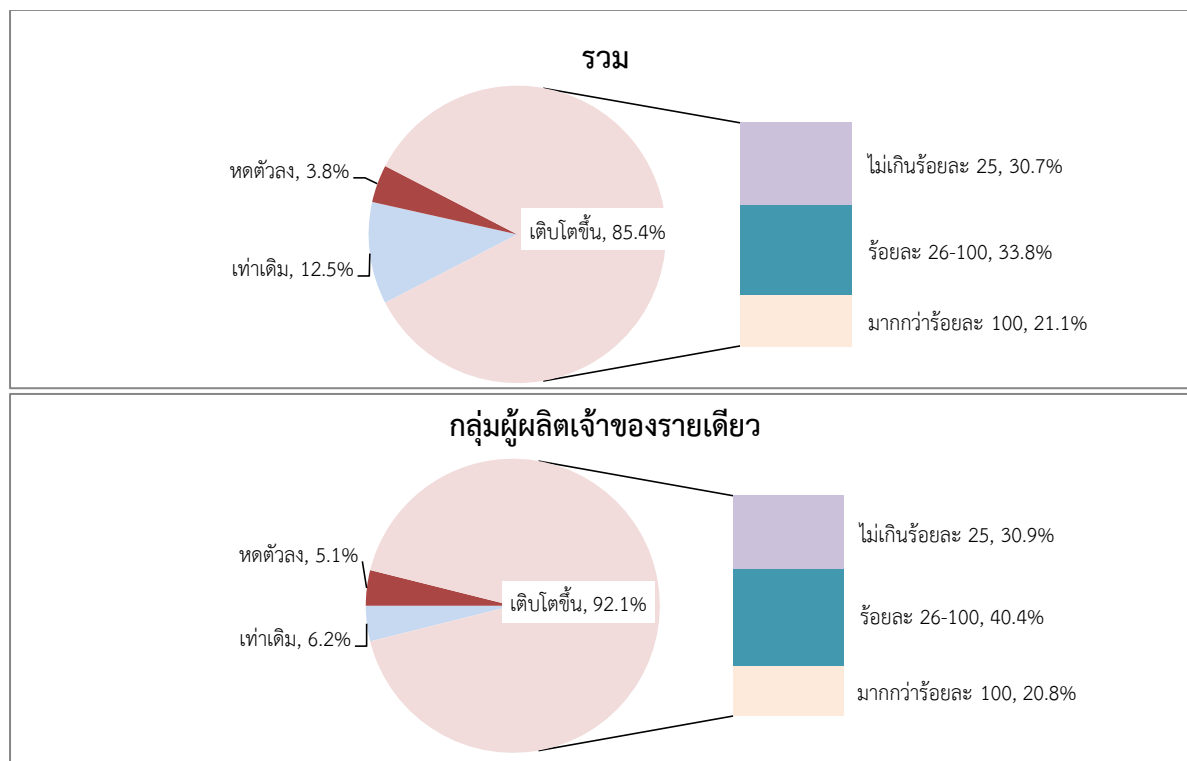


นับจากเมื่อเริ่มต้นธุรกิจมาจนถึงปัจจุบันแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายเดียว โดยส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จค่อนข้างดีระดับหนึ่งเมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดด้านการเติบโตของทรัพย์สิน

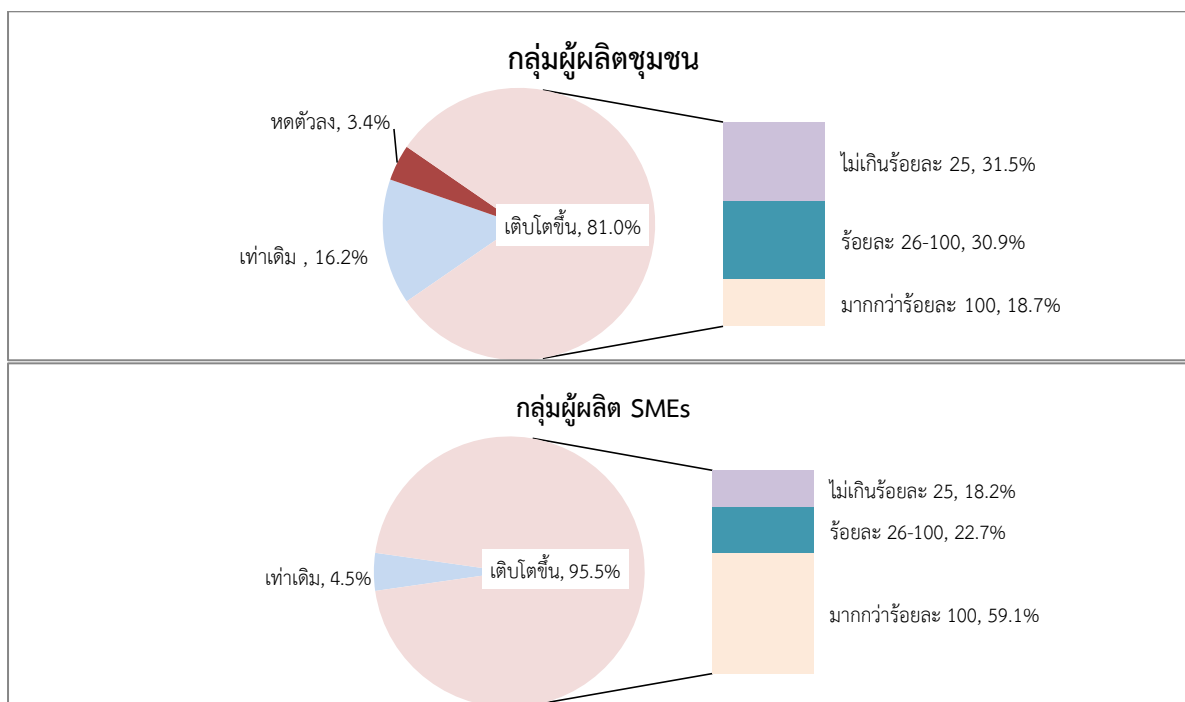
สำหรับกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 81.0 ระบุว่าทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.2 มีความเห็นว่าทรัพย์สินของธุรกิจของตนเท่าเดิม และอีกร้อยละ 3.4 มีทรัพย์สินลดลง ซึ่งส่วนของผู้ที่ตอบว่ามีทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้นนั้น ร้อยละ 31.5 เพิ่มขึ้นในอัตราไม่เกินร้อยละ 25 ร้อยละ 30.9 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 26-100 และร้อยละ 18.7 มีทรัพย์สินเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 เท่าตัวขึ้นไป นับจากเมื่อเริ่มต้นธุรกิจมาจนถึงปัจจุบันแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจ โดยส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกับรายเดียวเมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดด้านการเติบโตของทรัพย์สิน

ส่วน SMEs ประมาณร้อยละ 95.5 ของผู้ตอบทั้งหมด มีความเห็นว่าทรัพย์สินของตนเองเติบโตเพิ่มขึ้น มีเพียงส่วนน้อยเพียงร้อยละ 4.5 ที่เห็นว่าทรัพย์สินของตนเองเท่าเดิม และไม่มีรายใดที่มีทรัพย์สินลดลงเมื่อเริ่มจากปีแรกๆ ที่ตั้งต้นดำเนินงานธุรกิจ OTOP

แผนภาพที่ 8-16 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามระดับการเปลี่ยนแปลงของทรัพย์สินถาวร และตามลักษณะของกิจการ



แผนภาพที่ 8-16 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามระดับการเปลี่ยนแปลงของทรัพย์สินถาวร และตามลักษณะของกิจการ (ต่อ)



4.7 สถานภาพของการมีทรัพย์สินทางปัญญาของวิสาหกิจ OTOP

ความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจ OTOP ในอีกด้านหนึ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน และอาจมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวอีกด้วยเช่นกันคือ การมีทรัพย์สินทางปัญญาและควรเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้มีการจดทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อความคุ้มครองในการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ทรัพย์สินทางปัญญาของธุรกิจ OTOP ที่สำคัญนอกจากเป็นเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น แล้ว ยังมีทรัพย์สินที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งคือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่ค่อนข้างเหมาะสมกับการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 64.0 ระบุว่าธุรกิจของตนเองยังไม่มีทรัพย์สินทางปัญญา และอีกร้อยละ 36.0 ระบุว่า มี ซึ่งในจำนวนที่ระบุว่า มีนี้ สามารถจำแนกได้เป็นทรัพย์สินประเภทตราสินค้าร้อยละ 84.4 เมื่อเทียบกับวิสาหกิจผู้มีทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมด สิทธิบัตรร้อยละ 7.8 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอื่นๆ เช่น ลิขสิทธิ์ เป็นต้นอีกร้อยละ 10.9

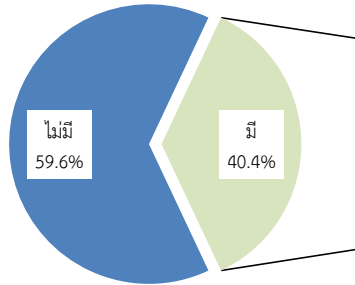
กลุ่มผู้ผลิตชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจ ร้อยละ 42.5 ระบุว่า มีทรัพย์สินทางปัญญา ขณะที่ร้อยละ 57.5 ระบุว่าไม่มีทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีนั้น ร้อยละ 96.4 เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทตราสินค้า ร้อยละ 7.2 เป็นสิทธิบัตร ร้อยละ 2.2 เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และร้อยละ 7.2 เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

ส่วน SMEs ร้อยละ 54.5 ระบุว่าไม่มีทรัพย์สินทางปัญญา ในขณะที่ร้อยละ 45.5 ระบุว่า มีทรัพย์สินทางปัญญา โดยที่ร้อยละ 80.0 เป็นตราสินค้าและอีกร้อยละ 20.0 เป็นสิทธิบัตร (แผนภาพที่ 8-17)



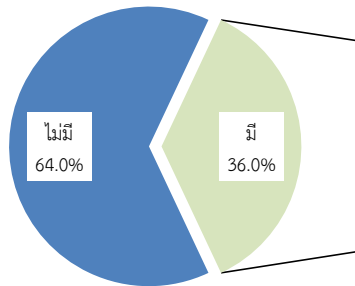
แผนภาพที่ 8-17 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามสถานภาพการมีทรัพย์สินทางปัญญาและลักษณะของกิจการ

ภาพรวมสถานภาพการมีทรัพย์สินทางปัญญา



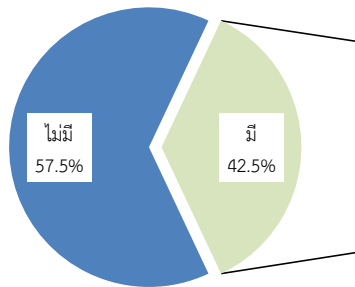
ตราสินค้า	92.0%
สิทธิบัตร	8.0%
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	3.3%
ทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆเช่นเครื่องหมายการค้า เปลือกไข่ ลิขสิทธิ์ลายผ้า ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น	8.5%

สถานภาพการมีทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว



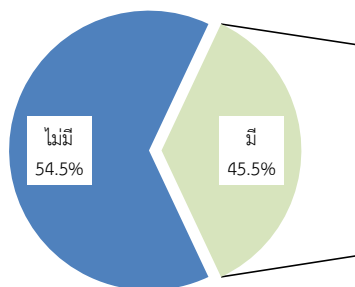
ตราสินค้า	84.4%
สิทธิบัตร	7.8%
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	6.3%
ทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆเช่นเครื่องหมายการค้า เปลือกไข่ ลิขสิทธิ์ลายผ้า ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น	10.9%

สถานภาพการมีทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน



ตราสินค้า	96.4%
สิทธิบัตร	7.2%
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	2.2%
ทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆเช่นเครื่องหมายการค้า เปลือกไข่ ลิขสิทธิ์ลายผ้า ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น	7.2%

สถานภาพการมีทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มผู้ผลิต SMEs



ตราสินค้า	80.0%
สิทธิบัตร	20.0%
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	-
ทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆเช่นเครื่องหมายการค้า เปลือกไข่ ลิขสิทธิ์ลายผ้า ทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่น	10.0%



ตารางที่ 8-7 จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาและลักษณะของกิจการ

ทรัพย์สินทางปัญญาของกิจการ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
จำนวนตราสัญลักษณ์ (หน่วย : ตราสินค้า)	66	141	12	219
จำนวนสิทธิบัตร (หน่วย : สิทธิบัตร)	4	15	3	22
จำนวนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (หน่วย : สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)	5	7	0	12
จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ (หน่วย : จำนวนทรัพย์สินทางปัญญา)	9	20	1	30

4.8 สถานภาพของการได้รับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และหรือมาตรฐานของกิจการ

เรื่องของมาตรฐานทั้งมาตรฐานผลิตภัณฑ์และมาตรฐานกิจการหรือการบริหารจัดการ เป็นเรื่องที่สำคัญ และเป็นแนวทางการพัฒนา OTOP ในระดับแรกๆ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจ OTOP สามารถเติบโตและยั่งยืนได้ในระยะยาว โดยหลักการของการกำหนดใช้มาตรฐานทั้งผลิตภัณฑ์และระบบ การจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ มาตรฐานบังคับตามที่กฎหมายกำหนดและมาตรฐานประเภทสมัครใจ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานประเภทสมัครใจ เป็นมาตรฐานโดยเฉพาะที่สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดขึ้นมาภายใต้นโยบายของ กอ.นตผ. เพื่อใช้กับสินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ OTOP หรือวิสาหกิจชุมชน ส่วนมาตรฐานประเภทบังคับนั้นเป็นมาตรฐานที่สินค้าหรือผู้ผลิต จำเป็นต้องมี ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ต้องการความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นต้น ตัวอย่างมาตรฐานภาคบังคับ เช่น GMP (ส่วนใหญ่ใช้กับอาหาร) หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เป็นต้น สำหรับเครื่องหมายอาหารและยา (อย.) นั้น โดยแท้จริงแล้วไม่ใช่มาตรฐาน แต่เป็นการแสดงให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าสินค้าดังกล่าวซึ่งได้แก่ สินค้าจำพวกอาหาร ยา เวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง ได้รับการรับรองโดยคณะกรรมการอาหารและยามีคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัย มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ทั้งตัวสินค้าและกระบวนการผลิต เช่น ต้องผ่าน GMP แล้ว เป็นต้น

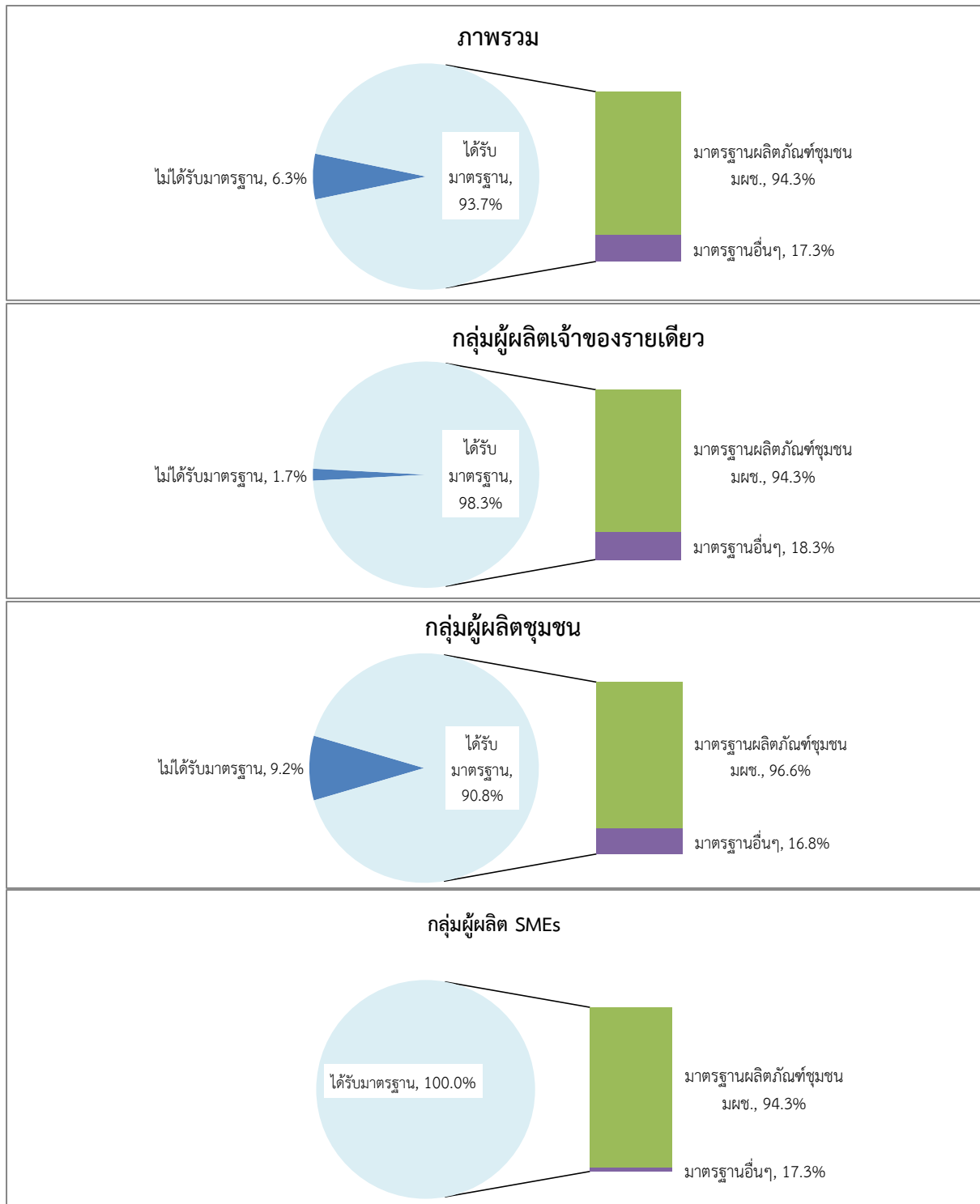
ผลจากการสำรวจผู้ประกอบการ OTOP ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับมาตรฐานเกือบทั้งสิ้น กล่าวคือผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 98.3 ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้ว ซึ่งมาตรฐานที่ได้รับนี้จำแนกออกเป็น ผู้ผลิตร้อยละ 94.3 ได้รับมาตรฐานเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้อยละ 18.3 เป็นมาตรฐานอื่นๆ (1 รายสามารถได้รับมากกว่า 1 มาตรฐาน) ซึ่งมาตรฐานอื่นๆ นี้ ร้อยละ 46.9 เป็น GMP ร้อยละ 6.3 เป็น HACCP ร้อยละ 71.9 เป็นมาตรฐานอื่นๆ แตกต่างกันไป เช่น GAP Primary GMP มาตรฐาน Q มาตรฐาน organic อาหารและยา (อย.) เป็นต้น

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 90.8 ได้รับมาตรฐานแล้ว (ทั้งผลิตภัณฑ์และหรือระบบ การบริหารจัดการ) โดยมาตรฐานที่ได้รับร้อยละ 96.6 เป็น มผช. และร้อยละ 16.8 ได้รับมาตรฐานอื่นๆ เช่น GMP (ร้อยละ 30.0) HACCP (ร้อยละ 4.0) และอื่นๆ คือ GAP Primary GMP มาตรฐาน Q มาตรฐาน organic และอาหารและยา (อย.) (ร้อยละ 90.0)



ผู้ผลิต OTOP ที่เป็น SMEs เป็นประเภทวิสาหกิจที่ทั้งหมดได้รับมาตรฐานแล้วทั้งหมด ในจำนวนนี้ร้อยละ 63.6 ได้รับมาตรฐาน มผช. ส่วนมาตรฐานอื่นๆ มีสัดส่วนที่เท่ากันคือประมาณร้อยละ 63.6 ที่ได้รับมาตรฐานอื่นๆ (แผนภาพที่ 8-18)

แผนภาพที่ 8-18 ร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพการได้รับมาตรฐานและลักษณะของกิจการ





ประเภทมาตรฐานอื่นๆที่ได้รับ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
GMP	46.9%	30.0%	71.4%	41.7%
HACCP	6.3%	4.0%	42.9%	10.4%
GAP	-	-	7.1%	1.0%
อื่นๆ เช่น, Primary GMP, มาตรฐาน Q และ ผลิตภัณฑ์ Organic, อย. เป็นต้น	71.9%	86.0%	64.3%	78.1%

4.9 การได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ดาว OTOP)

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นภารกิจหรือกิจกรรมที่สำคัญภารกิจหนึ่งของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังเห็นได้ว่าในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของ กอ.นตผ. ให้ทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์และคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ด้วย จุดมุ่งหมายของการคัดสรรคือเพื่อค้นหาสินค้าที่มีศักยภาพ มีคุณภาพ มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่ สามารถนำไปจำหน่ายในตลาดต่างๆได้ การคัดสรรดังกล่าวนี้ได้เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2546 และปีถัดมาในปี พ.ศ. 2547 หลังจากนั้นได้ทำต่อเนื่องมาทุก 2 ปี จนถึงปัจจุบัน

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 98.3 เคยได้รับการคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์หรือเคยได้รับเครื่องหมายสัญลักษณ์รูปดาว ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งระดับ 1 ถึง 5 ดาวส่วนที่เหลือร้อยละ 1.7 ยังไม่เคยได้รับการคัดสรร

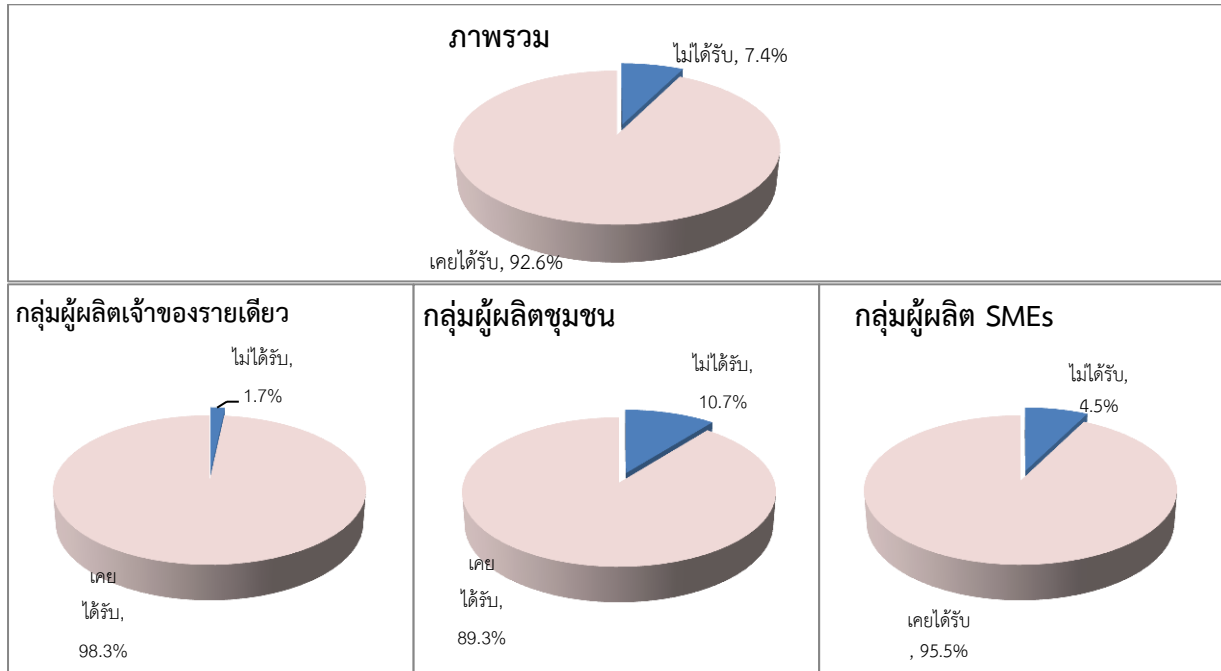
กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 89.3 เคยได้รับการคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10.7 ยังไม่เคยได้รับซึ่งค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายเดี่ยว

ส่วน SMEs ร้อยละ 95.5 เคยได้รับการคัดสรร และร้อยละ 4.5 ยังไม่เคยได้รับการคัดสรร

ในส่วนของผู้ที่เคยได้รับการคัดสรรนั้น ส่วนใหญ่เป็นการได้รับการคัดสรรในปี พ.ศ. 2555 รองลงมาเป็นการได้รับในช่วงเริ่มต้นโครงการมาจนถึงปี พ.ศ. 2553 ส่วนที่เหลือได้รับในปี พ.ศ. 2557 จึงอาจเป็นไปได้ว่าผลจากการดำเนินงานโครงการ OTOP ที่ผ่านมา มีส่วนสำคัญที่ทำให้ในระยะหลังๆ ได้รับความสำเร็จมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านของการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และอาจรวมถึงการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน ให้สูงยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน (แผนภาพที่ 8-19 และตารางที่ 8-8)



แผนภาพที่ 8-19 ร้อยละของจำนวนผู้ประกอบการจำแนกประเภทตามสถานะภาพการเคยได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP (ดาว) และลักษณะของกิจการ



ตารางที่ 8-8 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามปีที่เคยได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP (ดาว) และลักษณะของกิจการ

หน่วย : ราย

การได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP (ดาว)	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
ปีที่ได้รับ (ในกรณีที่เคยได้รับ)				
เริ่มต้น - 2554	49 28.2%	55 18.8%	7 33.3%	111 22.7%
2555	89 51.1%	188 64.2%	11 52.4%	288 59.0%
2556	24 13.8%	39 13.3%	3 14.3%	66 13.5%
2557	12 6.9%	11 3.8%	0 0.0%	23 4.7%
รวม	174 100.0%	293 100.0%	21 100.0%	488 100.0%

เมื่อแยกการพิจารณาระดับดาวที่เคยได้รับในอดีตจนถึงปัจจุบัน (1 ถึง 5 ดาว โดยที่ระดับ 5 ดาวคือระดับที่ดีมาก มีศักยภาพสูงสุด) จำแนกตามประเภทของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่ามีรายละเอียดดังนี้



1) สินค้าประเภทอาหาร

ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทรายเดี่ยว ร้อยละ 40.5 ได้รับคัดสรรระดับ 5 ดาว ร้อยละ 45.9 เป็นระดับ 4 ดาว ร้อยละ 8.1 ได้ระดับ 3 ดาว และร้อยละ 5.4 ได้รับ 2 ดาว (โดยทั่วไประดับ 3-5 ดาวถือว่าเป็นระดับที่ค่อนข้างดีถึงดีมาก จะได้รับการคัดเลือกนำไปแสดงและหรือจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดขึ้น ส่วนระดับ 1-2 ดาวคือ สินค้าที่ยังควรได้รับการพัฒนาต่อไป อาจสามารถจำหน่ายได้ในระดับท้องถิ่น)

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 36.5 ได้รับคัดสรรระดับ 5 ดาว ร้อยละ 32.7 ได้รับคัดสรรเป็นระดับ 4 ดาว ร้อยละ 19.2 ได้ระดับ 3 ดาว และร้อยละ 11.5 ได้รับ 2 ดาว

SMEs ร้อยละ 50.0 ได้รับระดับ 5 ดาว, ร้อยละ 37.5 ได้รับระดับ 4 ดาว และอีก ร้อยละ 12.5 ได้รับระดับ 3 ดาว

2) สินค้าประเภทเครื่องตี

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวทั้งหมดที่ทำการศึกษารับคัดสรรเป็นระดับ 4 ดาว ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 33.3 ที่ได้รับ 5 ดาว ร้อยละ 50.0 ได้รับ 4 ดาว ร้อยละ 8.3 ได้รับ 3 ดาว และอีก ร้อยละ 8.3 ได้รับ 2 ดาว ส่วน SMEs ร้อยละ 33.3 ได้รับระดับ 5 ดาว, ร้อยละ 50.0 ได้ระดับ 4 ดาว และอีก ร้อยละ 16.7 ได้รับระดับ 3 ดาว

3) สินค้าประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 30.4 ได้รับระดับ 5 ดาว ร้อยละ 56.5 ได้รับ 4 ดาว ร้อยละ 10.9 ได้รับระดับ 3 ดาว และอีกร้อยละ 2.2 ได้รับ 2 ดาว

ในทำนองเดียวกัน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 17.9 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 5 ดาว ร้อยละ 44.0 ได้รับในระดับ 4 ดาว และร้อยละ 20.2 และ 17.9 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 3 และ 2 ดาว ตามลำดับ

ส่วน SMEs มีจำนวนครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 50.0 ที่ได้รับระดับ 5 ดาว และอีกครึ่งหนึ่งได้รับระดับ 3 ดาว

4) สินค้าประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก

ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 12.2 27.0 และ 41.9 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 5 4 และ 3 ดาว ตามลำดับ และอีกร้อยละ 16.2 และ 2.7 ได้รับ ระดับ 2 และ 1 ดาว ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 6.8 21.1 และ 43.6 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 5 4 และ 3 ดาว ตามลำดับ และอีกร้อยละ 27.1 และ 1.5 ได้รับ 2 และ 1 ดาว ตามลำดับเช่นกัน

ธุรกิจ OTOP ประเภท SMEs มีจำนวนร้อยละ 33.3 หรือ 1/3 ที่ได้รับระดับ 5 ดาว และอีก 33.3 และร้อยละ 33.3 ในจำนวนที่เท่ากันได้รับระดับ 3 ดาว และ 2



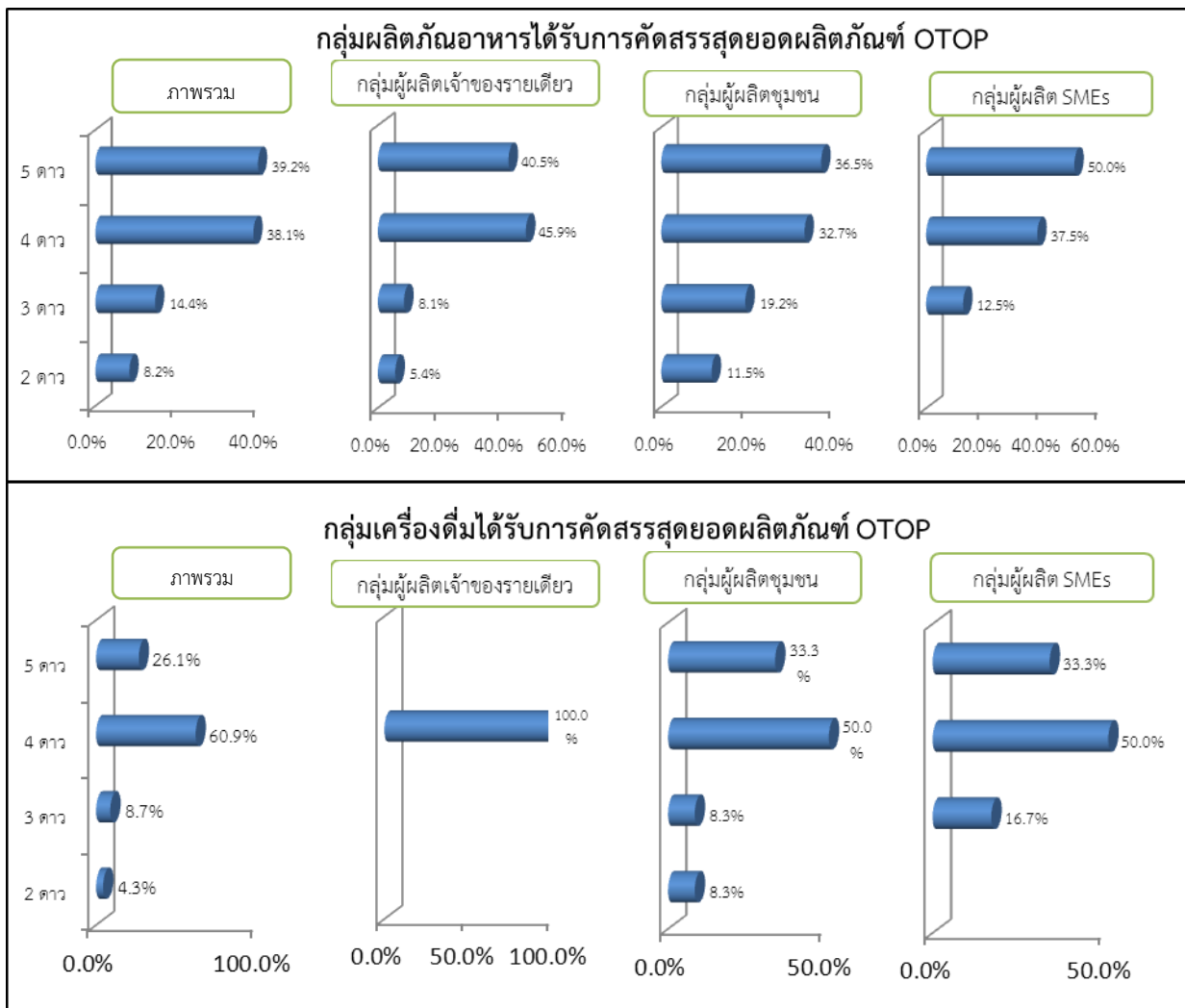
5) สินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

ผู้ประกอบการรายเดียวที่ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรที่มีใช่อาหาร พบว่า ร้อยละ 42.9 35.7 และ 21.4 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 5 4 และ 3 ดาว ตามลำดับ ไม่มีผู้ที่ได้ 2 ดาวและ 1 ดาว

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 46.2 30.8 และ 7.7 ได้รับการคัดสรรเป็นระดับ 5 4 และ 3 ดาวตามลำดับ และร้อยละ 15.4 ได้รับ 2 ดาว โดยไม่มีผู้ที่ได้รับ 1 ดาว

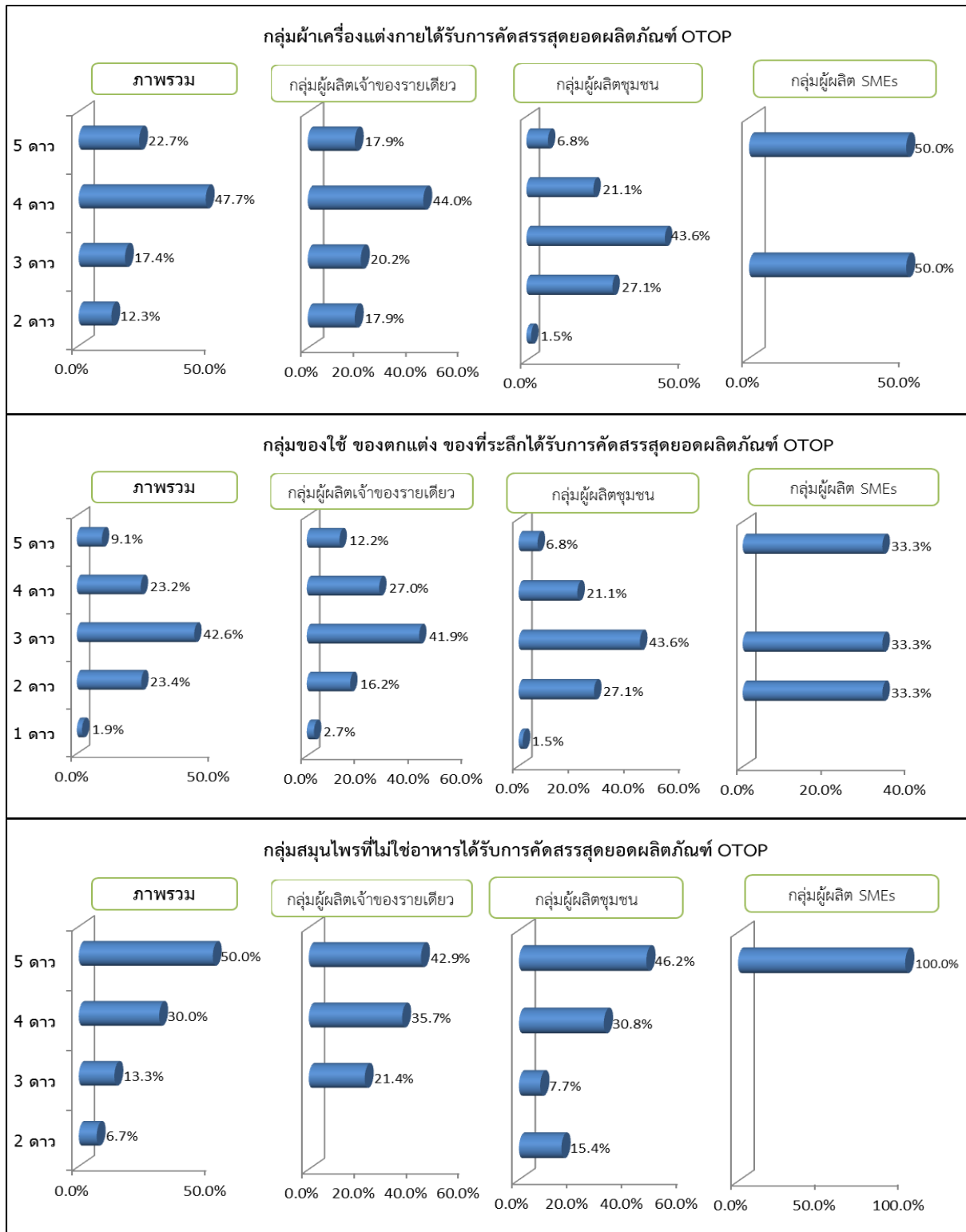
สำหรับ SMEs ที่ทำการผลิตอยู่ในกลุ่มสมุนไพรที่เป็นตัวอย่างในการสอบถามข้อมูล ทั้งหมดหรือร้อยละ 100 ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว (แผนภาพที่ 8-20)

แผนภาพที่ 8-20 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามสถานภาพการเคยได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP (ดาว) และลักษณะของกิจการ





แผนภาพที่ 8-20 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามสถานภาพการเคยได้รับการคัดสรร สุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP (ดาว) และลักษณะของกิจการ (ต่อ)





4.10 ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP

ช่องทางหลักที่ผู้ประกอบการ OTOP ใช้ในการจำหน่ายสินค้าของตนค่อนข้างที่จะมีแนวโน้มคล้ายกันระหว่างผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs โดยที่ช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ได้กระจายไปยังช่องทางต่างๆ เกือบทุกช่องทางที่ไม่แตกต่างกันอย่างโดดเด่นมากนัก กล่าวคือในแต่ละช่องทางส่วนใหญ่มียอดจำหน่ายอยู่ระหว่างประมาณร้อยละ 30-40 ของยอดจำหน่ายรวมทั้งหมด ของธุรกิจของตนเอง อย่างไรก็ตามช่องทางการจำหน่ายที่ผู้ประกอบการ OTOP เลือกใช้เป็นช่องทางแรกๆ ของการจำหน่ายคือขายในงานแสดงและจำหน่าย OTOP midyear และหรืองาน OTOP ปลายปีในส่วนกลางและขายผ่านร้านขายปลีกของตนเองในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาช่องทางการตลาดที่สามารถสร้างสัดส่วนของยอดขายโดยเฉลี่ยที่ค่อนข้างสูงที่สุดแล้ว พบว่า ผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs อาจแตกต่างกัน กล่าวคือในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยว ช่องทางการตลาดที่สามารถทำยอดจำหน่ายให้กับธุรกิจได้สูงสุดเรียงตามลำดับลงไปคือ การขายผ่านร้านขายปลีกของตนเองในท้องถิ่น/จังหวัด การขายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (modern trade) การขายผ่านร้านขายส่งและหรือผู้รับซื้อในท้องถิ่น และขายในช่องทางตลาดอื่นๆ ที่เป็นช่องทางการตลาดโดยเฉพาะของตนเอง เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ขายในหน่วยงานราชการ ตลาดนัดสวนจตุจักร งาน OTOP ในต่างจังหวัด ในห้างสรรพสินค้า หรือขายส่งตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เป็นต้น ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมียอดขายสูงสุดตามช่องทางการตลาดเรียงโดยลำดับลงไปคือ การผ่านช่องทางการตลาดโดยเฉพาะของตนเอง การขายในงานประจำปีในจังหวัด การขายผ่านร้านขายส่งและหรือผู้รับซื้อในท้องถิ่น ส่วนธุรกิจ SMEs มีช่องทางการจำหน่ายที่มีสัดส่วนยอดขายสูงสุดตามลำดับคือขายในงาน OTOP midyear และหรือ OTOP ปลายปีในส่วนกลาง และขายผ่านร้านค้าส่งหรือผู้รับซื้อในท้องถิ่น (ตารางที่ 8-9)



ตารางที่ 8-9 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามช่องทางการตลาดที่เป็น
ช่องทางหลักในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เป็นผลผลิตหลักของกิจการ และลักษณะของ
กิจการ

หน่วย: ราย

ช่องทางแรกในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ OTOP	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของ รายเดียว		กลุ่มผู้ผลิตชุมชน		กลุ่มผู้ผลิต SMEs		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ ของ ยอดขาย เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ ของ ยอดขาย เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ ของ ยอดขาย เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ ของ ยอดขาย เฉลี่ย
ขายในงาน OTOP midyear และ/ หรือ OTOP ปลายปีในส่วนกลาง	111 62.4%	34.38	140 42.8%	34.58	11 50.0%	35.48	262 49.7%	34.81
ขายผ่านร้านค้าปลีกของตนเองใน ท้องถิ่น	100 56.2%	34.62	143 43.7%	34.88	10 45.5%	33.93	253 48.0%	34.48
ขายในงานประจำปีในจังหวัด	31 17.4%	32.33	123 37.6%	37.43	0 0.0%	-	154 29.2%	34.88
ขายผ่านร้านค้าปลีกในศูนย์ กระจายสินค้า OTOP ในท้องถิ่น/ ในจังหวัด	41 23.0%	33.32	95 29.1%	34.41	5 22.7%	33.33	141 26.8%	33.69
ขายผ่านร้านค้าส่ง/ผู้รับซื้อใน ท้องถิ่น	35 19.7%	34.93	87 26.6%	36.03	8 36.4%	35.23	130 24.7%	35.43
ขายผ่านร้านค้าปลีกในท้องถิ่น / ในจังหวัด	41 23.0%	35.25	61 18.7%	34.25	5 22.7%	33.93	107 20.3%	34.48
ขายตามตลาดนัดในท้องถิ่น/ใน จังหวัด	36 20.2%	33.66	55 16.8%	34.02	0 0.0%	-	91 17.3%	33.84
ขายให้ผู้ส่งออก และ/หรือส่งออก เองโดยตรง	33 18.5%	31.80	26 8.0%	34.92	9 40.9%	33.96	68 12.9%	33.56
ขายผ่านระบบ internet / ร้านค้า ออนไลน์	25 14.0%	32.59	24 7.3%	33.30	5 22.7%	33.33	54 10.2%	33.07
ขายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ modern trade%	12 6.7%	35.00	10 3.1%	33.45	6 27.3%	32.44	28 5.3%	33.63
อื่นๆ เช่น 1.ขายที่อัมพวา 2.ขายในหน่วยงานราชการ 3.ตลาดจตุจักร 4.ตามงาน otopต่างจังหวัด 5.ในห้างสรรพสินค้า 6.ผลิตตามออเดอร์ลูกค้าที่เคยซื้อ ผลิตภัณฑ์	28 15.7%	34.68	94 28.7%	38.64	4 18.2%	33.25	126 23.9%	35.52
รวม		33.87		35.08		33.89		34.28



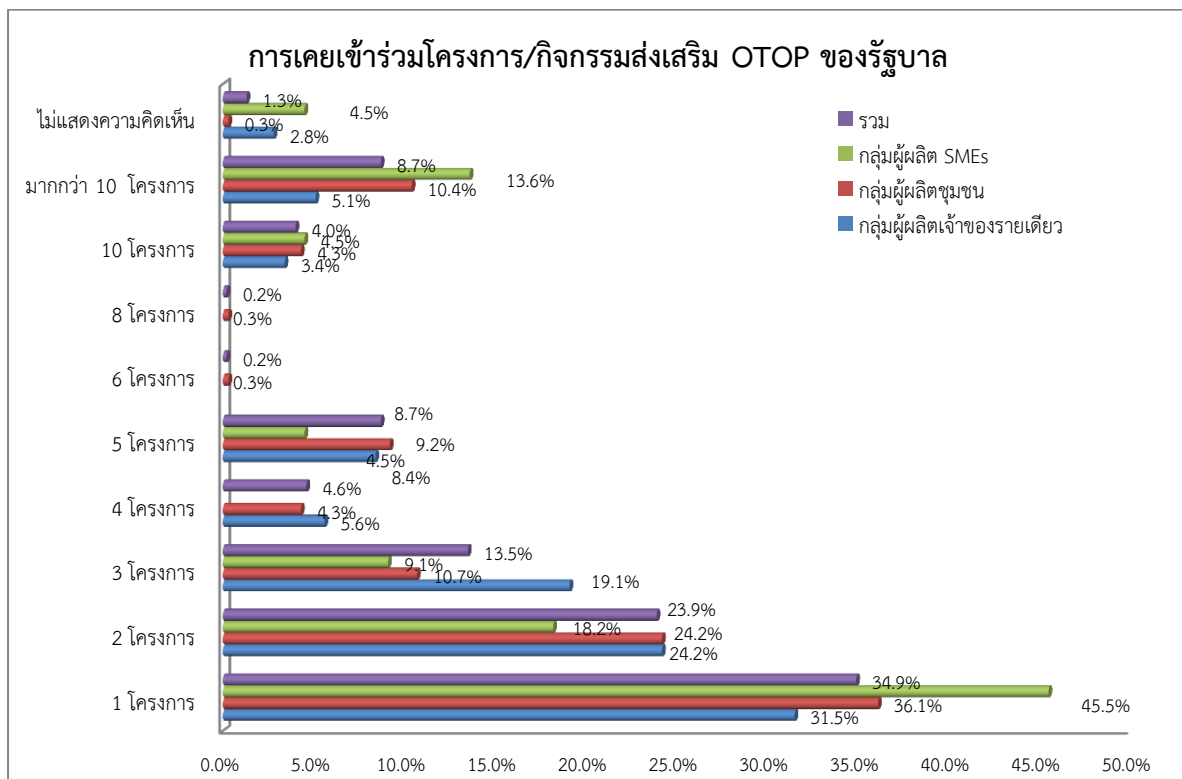
2. การเข้าร่วมโครงการหรือร่วมกิจกรรมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาลในช่วงปี พ.ศ. 2544-2555

2.1 การเข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมส่งเสริม OTOP

เนื่องจากขอบเขตประชากรของการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP กับกรมการพัฒนาชุมชน ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายทั้งผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ซึ่งก็คือตัวอย่างที่สุ่มเลือกมาจากการดั่งกล่าวจึงเป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดโดยภาครัฐมาแล้วทั้งหมด

ในด้านจำนวนครั้งของการเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรม พบว่า ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยวมีประมาณร้อยละ 31.5 ที่ได้เข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมเพียงครั้งเดียว ส่วนที่เหลือได้เข้าร่วมมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปซึ่งในจำนวนนี้มีร้อยละ 24.2 ที่เข้าร่วม 2 ครั้ง และร้อยละ 19.1 ที่เข้าร่วม 3 ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 36.1 ที่ได้เคยเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมในการส่งเสริม OTOP ของภาครัฐเพียง 1 ครั้ง ส่วนที่เหลือคือกลุ่มที่เข้าร่วมมากกว่า 1 ครั้งซึ่งมีร้อยละ 24.2 ที่ได้เข้าร่วม 2 ครั้งร้อยละ 10.7 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมดที่เข้าร่วม 3 ครั้ง เป็นที่น่าสังเกตว่า ในจำนวนผู้ที่เข้าร่วมมากกว่า 1 ครั้งนี้ ในส่วนของรายเดี่ยวมีร้อยละ 5.1 และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 10.4 ที่ได้เคยเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของภาครัฐที่มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ส่วน SMEs ส่วนใหญ่คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 45.5 เคยเข้าร่วมโครงการ 1 ครั้ง (แผนภาพที่ 8-21)

แผนภาพที่ 8-21 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามการเคย/ไม่เคยเข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมส่งเสริม OTOP ของรัฐบาล จำนวนโครงการ/กิจกรรมที่เข้าร่วม และจำแนกตามลักษณะของกิจการ

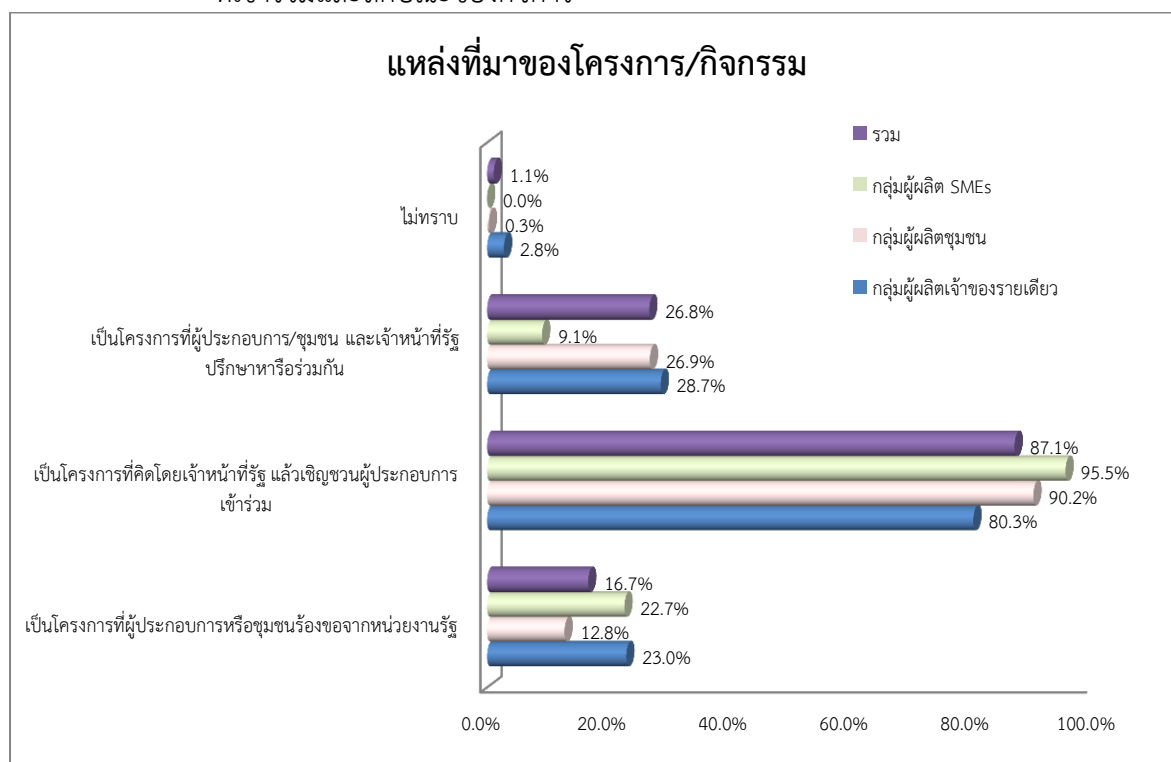




2.2 ที่มาของการกำหนดแนวคิดโครงการ

โครงการต่างๆ ที่ผู้ประกอบการ OTOP ได้เข้าร่วมนั้น เมื่อสอบถามความเห็นเห็นว่าแนวคิดโครงการดังกล่าวถูกกำหนดมาจากใครผลปรากฏว่าคำตอบส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นโครงการที่ถูกกำหนดคิดค้นมาโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐแล้วจึงเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วม โดยในส่วนของผู้ประกอบการรายเดียวมีผู้ตอบถึงร้อยละ 80.3 ที่ระบุว่าเป็นไปในลักษณะดังกล่าว ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs มีผู้ตอบร้อยละ 90.2 และ 95.5 ที่มีความเห็นเช่นเดียวกันกับความเห็นดังกล่าว แหล่งที่มาของโครงการในลำดับรองลงไปของผู้ประกอบการรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชนคือ โครงการที่ถูกกำหนดแนวคิดโครงการขึ้นมาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและหรือชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐผู้ดำเนินโครงการ ส่วน SMEs ที่มาของแนวคิดโครงการที่อยู่ในลำดับรองลงไปคือ โครงการที่ถูกกำหนดมาจากผู้ประกอบการหรือชุมชนร้องขอจากภาครัฐ (แผนภาพที่ 8-22)

แผนภาพที่ 8-22 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามแหล่งที่มาของโครงการ/กิจกรรมที่เข้าร่วมและลักษณะของกิจการ



2.3 ประเภทลักษณะของโครงการและหรือกิจกรรมที่เข้าร่วม

เมื่อเรียงลำดับประเภทโครงการที่ผู้ประกอบการได้เข้าร่วมมากที่สุดและรองลงมาตามลำดับผลปรากฏดังนี้

2.3.1 ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดียว ประเภทโครงการที่ได้เข้าร่วมเรียงลำดับคือ



- 1) การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงาน เป็นต้น
- 2) การออกร้านแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศ
- 3) การสร้างและพัฒนาเครือข่าย
- 4) การจัดหาที่ปรึกษามาให้คำปรึกษาแนะนำและหรือช่วยเหลือเฉพาะด้าน
- 5) การอบรมอาชีพ
- 6) การศึกษาดูงานในประเทศ
- 7) การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน
- 8) การให้ความช่วยเหลือในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งของและอื่นๆ
- 9) การแสดงนิทรรศการในต่างประเทศ
- 10) การศึกษาดูงานในต่างประเทศ

2.3.2 ด้านกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ประเภทของโครงการที่เข้าร่วมมากที่สุดเรียงลำดับลงไป คือ

- 1) การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงาน เป็นต้น
- 2) การออกร้านแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศ
- 3) การอบรมอาชีพ
- 4) การศึกษาดูงานในประเทศ
- 5) การให้ความช่วยเหลือในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งของและอื่นๆ
- 6) การจัดหาที่ปรึกษามาให้คำปรึกษาแนะนำและหรือช่วยเหลือเฉพาะด้าน
- 7) การสร้างและพัฒนาเครือข่าย
- 8) การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน
- 9) การแสดงนิทรรศการในต่างประเทศ
- 10) การศึกษาดูงานในต่างประเทศ

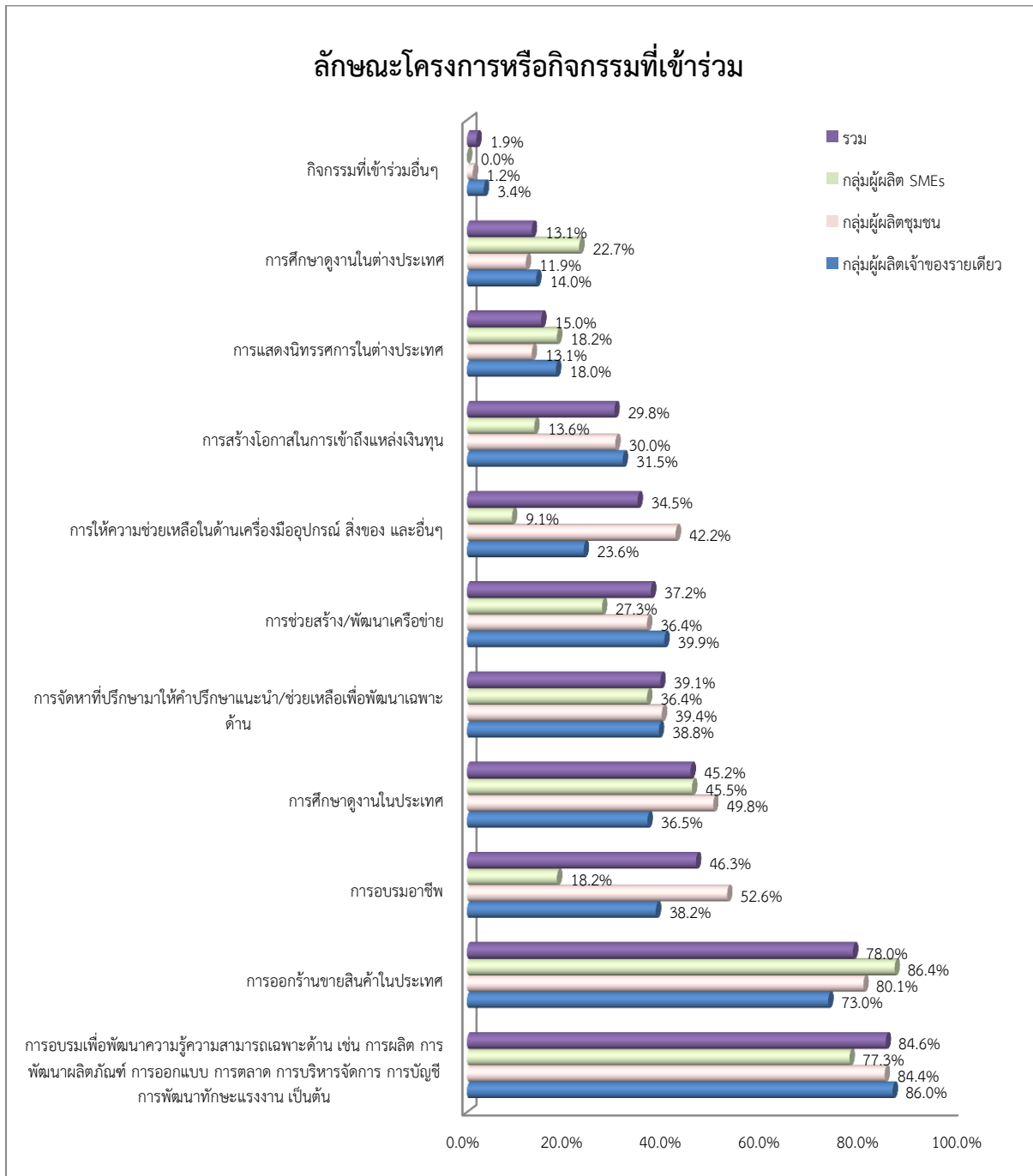
2.3.2 SMEs มีประเภทของโครงการที่เข้าร่วมมากที่สุดเรียงลำดับลงไป คือ

- 1) การออกร้านแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศ
- 2) การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงาน เป็นต้น
- 3) การศึกษาดูงานในประเทศ
- 4) การจัดหาที่ปรึกษามาให้คำปรึกษาแนะนำและหรือช่วยเหลือเฉพาะด้าน
- 5) การสร้างและพัฒนาเครือข่าย
- 6) การศึกษาดูงานในต่างประเทศ
- 7) การแสดงนิทรรศการในต่างประเทศ



- 8) การอบรมอาชีพ
- 9) การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน
- 10) การให้ความช่วยเหลือในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งของและอื่นๆ
(แผนภาพที่ 8-23)

แผนภาพที่ 8-23 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามประเภทโครงการหรือกิจกรรมที่เข้าร่วม และตามลักษณะของกิจการ





2.4 วัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ OTOP ที่เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรม

ผู้ประกอบการรายเดียวได้เรียงลำดับวัตถุประสงค์ของตนเองในการเข้าร่วมโครงการเพื่อคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์ต่างๆ เรียงลำดับจาก 5 ลำดับแรก คือ

1) ต้องการพัฒนาความรู้ความสามารถ เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน เป็นต้น

2) เพื่อเพิ่มยอดขายหรือรายได้

3) เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เช่น มีลูกค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น เป็นต้น

4) เพื่อสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจ เช่น มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น มีกลุ่มผู้ร่วมผลิต/ร่วมค้ามากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกลุ่มต่างๆ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ และหรือวิสาหกิจชุมชนต่างๆ มีสถาบันและหรือองค์กรที่ให้ความช่วยในด้านต่างๆเพิ่มขึ้น

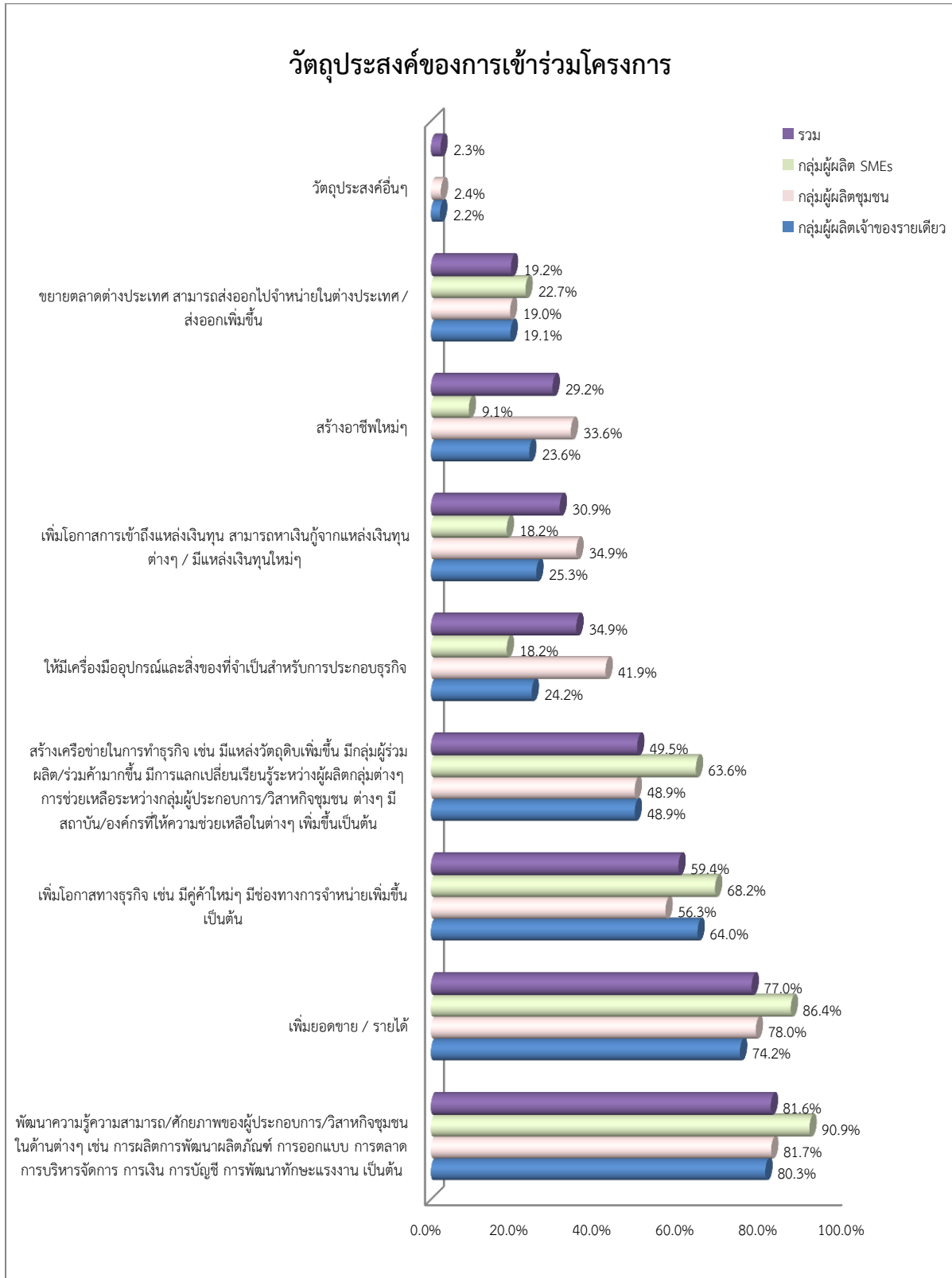
5) เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน เช่น สามารถหาเงินกู้จากแหล่งทุนต่างๆ หรือมีแหล่งเงินทุนใหม่ๆ เป็นต้น

ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีวัตถุประสงค์การเข้าร่วมโครงการเรียงลำดับที่คาดหวังมากที่สุดมีลักษณะเช่นเดียวกับรายเดียว ยกเว้นลำดับที่ 5 ที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งต่างไปจากรายเดียว

ทำนองเดียวกันกับ SMEs ที่มีวัตถุประสงค์การเข้าร่วมโครงการเรียงลำดับที่คาดหวังมากที่สุดเช่นเดียวกับรายเดียว และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ยกเว้นลำดับที่ 5 ที่ SMEs มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น (แผนภาพที่ 8-24)



แผนภาพที่ 8-24 ร้อยละผู้ประกอบการจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมโครงการและตามลักษณะของกิจการ





2.5 เหตุผลของการตัดสินใจของผู้ประกอบการ OTOP ที่เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรม

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมกับภาครัฐ เรียงลำดับจากมากที่สุดและรองลงไป ดังนี้

กรณีผู้ประกอบการรายเดี่ยว

- 1) โครงการและหรือกิจกรรมมีความน่าสนใจ และเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ
- 2) ได้รับการชักชวนจากเจ้าหน้าที่ให้เข้าร่วมโครงการ
- 3) ต้องการเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือสิ่งของที่ผู้เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมจะได้รับจากโครงการ
- 4) ได้รับการชักชวนจากเพื่อนๆ
- 5) ต้องการแสวงหาประโยชน์อื่นๆต่อธุรกิจ

กรณีกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

- 1) โครงการและหรือกิจกรรมมีความน่าสนใจ และเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ
- 2) ได้รับการชักชวนจากเจ้าหน้าที่ให้เข้าร่วมโครงการ
- 3) ต้องการเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือสิ่งของที่ผู้เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมจะได้รับจากโครงการ
- 4) ได้รับการชักชวนจากเพื่อนๆ
- 5) อื่นๆ เช่น ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด เป็นต้น

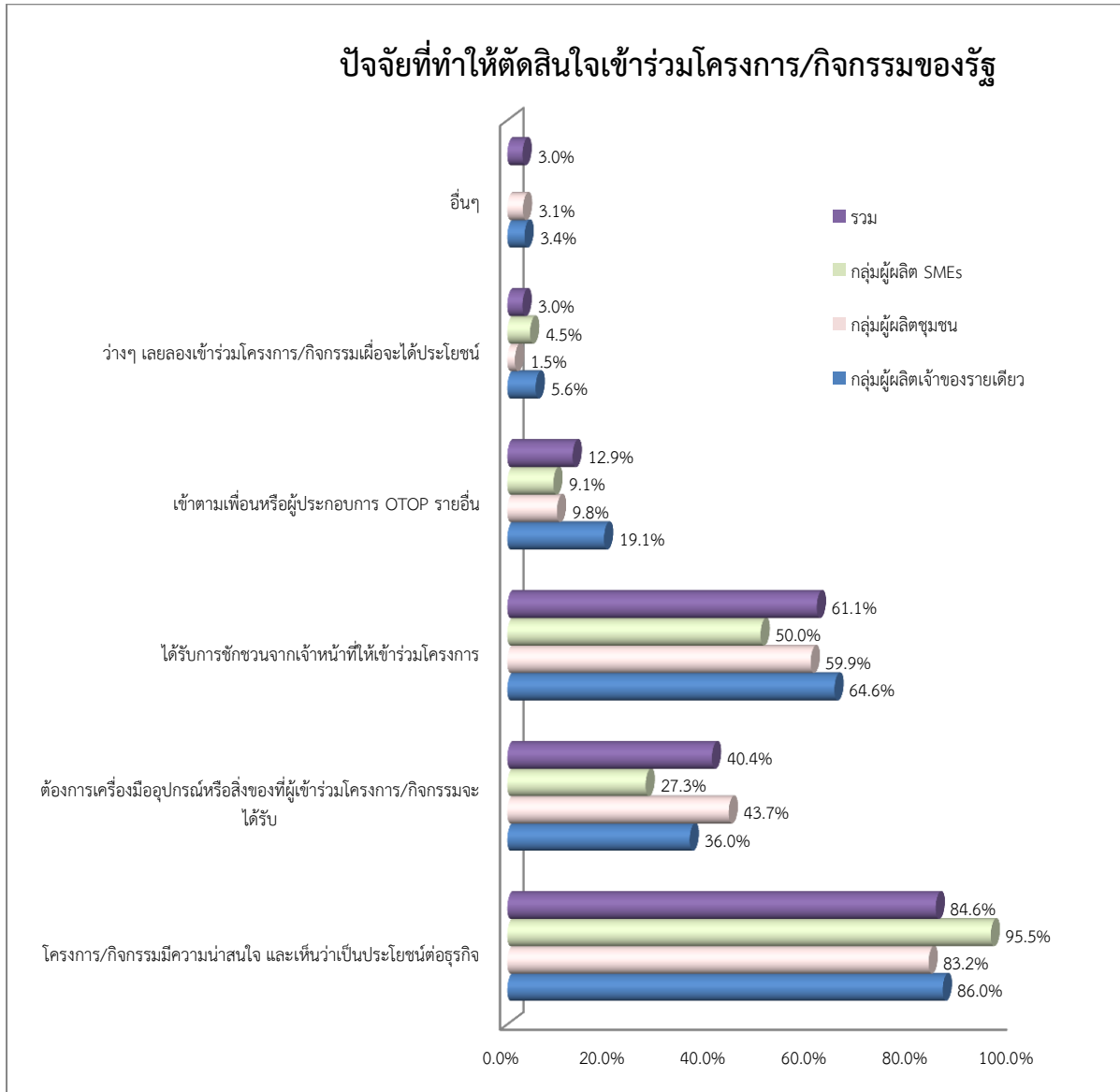
กรณี SMEs

- 1) โครงการและหรือกิจกรรมมีความน่าสนใจ และเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ
- 2) ได้รับการชักชวนจากเจ้าหน้าที่ให้เข้าร่วมโครงการ
- 3) ต้องการเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือสิ่งของที่ผู้เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมจะได้รับจากโครงการ
- 4) ได้รับการชักชวนจากเพื่อนๆ
- 5) ต้องการแสวงหาประโยชน์อื่นๆต่อธุรกิจ

ประเด็นที่น่าสังเกตของการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการทั้งรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs มีลักษณะเหมือนกันกล่าวคือ มาจากเหตุผลของตนเองเป็นหลัก โดยคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากโครงการในการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจของตนเอง ส่วนประโยชน์อื่นๆ ที่จะได้รับตามมาเป็นเหตุผลลำดับรองๆ ลงไป รวมทั้งการเข้าร่วมเพราะได้รับการชักชวนจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ (แผนภาพที่ 8-25)



แผนภาพที่ 8-25 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ/ กิจกรรมของรัฐและตามลักษณะของกิจการ



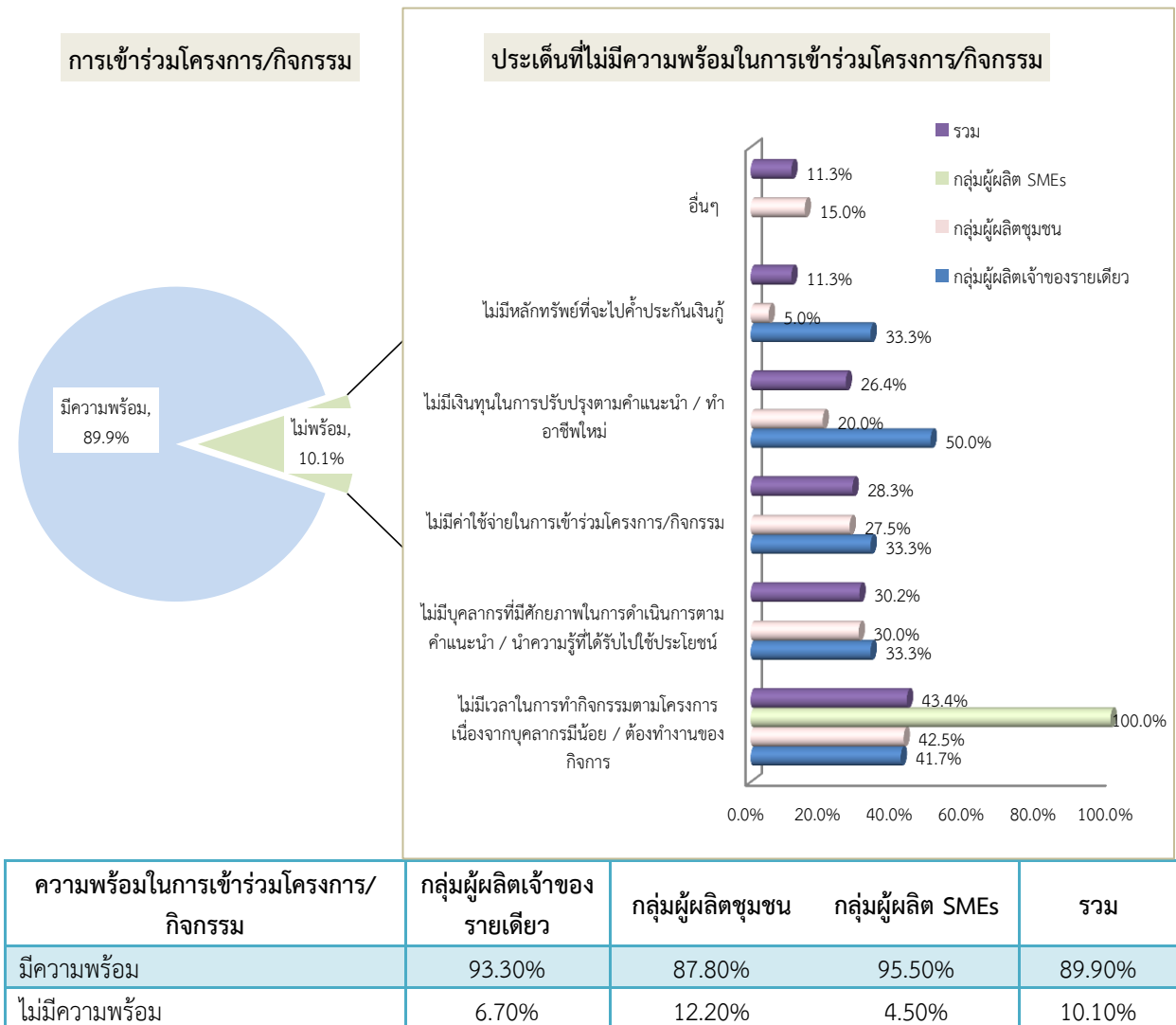
2.6 ความพร้อมของการเข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรม

เมื่อพิจารณาถึงความเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อความพร้อมของตนเองในการเข้าร่วมโครงการว่ามีมากน้อยเพียงใด พบว่าผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองมีความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดียวมีเพียงร้อยละ 6.7 ที่เห็นว่าตนเองยังไม่มีความพร้อม ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 12.2 ที่เห็นว่าตนเองยังไม่มีพร้อม และ SMEs มีร้อยละ 4.5 ที่ยังไม่พร้อมแต่มีความจำเป็นต้องเข้าร่วมโครงการ



ในส่วนของผู้ที่ไม่พร้อมเข้าร่วมโครงการเนื่องจากเหตุผลสำคัญ เช่น ไม่มีเงินทุนในการปรับปรุงตามคำแนะนำหรือทำอาชีพใหม่ ไม่มีเวลาในการทำกิจกรรมตามโครงการเนื่องจากมีบุคลากรน้อยต้องทำงานของกิจการ และไม่มีบุคลากรที่มีศักยภาพในการดำเนินการตามคำแนะนำหรือนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เป็นต้น (แผนภาพที่ 8-26)

แผนภาพที่ 8-26 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ และตามลักษณะของกิจการ

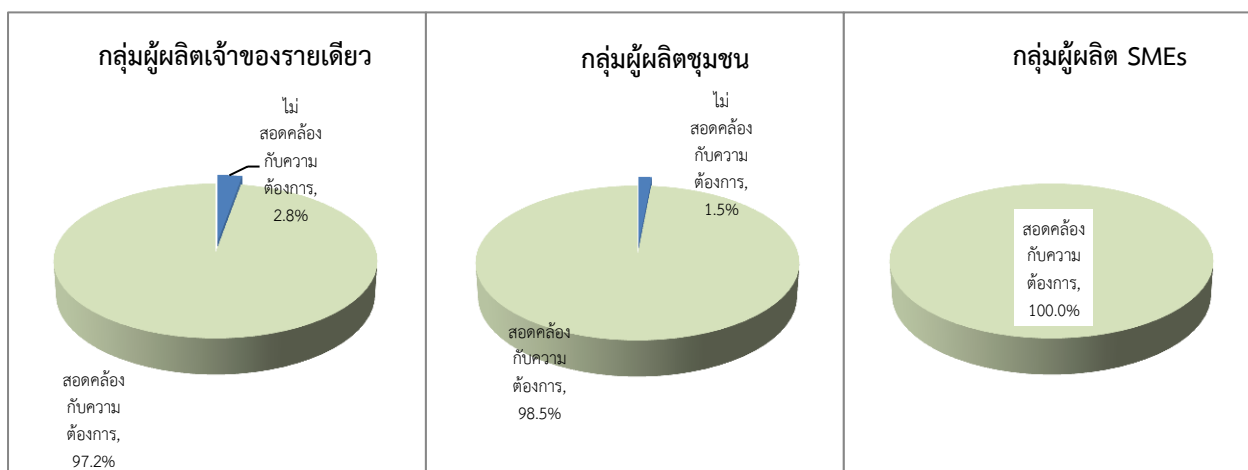


2.7 ความคิดเห็นต่อโครงการและหรือกิจกรรมหลังจากที่ได้เข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรมดังกล่าวแล้ว

1) ความสอดคล้องกับความต้องการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.2 (รายเดี่ยว) ร้อยละ 98.5 (กลุ่มผู้ผลิตชุมชน) และ ร้อยละ 100.0 (SMEs) มีความเห็นว่าโครงการที่ตนเองเข้าร่วมมีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยที่ผู้ประกอบการรายเดี่ยวได้ให้กับความสอดคล้องดังกล่าวที่ 3.87 ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนได้ให้เท่ากับ 3.89 และ SMEs ให้คะแนนเท่ากับ 3.73 จากระดับคะแนนเต็มเท่ากับ 5 (0 หมายถึง ไม่สอดคล้องเลย และ 5 สอดคล้องมากที่สุด) (แผนภาพที่ 8-27)

แผนภาพที่ 8-27 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกความสอดคล้องกับความต้องการในโครงการที่เข้าร่วม และลักษณะของกิจการ



ระดับเฉลี่ยสอดคล้องกับความต้องการ	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดี่ยว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
	3.87	3.89	3.73	3.87

สำหรับความเห็นของผู้ประกอบการ OTOP ต่อความเหมาะสมของการดำเนินงานโครงการและหรือกิจกรรมในประเด็นต่างๆ มีดังนี้

1) การให้เวลาเตรียมตัวเข้าร่วมโครงการ กรณีผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 87.6 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 12.4 เห็นว่าไม่เหมาะสม กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 89.0 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 11.0 เห็นว่าไม่เหมาะสม SMEs ร้อยละ 81.8 เห็นว่าเหมาะสม ขณะที่ร้อยละ 18.2 เห็นว่าไม่เหมาะสม

2) การประชาสัมพันธ์เชิญชวนเข้าร่วมโครงการ ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 89.3 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 10.7 เห็นว่าไม่เหมาะสม กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 84.8 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 15.2 เห็นว่าไม่เหมาะสม ส่วน SMEs ร้อยละ 90.9 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 9.1 เห็นว่าไม่เหมาะสมโดยควรประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า เช่นประมาณ 1 เดือน เป็นต้น



3) การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 93.7 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 6.3 เห็นว่าไม่เหมาะสม กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 92.9 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 7.1 เห็นว่าไม่เหมาะสม และ SMEs ร้อยละ 85.7 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 14.3 เห็นว่ายังไม่เหมาะสม

4) ในด้านการประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ประกอบการและหรือกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 92.0 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 8.0 เห็นว่าไม่เหมาะสม กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 92.3 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 7.7 มีความเห็นว่าจะไม่เหมาะสม ส่วน SMEs ร้อยละ 90.9 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 9.1 มีความเห็นว่าจะไม่เหมาะสม

5) ด้านการให้ความช่วยเหลือแนะนำเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ เช่นการช่วยหาบุคลากร การให้คำแนะนำเพื่อที่จะทำให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 92.3 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 7.7 เห็นว่าไม่เหมาะสม ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 88.3 เห็นว่าเหมาะสม และอีกร้อยละ 11.7 เห็นว่าไม่เหมาะสม ในด้าน SMEs ร้อยละ 90.9 เห็นว่าเหมาะสมและอีกร้อยละ 9.1 เห็นว่ายังไม่เหมาะสม

6) การติดตามและประเมินผลระหว่างการทำงานและการแก้ไขปัญหาอุปสรรค ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 82.2 เห็นว่าเหมาะสม และร้อยละ 17.8 เห็นว่าไม่เหมาะสม ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 86.6 เห็นว่าเหมาะสม ส่วนอีกร้อยละ 13.4 มีความเห็นว่าจะยังไม่เหมาะสม ส่วน SMEs ร้อยละ 81.8 เห็นว่าเหมาะสมและร้อยละ 18.2 เห็นว่าไม่เหมาะสม (ตารางที่ 8-10)



ตารางที่ 8-10 จำนวนผู้ประกอบการ จำแนกประเภทตามความคิดเห็นต่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เข้าร่วม และตามลักษณะของกิจการ

หน่วย: ราย (ร้อยละ)

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			รวม			เหตุผลสนับสนุน
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	
1) การให้เวลาเตรียมตัว เข้าร่วมโครงการ/ กิจกรรม	156 87.6%	22 12.4%	178 100.0%	292 89.0%	36 11.0%	328 100.0%	18 81.8%	4 18.2%	22 100.0%	465 88.2%	62 11.8%	527 100.0%	1.ชอบติดต่อแบบตัว เตรียมตัวไม่ทัน 2. บางโครงการเหมาะสม แต่บางโครงการเวลาน้อย เกินไปเช่น เข้าปฏิบัติให้ เวลาน้อยไป
2) การประชาสัมพันธ์ โครงการถึง ผู้ประกอบการ/ กลุ่มวิสาหกิจ	159 89.3%	19 10.7%	178 100.0%	278 84.8%	50 15.2%	328 100.0%	20 90.9%	2 9.1%	22 100.0%	456 86.5%	71 13.5%	527 100.0%	1.ควรประชาสัมพันธ์ ล่วงหน้าประมาณ 1 เดือน 2.ควรแยกประเภทสินค้า ทางการอบรมหรือการทำ โครงการเพื่อให้ได้ ประโยชน์เต็มที่
3) การกำหนด คุณสมบัติของผู้มี สิทธิ์เข้าร่วม โครงการ/กิจกรรม	164 93.7%	11 6.3%	175 100.0%	303 92.9%	23 7.1%	326 100.0%	18 85.7%	3 14.3%	21 100.0%	484 92.9%	37 7.1%	521 100.0%	1.เจ้าหน้าที่ไม่ควรให้ ผู้ประกอบการจับสลากใน การแสดงสินค้าแต่ละงาน 2.ให้เจ้าหน้าที่อื่นไปแทน คนที่เป็นเจ้าของทำให้ไม่ ตรงกับเจ้าของทำไม่ตรง กับวัตถุประสงค์กับ โครงการ



ตารางที่ 8-10 จำนวนผู้ประกอบการ จำแนกประเภทตามความคิดเห็นต่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เข้าร่วม และตามลักษณะของกิจการ(ต่อ)

หน่วย : ราย (ร้อยละ)

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			รวม			เหตุผลสนับสนุน
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	
4) การประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจ	161 92.0%	14 8.0%	175 100.0%	301 92.3%	25 7.7%	326 100.0%	20 90.9%	2 9.1%	22 100.0%	481 92.1%	41 7.9%	522 100.0%	1. กระชั้นชิดเตรียมตัวไม่ทัน 2. เจ้าหน้าที่รับเรื่องล่าช้าจากส่วนกลางแจ้งผู้ประกอบการฉุกเฉินทุกที่ 3. ผู้ประกอบการได้รับเรื่องล่าช้ามากแบบไม่มีเวลาตั้งตัว
5) การช่วยเหลือเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ เช่น การช่วยหาบุคลากร การให้ข้อเสนอแนะที่จะทำให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น	156 92.3%	13 7.7%	169 100.0%	287 88.3%	38 11.7%	325 100.0%	20 90.9%	2 9.1%	22 100.0%	462 89.7%	53 10.3%	515 100.0%	เจ้าหน้าที่ไม่พร้อมเข้ามาช่วยเหลือ
6) การติดตาม/ประเมินผลระหว่างการทำงานและการ	139 82.2%	30 17.8%	169 100.0%	279 86.6%	43 13.4%	322 100.0%	18 81.8%	4 18.2%	22 100.0%	435 85.0%	77 15.0%	515 100.0%	1. ขาดการติดตามและประเมินผล 2. ส่วนใหญ่เข้าร่วมแล้ว



ตารางที่ 8-10 จำนวนผู้ประกอบการ จำแนกประเภทตามความคิดเห็นต่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เข้าร่วม และตามลักษณะของกิจการ(ต่อ)

หน่วย : ราย (ร้อยละ)

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			รวม			เหตุผลสนับสนุน
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	
แก้ไขอุปสรรค													แล้วไปไม่มีการติดตาม และรายงานผลให้ผู้ประกอบการขาย ถึงผลการดำเนินงาน
7) อื่นๆ 1.ทำให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสขยายตลาด และวางแผนด้านการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีขึ้น 2.ควรรหาช่องทางที่ผู้ประกกรมีเวลา 3.ขาดการประสานงาน/ความต่อเนื่อง	1 50.0%	1 50.0%	2 100.0%	1 33.3%	2 66.7%	3 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	3 60.0%	5 100.0%	1.มีเวลาในการสร้างต้นแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อตลาดใหม่น้อยเกินไป 2.ระยะเวลาสั้นเกินไป เร่งรีบเกินไป



2.8 ผลลัพธ์และผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการและหรือกิจกรรม

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ OTOP เกี่ยวกับผลลัพธ์จากการที่ได้เข้าร่วมโครงการซึ่งเป็นการวัดในเชิงคุณภาพโดยกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ เมื่อ 0 เท่ากับไม่ได้รับประโยชน์ และเพิ่มขึ้นจนเป็น 5 ได้รับประโยชน์มากที่สุด แล้วนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ยออกมาเป็น 3 ระดับคือ มาก (คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.0-5.0) ปานกลาง (คะแนนระหว่าง 2.0-3.99) และน้อย (คะแนนระหว่าง 0.1-1.99) มีผลลัพธ์และผลกระทบ ดังนี้

ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยวผลลัพธ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงประเด็นเดียวที่เกิดผลลัพธ์ค่อนข้างน้อย คือ ผลลัพธ์ในด้านสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้มากขึ้น ในด้านผลลัพธ์ส่วนใหญ่ที่อยู่ในระดับปานกลางนั้น สามารถแยกได้เป็นปานกลางค่อนข้างน้อย (คะแนนเท่ากับ 2.0-2.99) ได้แก่ การมีอาชีพใหม่ เช่นได้นำความคิดใหม่ๆ มาปรับใช้ นำความรู้มาต่อยอด หรือนำมาดัดแปลงเข้ากับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นต้น การพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการบัญชี การเงิน การพัฒนาทักษะแรงงาน การมีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ และการสามารถหาเงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างๆหรือมีแหล่งเงินทุนเพิ่มขึ้น ส่วนผลลัพธ์ที่เห็นว่าได้ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก (คะแนนเท่ากับ 3.0-3.99) ได้แก่ การพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การมียอดขายหรือรายได้ที่เพิ่มขึ้น การมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (มีลูกค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น) และการมีเครือข่ายในการทำธุรกิจ (มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น มีกลุ่มผู้ร่วมผลิตหรือร่วมค้ามากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกลุ่มต่างๆ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ/กลุ่มผู้ผลิตชุมชน มีสถาบันและหรือองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น) โดยเฉลี่ยทั้งหมดแล้วผู้ประกอบการรายเดี่ยวได้ประเมินว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการโดยรวมอยู่ในระดับคะแนนเท่ากับ 2.98

กรณีกลุ่มผู้ผลิตชุมชนผลลัพธ์ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการที่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมากได้แก่ การมีอาชีพใหม่ เช่นได้นำความคิดใหม่ๆ มาปรับใช้ นำความรู้มาต่อยอด หรือนำมาดัดแปลงเข้ากับผลิตภัณฑ์เดิม การพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน การมียอดขายหรือรายได้ที่เพิ่มขึ้น การมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (มีลูกค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น) การมีเครือข่ายในการทำธุรกิจ (มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น มีกลุ่มผู้ร่วมผลิตหรือร่วมค้ามากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกลุ่มต่างๆ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ วิชากิจชุมชน มีสถาบันและหรือองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น) ส่วนผลลัพธ์ที่มีระดับปานกลางค่อนข้างน้อยคือ การพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการเงิน การมีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ และการสามารถหาเงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างๆ หรือมีแหล่งเงินทุนเพิ่มขึ้น ผลลัพธ์ที่เห็นว่าได้ในระดับค่อนข้างน้อยมีรายการเดียวคือความสามารถส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในต่างประเทศหรือส่งออกได้มากขึ้น และเมื่อรวมผลลัพธ์ทุกรายการโดยเฉลี่ยทั้งหมดแล้วกลุ่มผู้ผลิตชุมชนประเมินว่าได้รับประโยชน์ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 3.16

ส่วนผู้ผลิต OTOP ที่เป็น SMEs มีความเห็นต่อผลลัพธ์และผลกระทบที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการสรุปได้คือ ผลลัพธ์ที่เห็นว่าได้ประโยชน์ค่อนข้างมากคือ การมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น เช่นมีลูกค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น เป็นต้น ส่วนผลลัพธ์ในระดับปานกลางค่อนข้างมากได้แก่การพัฒนาความรู้



ความสามารถด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การบัญชี การเงิน การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน การมียอดขายหรือรายได้ที่เพิ่มขึ้น และการมีเครือข่ายในการทำธุรกิจ ส่วนปานกลางระดับน้อยได้แก่ การมีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ การส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และการสามารถหาเงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างๆ เป็นที่น่าสังเกตว่าในส่วน ของผลลัพธ์ที่ SMEs เห็นว่าได้ผลค่อนข้างน้อยคือ การมีอาชีพใหม่ การนำความคิดมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ การนำมาส่งเสริมต่อยอด ดัดแปลงเข้ากับผลิตภัณฑ์เดิม (ตารางที่ 8-11)

ตารางที่ 8-11 ระดับค่าเฉลี่ยความเห็นต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ (คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึงไม่ได้รับประโยชน์คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง ได้รับประโยชน์มากที่สุด)

ประโยชน์ที่ได้รับ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของราย เดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่ม ผู้ผลิต SMEs	รวม
มีอาชีพใหม่เช่น 1.ได้นำความคิดใหม่ๆ มาปรับใช้เป็นผลิตภัณฑ์ 2.นำความรู้มาต่อยอด 3.นำมาดัดแปลงให้กับรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม	2.09	3.02	1.00	2.73
พัฒนาความรู้ความสามารถ/ศักยภาพของผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ ชุมชนในด้านต่างๆ				
การผลิต	3.43	3.66	3.47	3.57
การพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.71	3.76	3.81	3.74
การออกแบบ	3.48	3.51	3.63	3.50
การตลาด	3.69	3.61	3.40	3.63
การบริหารจัดการ	3.32	3.36	3.20	3.34
การบัญชี	2.83	3.16	3.29	3.05
การเงิน	2.78	2.79	3.06	2.80
การพัฒนาทักษะแรงงาน	2.76	3.31	3.11	3.11
อื่นๆ เช่น จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ	3.71	3.30	3.00	3.44
มีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งของที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ	2.16	2.69	2.62	2.52
ยอดขาย / รายได้ เพิ่มขึ้น	3.64	3.62	3.45	3.62
โอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น เช่น มีลูกค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจำหน่าย เพิ่มขึ้น เป็นต้น	3.61	3.55	4.89	3.63
มีเครือข่ายในการทำธุรกิจ เช่น มีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้นมีกลุ่มผู้ร่วม ผลิต/ร่วมค้ามากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกลุ่มต่างๆ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน มีสถาบัน/ องค์กรที่ให้ความช่วยเหลือในต่างๆ เพิ่มขึ้น เป็นต้น	3.39	3.53	3.35	3.47
สามารถส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ / ส่งออกมากขึ้น	1.99	1.60	2.75	1.81
สามารถหาเงินกู้จากแหล่งเงินทุนต่างๆ / มีแหล่งเงินทุนเพิ่มขึ้น	2.12	2.14	2.60	2.15
อื่นๆ	2.00	-	2.00	2.00
ภาพรวม	2.98	3.16	3.10	3.07



2.9 ความเห็นต่อผลลัพธ์ของธุรกิจของตนเองในด้านต่างๆในระยะยาวอันเนื่องมาจากโครงการ OTOP นับตั้งแต่เริ่มมีโครงการมาจนถึงปัจจุบัน

ข้อมูลที่ปรากฏในตารางที่ 8-12 เป็นข้อมูลที่สะท้อนถึงความสำเร็จในการประเมินผลลัพธ์ของการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการ OTOP ให้ความเห็นในระดับภาพรวมทั้งหมดของธุรกิจของตนในระยะยาวต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มมีโครงการในปี พ.ศ. 2544 มาจนถึงปัจจุบัน โดยที่ข้อมูลวัดระดับความสำเร็จที่ได้นี้เป็นการประเมิน สอบถามความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ OTOP ต่อการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจของตนเองคือ เพิ่มขึ้น ลดลง หรือไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งการตัดสินใจให้คำตอบของผู้ประกอบการในเชิงคุณภาพลักษณะดังกล่าวนี้ค่อนข้างสามารถสะท้อนข้อเท็จจริงได้ง่ายกว่าเมื่อเทียบกับการตอบค่าในเชิงปริมาณเพราะเป็นข้อมูลในช่วงอดีตที่อาจยาวนานเกินไปกว่าที่จะจดจำในรายละเอียดของปริมาณต่างๆ ดังกล่าวได้ ขณะเดียวกันคำถามในบางประเด็นก็มีลักษณะที่จำเป็นต้องวัดค่าในเชิงคุณภาพโดยตรงด้วยเช่นกัน ค่าในเชิงคุณภาพที่ได้นี้เมื่อนำมาเทียบเป็นร้อยละระหว่างจำนวนผู้ที่ตอบว่าดีขึ้นกับจำนวนผู้ที่ตอบรวมทั้งหมด ก็หมายถึงการแปลงจากค่าเชิงคุณภาพเป็นค่าเชิงปริมาณของความสำเร็จของการดำเนินนโยบายในภาพรวม ซึ่งก็คือผลที่เกิดจากหลายๆ โครงการมัตรรวมเข้าด้วยกันนั่นเอง

อนึ่ง การประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้หัวข้อนี้ ซึ่งเป็นการประเมินความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์หลักๆ ของโครงการ OTOP ที่ได้มีการดำเนินงานต่อเนื่องกันมานับตั้งแต่เริ่มมีโครงการ OTOP ในปี พ.ศ. 2544 มาจนถึงปัจจุบันซึ่งอยู่ในระยะของการนำยุทธศาสตร์การพัฒนา OTOP พ.ศ. 2556-2558 มาใช้ นั้น ผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นนอกจากเป็นผลลัพธ์ที่มาจากการทำงานโครงการ OTOP โดยตรงแล้ว ยังอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากโครงการ ทั้งปัจจัยภายในคือตัวผู้ประกอบการ OTOP เอง และปัจจัยภายนอกจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่นภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ทัศนคติของผู้บริโภค เป็นตัวสนับสนุน เป็นต้น

การสอบถามผลลัพธ์โดยรวมของการดำเนินนโยบายภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระยะยาว ในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1) คุณภาพผลผลิต

ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 92.7 เห็นว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจของตนเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น ขณะที่อีกร้อยละ 7.3 มีความเห็นว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ไม่มีรายใดที่เห็นว่าคุณภาพลดลง ในส่วนของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 86.1 มีความเห็นว่าจะเปลี่ยนแปลงดีขึ้น และร้อยละ 13.6 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.3 เห็นว่าลดลง ในด้าน SMEs ร้อยละ 90.9 เห็นว่าดีขึ้น, และที่เหลืออีกร้อยละ 9.1 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรวมทั้งผู้ประกอบการรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs เข้าด้วยกันแล้ว ผู้ประกอบการประมาณร้อยละ 88.5 เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ของตนเองมีคุณภาพดีขึ้น ร้อยละ 11.3 เห็นว่าคุณภาพผลผลิตไม่เปลี่ยนแปลง ขณะที่มีเพียงเล็กน้อยมาร้อยละ 0.2 ที่เห็นว่าจะลดลง ซึ่งในการตีความหมายเพื่อวัดผลสำเร็จของการดำเนินนโยบายก็คือ ผลจากการที่ภาครัฐได้จัดสรรโครงการต่างๆ ลงไปให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันพบว่า ในจำนวน OTOP 100 รายที่ได้รับการส่งเสริมมีจำนวนที่ประสบความสำเร็จสินค้ามีคุณภาพดีขึ้น 88.5 รายซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นอัตราความสำเร็จของผลลัพธ์ที่ค่อนข้างสูงพอสมควร



2) ยอดขายและหรือรายได้

ยอดขายและหรือรายได้ถือว่าเป็นเป้าหมายที่ค่อนข้างสำคัญที่สุดและสะท้อนถึงผลสำเร็จของภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการ OTOP ที่ใช้กันทั่วไปนั้น จากความเห็นของผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 87.1 มีความเห็นว่ายอดขายหรือรายได้ของตนมีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.2 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 6.7 เห็นว่ายอดขายหรือรายได้มีมูลค่าลดลง ในส่วนของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 81.3 มีความเห็นว่าเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.6 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 8.1 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 81.0 เห็นว่าดีขึ้น ที่เหลืออีกร้อยละ 19.0 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีผู้ใดที่เห็นว่าลดลง เมื่อรวมทั้งผู้ประกอบการรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs แล้ว ผู้ประกอบการทั้งหมด ร้อยละ 83.3 เชื่อว่าผลจากโครงการส่งเสริม OTOP ได้ทำให้ยอดขายหรือรายได้ของตนเองดีขึ้น ขณะที่ร้อยละ 9.4 เห็นว่ารายได้ไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 7.3 เห็นว่ามียอดขายที่ลดลง

3) การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 88.6 มีความเห็นว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์ของตนมีผลการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น ร้อยละ 11.4 เห็นว่าไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง แต่ไม่มีผู้ใดที่เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 82.6 เห็นว่าดีขึ้นร้อยละ 16.5 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 0.9 เห็นว่าลดลง SMEs ร้อยละ 95.2 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 4.8 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีผู้ใดที่เห็นว่าลดลง รวมทั้งหมดแล้วมีผู้ใดที่เห็นว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 85.1 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ร้อยละ 14.3 มีความเห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงและอีกร้อยละ 0.6 เห็นว่าลดลง

4) ปริมาณผลผลิต

ปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้รายได้หรือยอดขายของผู้ประกอบการ OTOP เพิ่มขึ้นถ้าหากสินค้าดังกล่าวมีตลาดรองรับและสามารถจัดจำหน่ายได้ ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 81.0 เห็นว่าโครงการ OTOP มีผลทำให้ปริมาณการผลิตในปัจจุบันของตนเองดีขึ้น ร้อยละ 14.4 มีความเห็นว่าปริมาณผลผลิตของตนไม่ได้เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 4.6 เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนั้นร้อยละ 70.4 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 25.5 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 4.0 เห็นว่าลดลง ในด้านของ SMEs ร้อยละ 90.9 เห็นว่าดีขึ้น และส่วนที่เหลือร้อยละ 9.1 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีผู้ใดที่เห็นว่าปริมาณผลผลิตของตนเองลดลง เมื่อรวมผู้ประกอบการทั้งหมดทุกประเภทแล้วมีผู้ใดที่เห็นว่าปริมาณผลผลิตเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 74.9 ไม่เปลี่ยนแปลงคิดเป็นร้อยละ 21.1 และเห็นว่าการลดลงร้อยละ 4.1

5) ช่องทางการตลาดและหรือการขาย

ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 84.2 มีความเห็นว่าช่องทางการตลาดของตนเปลี่ยนแปลงดีขึ้น ร้อยละ 14.1 เห็นว่าคงที่หรือไม่เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 1.7 เห็นว่าเปลี่ยนแปลงลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนั้น ร้อยละ 75.7 เห็นว่าช่องทางการตลาดหรือการขายดีขึ้น ร้อยละ 23.3 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.9 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 95.5 เห็นว่าช่องทางการตลาดของตนเองดีขึ้น ร้อยละ 4.5 มีความเห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง แต่ไม่มีผู้ใดที่เห็นว่าลดลง เมื่อรวมทั้งผู้ประกอบการรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs มีผู้ใดที่เห็นว่าช่องทางการตลาดหรือการขายดีขึ้นร้อยละ 79.5 ซึ่งนับว่าค่อนข้างสูงพอสมควร ร้อยละ 19.4 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงและมีส่วนที่เห็นว่าลดลงร้อยละ 1.2



6) จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 75.9 เห็นว่าจำนวนประเภทผลิตภัณฑ์ของธุรกิจของตนเองเปลี่ยนแปลงไปในจำนวนที่สูงขึ้น ร้อยละ 19.5 มีความเห็นว่าจำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์คงที่หรือไม่ได้เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 4.6 เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนั้น ร้อยละ 66.3 เห็นว่าดีขึ้นร้อยละ 26.3 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 7.5 มีความเห็นว่าจำนวนประเภทผลิตภัณฑ์ของตนลดลง SMEs ร้อยละ 95.5 เห็นว่าดีขึ้นหรือเพิ่มขึ้น และอีกร้อยละ 4.5 เห็นว่าลดลง ไม่มีผู้เห็นว่าจำนวนประเภทผลิตภัณฑ์ไม่เปลี่ยนแปลง รวมรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและSMEs ทั้ง 3 ประเภทมีผู้เห็นว่าดีขึ้นร้อยละ 70.7 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 22.9 และที่มีความเห็นว่าลดลงร้อยละ 6.4

7) กำลังการผลิต

กำลังการผลิตของธุรกิจของผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 78.4 เห็นว่าเพิ่มขึ้นหรือมีกำลังการผลิตที่สูงขึ้น, ร้อยละ 17.0 ของผู้ตอบมีความเห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 4.5 เห็นว่าลดลง ในด้านกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ส่วนที่เห็นว่ากำลังการผลิตของธุรกิจของกลุ่มของตนดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 72.4 ของจำนวนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนทั้งหมด ร้อยละ 19.7 มีความเห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 7.8 เห็นว่าลดลง SMEs ร้อยละ 95.2 มีความเห็นว่าดีขึ้น, ร้อยละ 4.8 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีผู้เห็นว่าเปลี่ยนแปลงลดลง เมื่อรวมทั้งหมดทุกประเภทแล้ว มีผู้เห็นว่ากำลังการผลิตในธุรกิจของตนดีขึ้นร้อยละ 75.4 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 18.2 และอีกร้อยละ 6.4 เห็นว่าลดลง

8) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช.

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงพอสมควรประมาณร้อยละ 67.4 ที่มองเห็นว่าจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. ของตนเองดีขึ้น ร้อยละ 31.4 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ในขณะที่อีกร้อยละ 1.1 เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนในสัดส่วนที่สูงประมาณร้อยละ 42.4 ที่เห็นว่าจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. ของตนเองดีขึ้น และค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 56.3 ที่เห็นว่าได้รับ มผช. ไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 1.3 ที่เห็นว่าลดลง ในส่วนของ SMEs ร้อยละ 50.0 มีความเห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 45.5 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงและอีกร้อยละ 4.5 เห็นว่าลดลง รวมทั้ง 3 ประเภทแล้ว มีผู้เห็นว่ามาตรฐาน มผช. ดีขึ้น ร้อยละ 51.3 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 47.4 และอีกร้อยละ 1.4 ที่เห็นว่าจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. ของตนลดลง จากค่าดังกล่าวอาจสรุปได้ว่าการส่งเสริมด้านมาตรฐาน มผช. เป็นประเด็นการพัฒนาประเด็นหนึ่งที่มีจำนวนผู้ประกอบการที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงมากพอสมควร

9) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีหลายมิติของการพัฒนารวมทั้งความสวยงาม น่าจับต้องซื้อขายด้วยนั้น ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 75.3 มีความเห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 23.6 มีความเห็นว่าพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของตนค่อนข้างไม่เปลี่ยนแปลง ขณะที่อีกร้อยละ 1.1 เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นไปในทิศทางที่ลดลงซึ่งอาจจะเป็นลักษณะของการลดลงในเชิงของการเปรียบเทียบกับรายอื่นๆ ก็ได้เช่นกัน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 36.2 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ร้อยละ 62.8 เห็นว่าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น และร้อยละ 1.0 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs ทั้งหมดเห็นว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น รวมทั้งรายเดี่ยวกลุ่มผู้ผลิต



ชุมชนและ SMEs มีผู้ที่เห็นว่าเปลี่ยนแปลงดีขึ้นร้อยละ 68.6 มีความเห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 30.4 ขณะที่อีกร้อยละ 1.0 เห็นว่าลดลง

10) ประสิทธิภาพการผลิต

การประเมินประสิทธิภาพการผลิตที่อาจพอสังเกตเห็นได้จากคุณลักษณะที่สำคัญบางประการของการผลิต เช่น ระยะเวลาการทำงานที่ลดลง หรือต้นทุนการผลิตที่ลดลง เป็นต้น ผู้ประกอบการรายเดียวประมาณร้อยละ 63.6 มีความเห็นว่าการผลิตในธุรกิจของตนเองดีขึ้นซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงพอสมควร ร้อยละ 32.9 มีความเห็นว่าการผลิตของตนเองมีประสิทธิภาพการผลิตคงที่ และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3.5 เห็นว่าลดลง สำหรับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 60.6 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 35.9 มีความเห็นว่าการผลิตคงที่ ในขณะที่อีกร้อยละ 3.5 ที่เห็นว่าการลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 85.0 เห็นว่าดีขึ้นและอีกร้อยละ 15.0 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง ไม่มีผู้ใดเห็นว่าการลดลง เมื่อรวมทั้งหมดทุกประเภทแล้วมีผู้ที่เห็นว่าประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นร้อยละ 62.6 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 34.1 และมีความเห็นว่าการลดลงร้อยละ 3.4 เป็นที่น่าสังเกตว่าในประเด็นของประสิทธิภาพการผลิตนี้ สัดส่วนของผู้ประกอบการที่ตอบว่าดีขึ้นเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการทั้งหมดทั้งประเภทรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนรวมทั้ง SMEs มีค่าค่อนข้างสูงพอสมควร

11) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการผลิต การปรับปรุงผลิตภัณฑ์

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ถือได้ว่าเป็นนโยบายพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งของการส่งเสริม OTOP ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาสินค้าบงกซ์ความรู้ที่ได้มีการสั่งสมกันมาในแต่ละพื้นที่ จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 77.6 เห็นว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ของธุรกิจของตนเองมีทิศทางที่ดีขึ้น ร้อยละ 21.2 มีความเห็นว่าการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ได้เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 1.2 เห็นว่าการลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนั้นร้อยละ 74.3 เห็นว่าดีขึ้น ขณะที่ร้อยละ 25.4 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.3 มีความเห็นว่าการลดลง ผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 81.8 เห็นว่าดีขึ้นและอีกร้อยละ 18.2 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรวมทั้งหมดทุกประเภทแล้ว มีผู้ที่เห็นว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP มีสถานะที่ดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 75.7 ของผู้ตอบทั้งหมด เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 23.7 และอีกร้อยละ 0.6 มีความเห็นว่าการลดลง

12) ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ

ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 72.5 เห็นว่าโดยรวมแล้วการบริหารจัดการธุรกิจ OTOP ในปัจจุบันของตนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ร้อยละ 26.3 มีความเห็นว่าการบริหารจัดการธุรกิจของตนเองไม่ได้เปลี่ยนแปลง และมีอีกร้อยละ 1.2 ที่เห็นว่าความสามารถในการบริหารลดลง ส่วนความสามารถในการบริหารของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 55.5 มีความเห็นว่าการดีขึ้น ร้อยละ 43.2 เห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 1.3 เห็นว่าการลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 86.4 เห็นว่าดีขึ้นและที่เหลืออีกร้อยละ 13.6 มีความเห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรวมทั้งหมดทุกประเภทแล้ว มีผู้ที่เห็นว่าการบริหารจัดการดีขึ้นเท่ากับร้อยละ 62.7 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 36.1 และในทางตรงกันข้ามที่เห็นว่าการลดลงมีสัดส่วนร้อยละ 1.2 ซึ่งการลดลงดังกล่าวนี้อาจหมายถึงเป็นการลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับรายอื่นๆ หรือเมื่อเทียบกับสภาพทางธุรกิจโดยรวมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป



13) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต

ตามนโยบายส่งเสริม OTOP ของรัฐบาลหลายๆ ชุดมีการระบุว่าจะนำเทคโนโลยีและความรู้สมัยใหม่มาใช้เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของการผลิตสินค้า OTOP ให้สูงขึ้น ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลความเห็นของผู้ประกอบการ OTOP พบว่า ในส่วนของผู้ประกอบการประเภทรายเดี่ยวร้อยละ 51.2 มีความเห็นว่าการนำเทคโนโลยีและความรู้สมัยใหม่มาใช้ในการผลิตมีสถานภาพที่ดีขึ้น ร้อยละ 47.1 มีความเห็นว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ไม่ได้เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 1.8 เห็นว่าลดลง สำหรับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีสัดส่วนร้อยละ 40.1 ที่มีความเห็นที่ดีขึ้น และในจำนวนสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 58.9 ของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และที่เหลืออีกร้อยละ 1.0 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs มีร้อยละ 59.1 ที่เห็นว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิตเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น และร้อยละ 40.9 ที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งสามกลุ่มแล้ว มีผู้ที่ตอบว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ผลิตสินค้ามีทิศทางที่ดีขึ้นเท่ากับร้อยละ 44.8 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 54.0 และที่เห็นว่าจะลดลงร้อยละ 1.2 จากผลที่ได้ดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าประเด็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในวิสาหกิจ OTOP ในมุมมองของผู้ประกอบการ OTOP เป็นประเด็นของการส่งเสริมและพัฒนา OTOP ประเด็นหนึ่งที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างค่อนข้างเด่นชัด

14) การจ้างงาน

ในทำนองเดียวกัน จำนวนการจ้างงานก็เป็นเป้าหมายทางนโยบายของการส่งเสริม OTOP ที่ต้องการให้มีการสร้างงานในท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น ข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 55.6 เห็นว่า การจ้างงานในธุรกิจของตนดีขึ้น ร้อยละ 36.3 มีความเห็นว่าจะหรือไม่ได้เปลี่ยนแปลง ในขณะที่ร้อยละ 8.2 เห็นว่าการจ้างงานของตนลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 45.8 เห็นว่าดีขึ้น และในจำนวนที่เท่ากันอีกร้อยละ 45.8 ที่มีความเห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 8.4 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 76.2 เห็นว่ามีการจ้างงานดีขึ้น ร้อยละ 19.0 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงและร้อยละ 4.8 มีความเห็นว่าจะลดลง รวมทั้งสามกลุ่มแล้วมีผู้ที่เห็นว่าการจ้างงานในธุรกิจของตนเปลี่ยนแปลงดีขึ้นร้อยละ 50.5 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 41.3 และเห็นว่าจะลดลงอีกร้อยละ 8.1

15) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 45.7 เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนในธุรกิจของตนดีขึ้น ร้อยละ 46.3 มีความเห็นว่าจะไม่ได้เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 7.9 เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีสัดส่วนผู้ตอบสูงถึงร้อยละ 67.0 ที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ในขณะที่ร้อยละ 31.0 เห็นว่าดีขึ้น และอีกร้อยละ 2.0 เห็นว่าลดลง ในส่วนของ SMEs ร้อยละ 61.9 มีความเห็นว่าจะดีขึ้นและอีกร้อยละ 38.1 มีความเห็นว่าจะไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวโดยรวมแล้ว ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งหมดร้อยละ 37.4 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 58.7 เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนไม่เปลี่ยนแปลง ส่วนอีกร้อยละ 4.0 เห็นว่าลดลง อาจกล่าวได้ว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนนี้เป็นประเด็นการส่งเสริมอีกเรื่องหนึ่งที่จำนวนผู้ที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงมีสัดส่วนที่สูงมากกว่าผู้ที่เห็นว่ามีทิศทางที่ดีขึ้นและลดลง



16) จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มอาจเป็นตัวสะท้อนถึงความเข้มแข็งของกลุ่มได้ด้วยเช่นกัน เพราะเมื่อกลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น ขนาดของการผลิตจะมีมากขึ้น รวมทั้งอำนาจต่อรองต่างๆ ก็จะสามารถเพิ่มขึ้นได้ด้วยเช่นกัน จากการตอบของผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 50.7 เห็นว่าดีขึ้นหรือมีจำนวนสมาชิกในกลุ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับระยะแรกๆ ของการมีโครงการ OTOP ซึ่งนับว่าเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงพอสมควร ร้อยละ 43.4 มีความเห็นว่าจำนวนสมาชิกในกลุ่มไม่ได้เปลี่ยนแปลง และอีกร้อยละ 5.9 เห็นว่าลดลง ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ซึ่งสูงถึงร้อยละ 58.2 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ร้อยละ 35.2 เห็นว่าดีขึ้นในขณะที่อีกร้อยละ 6.6 เห็นว่าลดลง ส่วน SMEs ร้อยละ 58.8 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 35.3 เห็นว่าคงที่และอีกร้อยละ 5.9 เห็นว่าลดลง รวมทั้งสามกลุ่มแล้วมีผู้ที่เห็นว่าดีขึ้นร้อยละ 41.0 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงคิดเป็นร้อยละ 52.6 และที่เห็นว่าลดลงมีร้อยละ 6.3 ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับบางประเด็นข้างต้นที่มีผู้ตอบว่าไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่ตอบว่าดีขึ้นหรือลดลง

17) ยอดส่งออกต่างประเทศ

การประเมินการส่งออกต่างประเทศของผู้ประกอบการ OTOP ประเภทรายเดียวพบว่า ร้อยละ 34.0 เห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 56.9 มีความเห็นว่าไม่ได้เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 9.2 เห็นว่าลดลง สำหรับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 22.1 เห็นว่าดีขึ้น, ร้อยละ 75.5 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงพอสมควรที่เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง ในขณะที่ร้อยละ 2.4 เห็นว่าลดลง ด้านผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 45.0 มีความเห็นว่าดีขึ้น ร้อยละ 50.0 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง และร้อยละ 5.0 เห็นว่าลดลง รวมทั้งประเภทรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs มีผู้ที่เห็นว่าดีขึ้นมีสัดส่วนร้อยละ 28.1 เห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลงคิดเป็นร้อยละ 66.7 และมีส่วนที่เห็นว่าลดลงร้อยละ 5.2



ตารางที่ 8-12 จำนวนและร้อยละผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์จากโครงการ OTOP ที่มีต่อธุรกิจของตนเองที่เปลี่ยนแปลงไป นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545หรือปีที่เริ่มผลิตสินค้า OTOP จนถึงปัจจุบัน จำแนกตามลักษณะของกิจการ

หน่วย : ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว				กลุ่มผู้ผลิตชุมชน				กลุ่มผู้ผลิต SMEs				รวม			
	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
คุณภาพ ผลผลิต	165 92.7%	0 0.0%	13 7.3%	178 100.0%	279 86.1%	1 0.3%	44 13.6%	324 100.0%	20 90.9%	0 0.0%	2 9.1%	22 100.0%	464 88.5%	1 .2%	59 11.3%	524 100.0%
ยอดขาย / รายได้ เพิ่มขึ้น	155 87.1%	12 6.7%	11 6.2%	178 100.0%	261 81.3%	26 8.1%	34 10.6%	321 100.0%	17 81.0%	0 0.0%	4 19.0%	21 100.0%	433 83.3%	38 7.3%	49 9.4%	520 100.0%
รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ ใหม่	156 88.6%	0 0.0%	20 11.4%	176 100.0%	265 82.6%	3 .9%	53 16.5%	321 100.0%	20 95.2%	0 0.0%	1 4.8%	21 100.0%	441 85.1%	3 .6%	74 14.3%	518 100.0%
ปริมาณ ผลผลิต	141 81.0%	8 4.6%	25 14.4%	174 100.0%	226 70.4%	13 4.0%	82 25.5%	321 100.0%	20 90.9%	0 0.0%	2 9.1%	22 100.0%	387 74.9%	21 4.1%	109 21.1%	517 100.0%
ช่องทาง การตลาด / การขาย	149 84.2%	3 1.7%	25 14.1%	177 100.0%	240 75.7%	3 .9%	74 23.3%	317 100.0%	21 95.5%	0 0.0%	1 4.5%	22 100.0%	410 79.5%	6 1.2%	100 19.4%	516 100.0%
จำนวน ประเภทของ ผลิตภัณฑ์	132 75.9%	8 4.6%	34 19.5%	174 100.0%	212 66.3%	24 7.5%	84 26.3%	320 100.0%	21 95.5%	1 4.5%	0 0.0%	22 100.0%	365 70.7%	33 6.4%	118 22.9%	516 100.0%
กำลังการ ผลิต	138 78.4%	8 4.5%	30 17.0%	176 100.0%	231 72.4%	25 7.8%	63 19.7%	319 100.0%	20 95.2%	0 0.0%	1 4.8%	21 100.0%	389 75.4%	33 6.4%	94 18.2%	516 100.0%



ตารางที่ 8-12 จำนวนและร้อยละผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์จากโครงการ OTOP ที่มีต่อธุรกิจของตนเองที่เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545หรือปีที่เริ่มผลิตสินค้า OTOP จนถึงปัจจุบัน จำแนกตามลักษณะของกิจการ (ต่อ)

หน่วย : ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว				กลุ่มผู้ผลิตชุมชน				กลุ่มผู้ผลิต SMEs				รวม			
	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช.	118 67.4%	2 1.1%	55 31.4%	175 100.0%	134 42.4%	4 1.3%	178 56.3%	316 100.0%	11 50.0%	1 4.5%	10 45.5%	22 100.0%	263 51.3%	7 1.4%	243 47.4%	513 100.0%
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	131 75.3%	2 1.1%	41 23.6%	174 100.0%	196 62.8%	3 1.0%	113 36.2%	312 100.0%	21 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	21 100.0%	348 68.6%	5 1.0%	154 30.4%	507 100.0%
ประสิทธิภาพในการผลิต (ลดเวลาลดต้นทุนการผลิต)	110 63.6%	6 3.5%	57 32.9%	173 100.0%	189 60.6%	11 3.5%	112 35.9%	312 100.0%	17 85.0%	0 0.0%	3 15.0%	20 100.0%	316 62.6%	17 3.4%	172 34.1%	505 100.0%
การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการผลิต/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์	132 77.6%	2 1.2%	36 21.2%	170 100.0%	231 74.3%	1 .3%	79 25.4%	311 100.0%	18 81.8%	0 0.0%	4 18.2%	22 100.0%	381 75.7%	3 0.6%	119 23.7%	503 100.0%



ตารางที่ 8-12 จำนวนและร้อยละผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์จากโครงการ OTOP ที่มีต่อธุรกิจของตนเองที่เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545หรือปีที่เริ่มผลิตสินค้า OTOP จนถึงปัจจุบัน จำแนกตามลักษณะของกิจการ (ต่อ)

หน่วย : ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว				กลุ่มผู้ผลิตชุมชน				กลุ่มผู้ผลิต SMEs				รวม			
	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ	124 72.5%	2 1.2%	45 26.3%	171 100.0%	171 55.5%	4 1.3%	133 43.2%	308 100.0%	19 86.4%	0 0.0%	3 13.6%	22 100.0%	314 62.7%	6 1.2%	181 36.1%	501 100.0%
การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต	87 51.2%	3 1.8%	80 47.1%	170 100.0%	122 40.1%	3 1.0%	179 58.9%	304 100.0%	13 59.1%	0 0.0%	9 40.9%	22 100.0%	222 44.8%	6 1.2%	268 54.0%	496 100.0%
การจ้างงาน	95 55.6%	14 8.2%	62 36.3%	171 100.0%	137 45.8%	25 8.4%	137 45.8%	299 100.0%	16 76.2%	1 4.8%	4 19.0%	21 100.0%	248 50.5%	40 8.1%	203 41.3%	491 100.0%
ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	75 45.7%	13 7.9%	76 46.3%	164 100.0%	91 31.0%	6 2.0%	197 67.0%	294 100.0%	13 61.9%	0 0.0%	8 38.1%	21 100.0%	179 37.4%	19 4.0%	281 58.7%	479 100.0%
จำนวนสมาชิกในกลุ่ม	77 50.7%	9 5.9%	66 43.4%	152 100.0%	107 35.2%	20 6.6%	177 58.2%	304 100.0%	10 58.8%	1 5.9%	6 35.3%	17 100.0%	194 41.0%	30 6.3%	249 52.6%	473 100.0%
ยอดส่งออกต่างประเทศ	52 34.0%	14 9.2%	87 56.9%	153 100.0%	46 22.1%	5 2.4%	157 75.5%	208 100.0%	9 45.0%	1 5.0%	10 50.0%	20 100.0%	107 28.1%	20 5.2%	254 66.7%	381 100.0%
อื่นๆ เช่น ทางภาครัฐ (ทหาร) ให้งบ	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%



ตารางที่ 8-12 จำนวนและร้อยละผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์จากโครงการ OTOP ที่มีต่อธุรกิจของตนเองที่เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545หรือปีที่เริ่มผลิตสินค้า OTOP จนถึงปัจจุบัน จำแนกตามลักษณะของกิจการ (ต่อ)

หน่วย : ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว				กลุ่มผู้ผลิตชุมชน				กลุ่มผู้ผลิต SMEs				รวม			
	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	รวม
การดำเนินงาน otop น้อยมา งาน otop มีการเก็บค่าบูธ																



เนื่องจากไม่ได้มีการกำหนดเป้าหมายของการดำเนินนโยบาย OTOP ไว้ว่าค่า “เกณฑ์ของความสำเร็จ” หรือ “ค่าเป้าหมาย” ในด้านต่างๆ ว่าควรจะมีค่าเท่าใด เพื่อนำมาใช้เป็นค่าเทียบเคียงได้ว่าบรรลุเป้าหมายแล้วหรือไม่ และในระดับที่มากน้อยเพียงใด ดังนั้นการใช้เกณฑ์มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นค่าตัดสินว่าดีขึ้นก็อาจเป็นทางเลือกหนึ่งของการวัดความสำเร็จได้เช่นกัน อย่างไรก็ตามเนื่องจากการส่งเสริมดูแลผู้ประกอบการให้เกิดความสำเร็จในการทำธุรกิจนั้น โดยแท้จริงแล้วเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก ดังเห็นได้ว่า เคยมีคำกล่าวอยู่บ่อยครั้งของหลายๆ คนที่อยู่ในวงการการส่งเสริมผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมและการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กล่าวกันว่า การเข้าไปส่งเสริม 100 ราย ถ้ามีความสำเร็จเกินครึ่งก็ถือว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจแล้ว เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินงานส่งเสริมการประกอบธุรกิจเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เพราะการทำธุรกิจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ประการ ทั้งปัจจัยภายในธุรกิจเองและปัจจัยภายนอกธุรกิจซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หรือภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น รวมทั้งความยากง่ายของการดำเนินงานโครงการต่างๆ ที่อาจไม่เท่ากันอีกด้วยเช่นกัน

การพิจารณาความสำเร็จของนโยบายโดยวัดจากระดับผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ เมื่อเทียบกับผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมดของการศึกษาครั้งนี้จึงใช้การพิจารณาในเชิงของการเปรียบเทียบระหว่างประเด็นต่างๆ ทั้ง 17 ประเด็น โดยรวมทั้งในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs ทั้งหมดเข้าด้วยกัน พบว่าประเด็นของการดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมธุรกิจ OTOP เกือบทั้งหมดได้ประสบความสำเร็จค่อนข้างดี โดยมีผู้ที่ตอบว่าดีขึ้นเมื่อเทียบกับผู้ที่ตอบทั้งหมดมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป ซึ่งในระหว่างเรื่องต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จดังกล่าวนี้ มีเรื่องที่ได้รับความสำเร็จค่อนข้างสูงมาก (มีผู้ตอบเพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไป) ได้แก่ คุณภาพผลผลิต ยอดขายหรือรายได้ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และอาจจะรวมถึงการพัฒนาช่องทางตลาดไว้ด้วย (มีผู้ตอบว่าดีขึ้นคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 79.5) อย่างไรก็ตามมีเพียง 4 ประเด็นเท่านั้น ได้แก่ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน จำนวนสมาชิกในกลุ่มหรือการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มและการส่งเสริมการส่งออกไปต่างประเทศเท่านั้นที่มีผู้ตอบว่าไม่เปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป

2.10 ความเห็นต่อผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานโครงการ OTOP ที่มีต่อผลลัพธ์ของธุรกิจ OTOP

เนื่องจากผลสำเร็จที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ OTOP ในด้านต่างๆ ตามข้อ 2.9 ที่กล่าวแล้วข้างต้น เช่น ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น คุณภาพการผลิตที่สูงขึ้น หรือการมีผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นนั้น อาจเป็นผลมาจากการได้เข้าร่วมโครงการโดยตรง หรือเป็นผลที่มาจากปัจจัยอื่นๆ เช่นผู้ประกอบการอาจคิดเองและทำขึ้นโดยที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการก็ได้ ดังนั้นเพื่อประเมินยืนยันความแน่นอนว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้เป็นผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นมาจากโครงการ OTOP ทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อม จึงได้ใช้คำถามในลักษณะเชิงทดสอบแบบย้อนกลับอีกครั้งหนึ่งโดยการสอบถามเฉพาะในส่วนผู้ที่ตอบว่าดีขึ้นนั้นว่าเป็นผลมาจากการเข้าร่วมโครงการ OTOP ที่หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ได้จัดขึ้นใช่หรือไม่ ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่า ความเห็นของผู้ประกอบการ OTOP ทั้งประเภทรายเดี่ยวกลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การเติบโตของธุรกิจในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้ เป็นผลมาจากการได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น



- 1) คุณภาพผลผลิต
- 2) ยอดขายและหรือรายได้
- 3) การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์
- 4) ปริมาณผลผลิต
- 5) ช่องทางการตลาดและหรือการขาย
- 6) จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์
- 7) กำลังการผลิต
- 8) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช.
- 9) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- 10) ประสิทธิภาพการผลิต
- 11) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการผลิต การปรับปรุงผลิตภัณฑ์
- 12) ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ
- 13) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต
- 14) การจ้างงาน
- 15) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน
- 16) จำนวนสมาชิกในกลุ่ม
- 17) ยอดส่งออกต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีเรื่องใดเลยของการทำธุรกิจ OTOP ของตนที่สามารถเติบโตขึ้นหรือดีขึ้นได้โดยไม่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ OTOP ก็ตาม แต่ก็ยังมีข้อสังเกตว่าในส่วนของสัดส่วนของผู้ประกอบการที่เห็นไปในทางตรงกันข้ามว่าผลที่เกิดขึ้นทั้งโดยตรงและโดยอ้อมดังกล่าวมิใช่มาจากการเข้าร่วมโครงการ โดยอาจใช้ค่าสัดส่วนที่ค่อนข้างมีนัยสำคัญระดับหนึ่ง (ในที่นี่ ประเมินจากระดับสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการทั้งหมดขึ้นไป) สามารถประเมินได้ว่าในเรื่องต่อไปนี้อาจไม่ได้มีผลมาจากโครงการ OTOP ทั้งหมดเป็นส่วนใหญ่ แต่มีผลมาจากเหตุผลอื่นๆ เช่น ความสามารถของตนเอง เป็นต้น ในส่วนของผู้ประกอบการรายเดี่ยว ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ การแสวงหาช่องทางการตลาด/การขาย จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต การจ้างงาน และการเพิ่มจำนวนสมาชิกในเครือข่าย ส่วนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนไม่มีเรื่องใดเลยที่ได้รับความสำเร็จโดยไม่ได้มีส่วนจากการดำเนินงานของภาครัฐ สำหรับ SMEs ได้แก่ ในเรื่องของคุณภาพผลผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประสิทธิภาพการผลิต การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต การจ้างงาน ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน การเพิ่มจำนวนสมาชิกในเครือข่าย และการส่งออก ซึ่งจากผลของข้อมูลในลักษณะดังกล่าวนี้ อาจสะท้อนการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐในอีกกรณีหนึ่งได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลจากการประเมินของ OTOP ประเภท SMEs ที่พบว่าเป็น OTOP ที่พยายามช่วยเหลือตนเองมากกว่า OTOP ประเภทรายเดี่ยวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชน (ตารางที่ 8-13)



ตารางที่ 8-13 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์ในเชิง
ของภาพรวมด้านต่างๆ ในระยะยาวอันเนื่องมาจากโครงการ OTOP นับตั้งแต่เริ่มมีโครงการมา
จนถึงปัจจุบัน จำแนกตามประเภท/ลักษณะของกิจการ

หน่วย: ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			รวมทั้งหมด		
	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม
คุณภาพผลผลิต	138 83.6%	27 16.4%	165 100.0%	245 87.8%	34 12.2%	279 100.0%	13 65.0%	7 35.0%	20 100.0%	396 85.3%	68 14.7%	464 100.0%
ยอดขาย / รายได้ เพิ่มขึ้น	137 88.4%	18 11.6%	155 100.0%	249 95.4%	12 4.6%	261 100.0%	15 88.2%	2 11.8%	17 100.0%	401 92.6%	32 7.4%	433 100.0%
รูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่	128 82.1%	28 17.9%	156 100.0%	238 89.8%	27 10.2%	265 100.0%	16 80.0%	4 20.0%	20 100.0%	382 86.6%	59 13.4%	441 100.0%
ปริมาณผลผลิต	133 94.3%	8 5.7%	141 100.0%	217 96.0%	9 4.0%	226 100.0%	17 85.0%	3 15.0%	20 100.0%	367 94.8%	20 5.2%	387 100.0%
ช่องทางการตลาด / การขาย	119 79.9%	30 20.1%	149 100.0%	213 88.8%	27 11.3%	240 100.0%	19 90.5%	2 9.5%	21 100.0%	351 85.6%	59 14.4%	410 100.0%
จำนวนประเภท ของผลิตภัณฑ์	100 75.8%	32 24.2%	132 100.0%	176 83.0%	36 17.0%	212 100.0%	14 66.7%	7 33.3%	21 100.0%	290 79.5%	75 20.5%	365 100.0%
กำลังการผลิต	109 79.0%	29 21.0%	138 100.0%	195 84.4%	36 15.6%	231 100.0%	14 70.0%	6 30.0%	20 100.0%	318 81.7%	71 18.3%	389 100.0%
จำนวนผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับมาตรฐาน มผช.	106 89.8%	12 10.2%	118 100.0%	129 96.3%	5 3.7%	134 100.0%	11 100.0%	0 0.0%	11 100.0%	246 93.5%	17 6.5%	263 100.0%
ความสวยงามของ บรรจุภัณฑ์	115 87.8%	16 12.2%	131 100.0%	180 91.8%	16 8.2%	196 100.0%	15 71.4%	6 28.6%	21 100.0%	310 89.1%	38 10.9%	348 100.0%
ประสิทธิภาพใน ด้านการผลิต ลด เวลาต้นทุน การผลิต%	85 77.3%	25 22.7%	110 100.0%	156 82.5%	33 17.5%	189 100.0%	13 76.5%	4 23.5%	17 100.0%	254 80.4%	62 19.6%	316 100.0%
การนำภูมิปัญญา ท้องถิ่นมาใช้ ประโยชน์ในการ ผลิต/ปรับปรุง ผลิตภัณฑ์	102 77.3%	30 22.7%	132 100.0%	190 82.3%	41 17.7%	231 100.0%	13 72.2%	5 27.8%	18 100.0%	305 80.1%	76 19.9%	381 100.0%
ความสามารถใน การบริหาร จัดการธุรกิจ	110 88.7%	14 11.3%	124 100.0%	154 90.1%	17 9.9%	171 100.0%	14 73.7%	5 26.3%	19 100.0%	278 88.5%	36 11.5%	314 100.0%
การนำเทคโนโลยี ใหม่ๆ มาใช้ใน การผลิต	69 79.3%	18 20.7%	87 100.0%	110 90.2%	12 9.8%	122 100.0%	9 69.2%	4 30.8%	13 100.0%	188 84.7%	34 15.3%	222 100.0%



ตารางที่ 8-13 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามประเด็นความเห็นต่อผลลัพธ์ใน
เชิงของภาพรวมด้านต่างๆ ในระยะยาวอันเนื่องมาจากโครงการ OTOP นับตั้งแต่เริ่มมี
โครงการมาจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามประเภท/ลักษณะของกิจการ (ต่อ)

หน่วย: ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			รวมทั้งหมด		
	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม	ใช่	ไม่ใช่	รวม
การจ้างงาน	76 80.0%	19 20.0%	95 100.0%	110 80.3%	27 19.7%	137 100.0%	9 56.3%	7 43.8%	16 100.0%	195 78.6%	53 21.4%	248 100.0%
ความสามารถใน การเข้าถึงแหล่ง เงินทุน	68 90.7%	7 9.3%	75 100.0%	82 90.1%	9 9.9%	91 100.0%	7 53.8%	6 46.2%	13 100.0%	157 87.7%	22 12.3%	179 100.0%
จำนวนสมาชิกใน กลุ่ม	61 79.2%	16 20.8%	77 100.0%	87 81.3%	20 18.7%	107 100.0%	7 70.0%	3 30.0%	10 100.0%	155 79.9%	39 20.1%	194 100.0%
ยอดส่งออก ต่างประเทศ	45 86.5%	7 13.5%	52 100.0%	40 87.0%	6 13.0%	46 100.0%	6 66.7%	3 33.3%	9 100.0%	91 85.0%	16 15.0%	107 100.0%
อื่นๆ เช่น ทาง ภาครัฐทหาร%ให้ งบการดำเนินงาน otop น้อยมางาน otop มีการเก็บ ค่าบูธ	2 100.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	2 100.0%

**2.11 ความเห็นต่อความเหมาะสมของรูปแบบการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐแก่ผู้ประกอบการ
OTOP**

ผู้ประกอบการ OTOP มีความเห็นต่อความเหมาะสมของโครงการประเภทต่างๆ ที่ภาครัฐจัดให้
ดังนี้

1) โครงการประเภทการอบรมอาชีพ ผู้ประกอบการรายเดี่ยวร้อยละ 91.0 เห็นว่าเหมาะสม
กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 91.4 เห็นว่าเหมาะสม และ SMEs ร้อยละ 72.2 เห็นว่าเหมาะสม โดยรวมแล้ว
ผู้ประกอบการ OTOP ร้อยละ 90.4 มีความเห็นว่าการอบรมอาชีพ ที่หน่วยงานภาครัฐต่างๆ
ได้จัดทำที่ผ่านมานั้น มีความเหมาะสมดีแล้ว และมีข้อเสนอแนะว่าควรดำเนินการให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาส
ในการสร้างอาชีพ อย่างไรก็ตามมีข้อเสนอว่าการอบรมของบางโครงการอาจไม่เหมาะสมกับพื้นฐานของ
ผู้เข้าร่วมอบรม ดังนั้นในการเชิญชวนเข้าร่วมโครงการ ควรชี้แจงทำความเข้าใจว่าผู้ที่ภาครัฐต้องการให้เข้าร่วม
ที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง

2) โครงการอบรมประเภทการพัฒนาความรู้การประกอบธุรกิจ OTOP เฉพาะด้าน เช่น
การพัฒนาและปรับปรุงการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การตลาด
การบริหารจัดการ การบัญชี การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน เป็นต้น ผู้ประกอบการรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน
และ SMEs ร้อยละ 93.7 และ 92.7 และ 95.5 ตามลำดับ มีความเห็นว่าได้ดำเนินงานมาอย่างเหมาะสม



มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถเพิ่มขึ้นทุกด้านที่อบรม มีตลาดใหม่ๆ มากขึ้น ส่งผลให้มีรายรับหรือยอดขายที่เพิ่มขึ้น

3) โครงการประเภทการจัดหาที่ปรึกษามาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาธุรกิจ ในด้านต่างๆ ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 85.3 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 84.3 และ SMEs ร้อยละ 75.0 มีความเห็นว่าเหมาะสมแล้ว อย่างไรก็ตามบางรายมีข้อเสนอว่าอาจให้ปราชญ์ชาวบ้านมาอบรมอาจดีกว่าวิทยากรที่หน่วยที่จัดอบรมได้เชิญมา

4) โครงการประเภทการให้ความช่วยเหลือในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ สิ่งของ และอื่นๆ ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 75.7 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 72.8 และ SMEs ร้อยละ 88.9 มีความเห็นว่าเหมาะสม มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการเพิ่มความสามารถในด้านการผลิต และเพิ่มศักยภาพความพร้อมในการขยายความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

5) โครงการประเภทการออกร้านขายสินค้าผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 90.2 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 90.1 และ SMEs ร้อยละ 86.4 มีความเห็นว่าเหมาะสมแต่มีข้อสังเกตว่าในบางครั้งกลุ่มลูกค้าอาจไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย หรือประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายบางครั้งไม่ตรงตามฤดูกาลที่ต้องการ เช่น ฤดูร้อนอาจไม่ต้องการผ้าห่ม เป็นต้น และเห็นว่าควรเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมงานออกร้านควรให้มีการกระจายและหรือหมุนเวียนไปยังรายอื่นๆ ให้ทั่วถึง

6) โครงการประเภทการแสดงนิทรรศการ และหรือการจัดคู่ธุรกิจ ผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 83.2 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 82.1 และ SMEs ร้อยละ 72.2 มีความเห็นว่าเหมาะสมเป็นการทำให้ได้เผยแพร่ให้ประชาชนและผู้บริโภคได้รู้จักสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกันก็เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

7) โครงการประเภทการสร้างและพัฒนาเครือข่าย ผู้ประกอบการรายเดียวกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs ร้อยละ 87.8 89.2 และ 85.7ตามลำดับ เห็นว่าการดำเนินการที่ผ่านมามีความเหมาะสมดีแล้ว และควรมีการดำเนินการให้มากยิ่งขึ้นไปอีกเพื่อเกิดการพัฒนาเครือข่ายที่มากขึ้น และสร้างความเข้มแข็งระหว่างกลุ่มให้สูงยิ่งขึ้น

8) โครงการประเภทการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร้อยละ 81.6 86.1 และ 80.0 ของผู้ประกอบการประเภทรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs ตามลำดับที่มีความเห็นว่าภาครัฐโดยหน่วยงานต่างๆ ได้ดำเนินการมาอย่างเหมาะสมดีแล้ว เป็นโอกาสที่ทำให้ได้เห็นการพัฒนาของประเทศที่เป็นคู่แข่ง ได้ความรู้และประสบการณ์เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าของตนเอง

9) โครงการประเภทการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ผู้ประกอบการประเภทรายเดียว ร้อยละ 81.6 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 81.4 และ SMEs ร้อยละ 88.9 มีความเห็นว่าได้ดำเนินงานโครงการเหมาะสมดีแล้ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากยังมีบางส่วนที่ยังไม่สามารถได้รับเงินทุนไปดำเนินการได้จึงมีความเห็นว่ยังไม่ได้มีการให้การสนับสนุนอย่างแท้จริง ซึ่งอาจจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาเชิงลึกในประเด็นนี้อีกต่อไปว่า โดยแท้จริงแล้วปัญหาที่ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งประเภทรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้นั้น เป็นปัญหาเนื่องจากด้านผู้ประกอบการ (อุปสงค์) หรือด้านสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุน (อุปทาน) เพื่อจะได้กำหนดแนวทางแก้ไขที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป



ตารางที่ 8-14 จำนวนผู้ประกอบการจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมของรูปแบบการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐแก่ผู้ประกอบการ OTOP / กลุ่มวิสาหกิจ
 จำแนกตามประเภทลักษณะของกิจการ

หน่วย : ราย(ร้อยละ)

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			ภาพรวม			เหตุผลสนับสนุน
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	
1) การอบรมอาชีพ	132 91.0%	13 9.0%	145 100.0%	244 91.4%	23 8.6%	267 100.0%	13 72.2%	5 27.8%	18 100.0%	388 90.4%	41 9.6%	429 100.0%	1.ควรทำบ่อย เพิ่มโอกาสสร้างอาชีพ 2.บางโครงการไม่เหมาะสมกับ ผู้ประกอบการควรบอกว่าแต่ละโครงการ เหมาะกับผู้ประกอบการระดับใด
2) การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด การบริหารจัดการ การ บัญชี การพัฒนาทักษะ แรงงาน เป็นต้น	164 93.7%	11 6.3%	175 100.0%	290 92.7%	23 7.3%	313 100.0%	21 95.5%	1 4.5%	22 100.0%	474 93.1%	35 6.9%	509 100.0%	1.จะมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นทุกด้าน ที่ได้รับการอบรม 2.ทำให้มีตลาดใหม่มากขึ้น ทำให้สินค้ามี มูลค่ามากขึ้น
3) การจัดหาที่ปรึกษามาให้ คำปรึกษาแนะนำ/ ช่วยเหลือเพื่อพัฒนาใน ด้านต่างๆ	133 85.3%	23 14.7%	156 100.0%	236 84.3%	44 15.7%	280 100.0%	15 75.0%	5 25.0%	20 100.0%	383 84.2%	72 15.8%	455 100.0%	ใช้ประโยชน์ชาวบ้านในการอบรมผู้มีความรู้ โดยตรงดีกว่าวิทยากร
4) การให้ความช่วยเหลือใน ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ สิ่งของ และอื่นๆ	106 75.7%	34 24.3%	140 100.0%	193 72.8%	72 27.2%	265 100.0%	16 88.9%	2 11.1%	18 100.0%	314 74.4%	108 25.6%	422 100.0%	1.ขาดงบประมาณในเรื่องค่าเดินทางค่าที่พัก 2.เครื่องมือไม่เพียงพอ จำนวนไม่พอต้อง จัดหา
5) การออกร้านขายสินค้า	156 90.2%	17 9.8%	173 100.0%	291 90.1%	32 9.9%	323 100.0%	19 86.4%	3 13.6%	22 100.0%	465 89.9%	52 10.1%	517 100.0%	1.กลุ่มลูกค้าไม่ใช่เนื่องจากทางกลุ่มผลิต ผ้าห่มการออกแสดงงานในฤดูร้อนหรือฝน ไม่มีผลต่อยอดขาย 2.ควรกระจายและหมุนเวียนให้ทั่วถึง



ตารางที่ 8-14 จำนวนผู้ประกอบการจำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมของรูปแบบการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐแก่ผู้ประกอบการ OTOP / กลุ่มวิสาหกิจ
 จำแนกตามประเภทลักษณะของกิจการ (ต่อ)

หน่วย : ราย

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			กลุ่มผู้ผลิต SMEs			ภาพรวม			เหตุผลสนับสนุน
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	รวม	
6) การแสดงนิทรรศการ / การจับคู่ธุรกิจ	114 83.2%	23 16.8%	137 100.0%	202 82.1%	44 17.9%	246 100.0%	13 72.2%	5 27.8%	18 100.0%	328 82.0%	72 18.0%	400 100.0%	ทำให้เผยแพร่ให้ผู้คนได้รู้จักกันมากขึ้น ได้รู้ถึงความต้องการของลูกค้า
7) การสร้าง/พัฒนาเครือข่าย	137 87.8%	19 12.2%	156 100.0%	247 89.2%	30 10.8%	277 100.0%	18 85.7%	3 14.3%	21 100.0%	401 88.5%	52 11.5%	453 100.0%	มีการพัฒนาเครือข่ายมากขึ้นและสร้างความเข้มแข็งระหว่างกลุ่ม
8) การศึกษาดูงานในประเทศ / ต่างประเทศ	120 81.6%	27 18.4%	147 100.0%	230 86.1%	37 13.9%	267 100.0%	16 80.0%	4 20.0%	20 100.0%	365 84.3%	68 15.7%	433 100.0%	ทำให้ได้เห็นการพัฒนาของประเทศที่เป็นคู่แข่ง นำมาพัฒนาสินค้าเอง
9) การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	111 81.6%	25 18.4%	136 100.0%	192 81.4%	44 18.6%	236 100.0%	16 88.9%	2 11.1%	18 100.0%	318 81.7%	68 18.3%	389 100.0%	เพราะชาวบ้านกลุ่มยังไม่หน่วยงานที่สนับสนุนอย่างแท้จริง
10) อื่นๆ	1 100.0%	0 0.0%	1 100.0%	1 100.0%	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	2 100.0%	ดูงานต่างประเทศควรจัดไปตามความเหมาะสม สิ้นเปลืองงบประมาณ

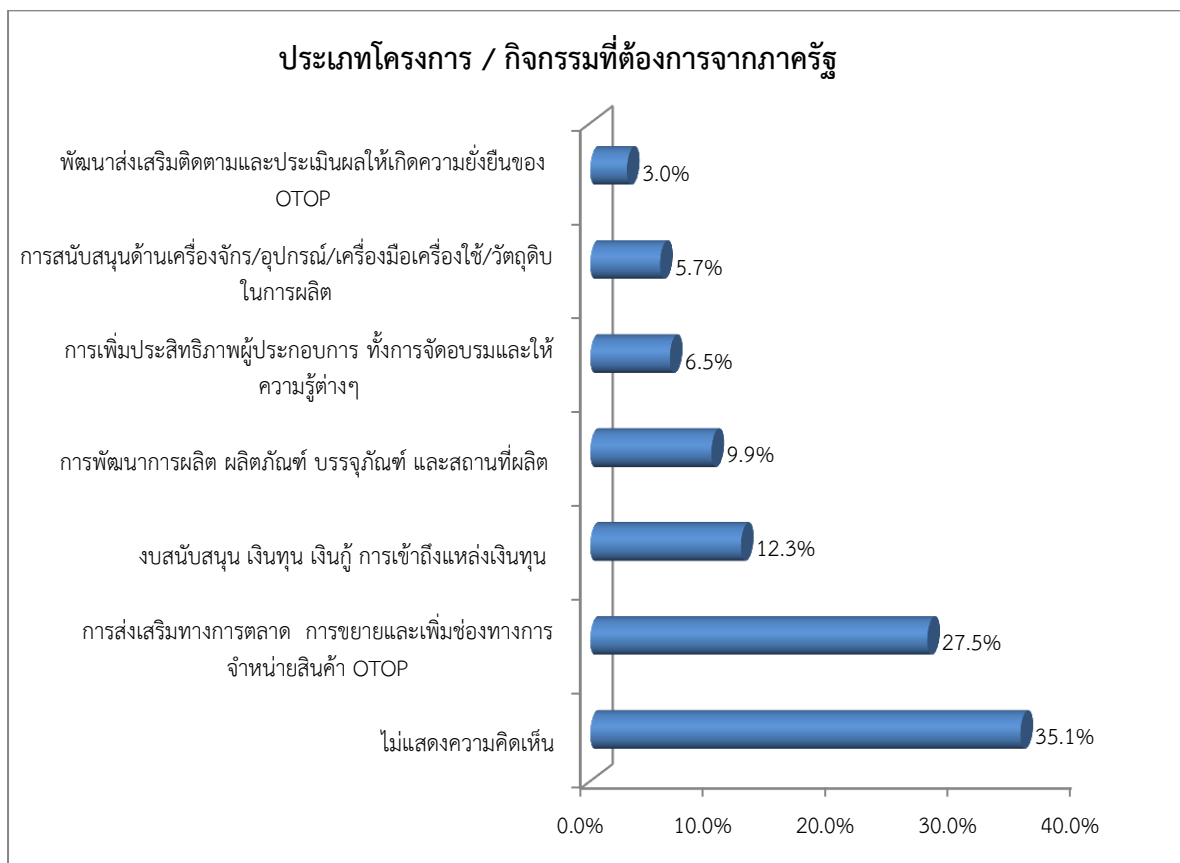


2.12 ประเภทโครงการที่ต้องการให้ภาครัฐดำเนินการ

แม้ว่าผู้ประกอบการได้ระบุถึงความเหมาะสมของโครงการ OTOP ต่างๆ ที่ได้มีการดำเนินงานผ่านมามีไม่น้อยเพียงใดแล้ว เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้เกิดความครอบคลุมที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น จึงได้สอบถามถึงความเห็นเกี่ยวกับความต้องการโครงการส่งเสริม OTOP ประเภทต่างๆ เพื่อจะได้ใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย วางแผนและแนวทางส่งเสริมในอนาคตที่สอดคล้องกับความต้องการดังกล่าวต่อไป

ประเภทโครงการที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดคือโครงการประเภทการส่งเสริมการตลาด การขายและหรือการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาต้องการโครงการประเภทสนับสนุนเงินทุน เงินกู้ และหรือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ร้อยละ 12.3 ต้องการโครงการประเภทการพัฒนาการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการปรับปรุงสถานที่ผลิตสินค้า OTOP ร้อยละ 9.9 ส่วนที่เหลือมีความต้องการโครงการประเภทการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการด้วยการจัดอบรมและให้ความรู้ในด้านต่างๆ โครงการประเภทการสนับสนุนด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และวัตถุดิบในการผลิต และโครงการประเภทการพัฒนาส่งเสริมและติดตามและประเมินผลเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของ OTOP ร้อยละ 6.5 5.7 และ 3.0 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 8-28)

แผนภาพที่ 8-28 ร้อยละของรายผู้ประกอบการ OTOP และสัดส่วนเป็นร้อยละจำแนกตามประเภทโครงการ / กิจกรรม หรือความช่วยเหลือที่ต้องการให้ภาครัฐดำเนินการ





3. ความคิดเห็นต่อนโยบายและปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ OTOP

3.1 การประเมินจุดแข็งที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ OTOP

จุดแข็งในธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการรายเดียวตามความเห็นของผู้ประกอบการโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี
- 2) ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน มผช. และหรือมาตรฐานอื่นๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป
- 3) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองที่สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์

มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ

- 4) ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่นโดยเฉพาะ
- 5) มีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถสูง และเอาใจใส่ต่อธุรกิจ
- 6) มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
- 7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ดาว)

จุดแข็งในธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม OTOP โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี
- 2) สมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคี ร่วมมือกันอย่างดี
- 3) ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน มผช. และหรือมาตรฐานอื่นๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป
- 4) ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่นโดยเฉพาะ
- 5) มีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถสูง และเอาใจใส่ต่อธุรกิจ
- 6) มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
- 7) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองที่สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์

มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ

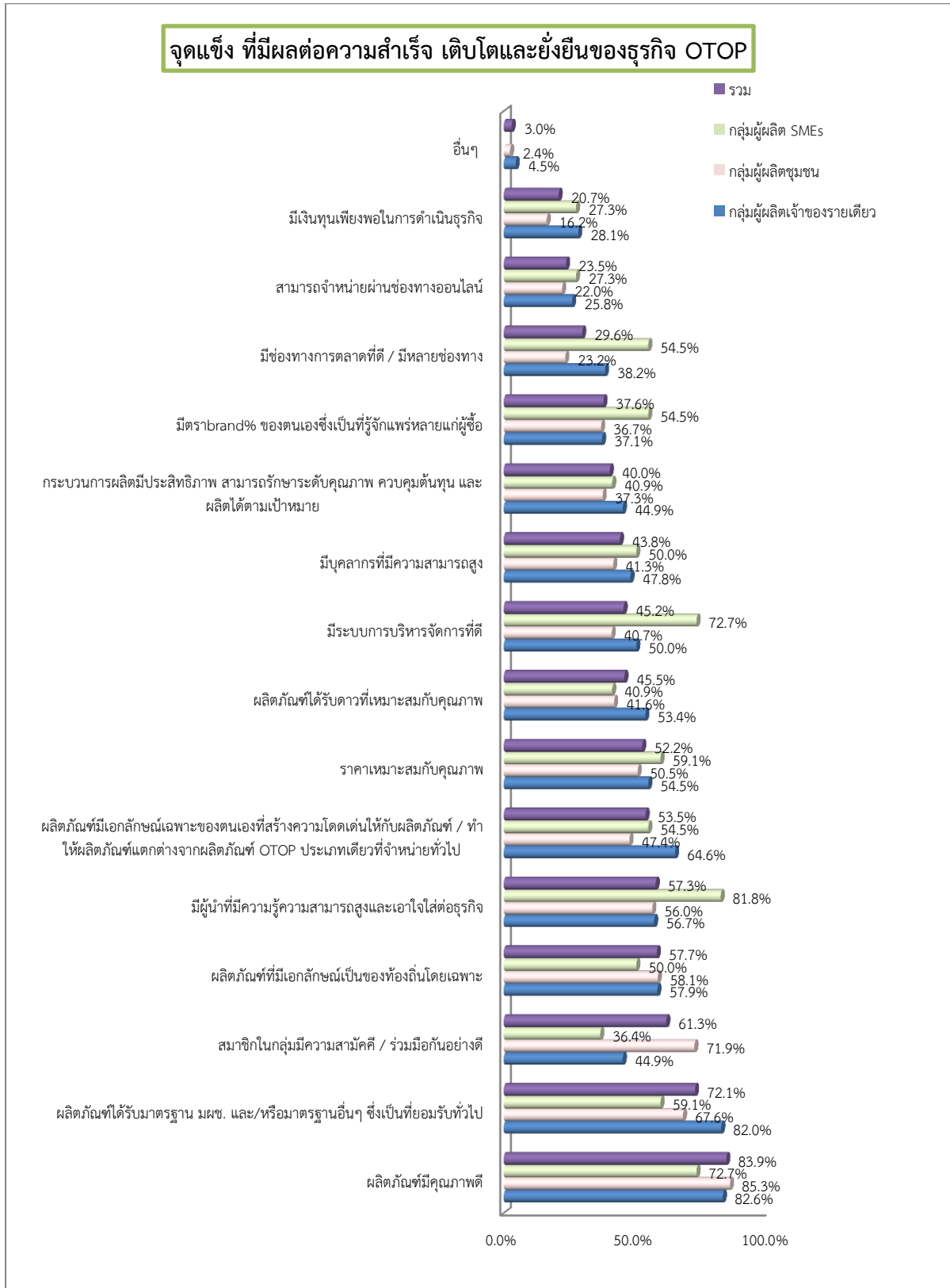
จุดแข็งในธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการประเภท SMEs โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) มีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถสูง และเอาใจใส่ต่อธุรกิจ
 - 2) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี
 - 3) มีระบบการบริหารจัดการที่ดี
 - 4) มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
 - 5) ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน มผช. และหรือมาตรฐานอื่นๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป
 - 6) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองที่สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์
- มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ สมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคี ร่วมมือกันอย่างดี
- 7) มีตรา (brand) ของตนเองซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่ผู้ซื้อ
 - 8) มีช่องทางการตลาดที่ดี มีช่องทางการตลาดหลายช่องทาง

หมายเหตุ ลำดับที่ 6, 7 และ 8 มีระดับคะแนนที่เท่ากัน (แผนภาพที่ 8-29)



แผนภาพที่ 8-29 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นจุดแข็ง (Strength) ที่มีผลต่อความสำเร็จ (เติบโตและยั่งยืน) ของธุรกิจ OTOP และตามประเภทลักษณะของกิจการ





กล่าวโดยสรุปแล้วทั้งกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs พิจารณาเห็นว่า จุดแข็งในธุรกิจของตนเองมี 3 เรื่องหลักๆ คือจุดแข็งอันเนื่องมาจากตัวสินค้า เช่นสินค้ามีคุณภาพดี มีเอกลักษณ์ มีมาตรฐานโดยเฉพาะอย่างยิ่ง มพช. จุดแข็งอันเนื่องมาจากตัวผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจ หรือเป็นผู้นำกลุ่มที่มีความรู้ ความสามารถโดยเฉพาะอย่างยิ่ง OTOP ประเภท SMEs ที่มีจุดแข็งในเรื่องนี้เป็นลำดับแรกๆ รวมทั้งสมาชิกมีความร่วมมือกันดี และจุดแข็งอันเนื่องมาจากกลยุทธ์ในการกำหนดราคาสินค้าของตนในตลาดที่สามารถดึงดูดลูกค้าเป้าหมายได้

3.2 การประเมินจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ OTOP

จุดอ่อนในธุรกิจ OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดี่ยวโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) ขาดแคลนเงินทุนในการทำธุรกิจ หรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจ
- 2) ไม่มีช่องทางการจำหน่ายที่ดี หรือมีช่องทางการจำหน่ายที่ไม่แน่นอน
- 3) มีข้อจำกัดในด้านการผลิต ไม่สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าและหรือปริมาณ

การผลิตไม่แน่นอน

- 4) ไม่มีความรู้ด้าน internet ไม่สามารถซื้อขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง online
- 5) ไม่มีความรู้ ความสามารถด้านบริหารจัดการ
- 6) ไม่มีความรู้และหรือประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน
- 7) ไม่มีตราสินค้า (brand) ของตนเอง หรือมีตราสินค้าแต่ออกแบบไม่สวยงามและไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ

จุดอ่อนในธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) ไม่มีช่องทางการจำหน่ายที่ดี หรือมีช่องทางการจำหน่ายที่ไม่แน่นอน
- 2) มีข้อจำกัดในด้านการผลิต ไม่สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าและหรือปริมาณ

การผลิตไม่แน่นอน

- 3) ขาดแคลนเงินทุนในการทำธุรกิจ หรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจ
- 4) บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม และหรือไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง
- 5) ไม่มีความรู้ด้าน internet ไม่สามารถซื้อขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง online
- 6) ไม่มีความรู้และหรือประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน
- 7) ไม่มีตราสินค้า (brand) ของตนเอง หรือมีตราสินค้าแต่ออกแบบไม่สวยงามและไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ

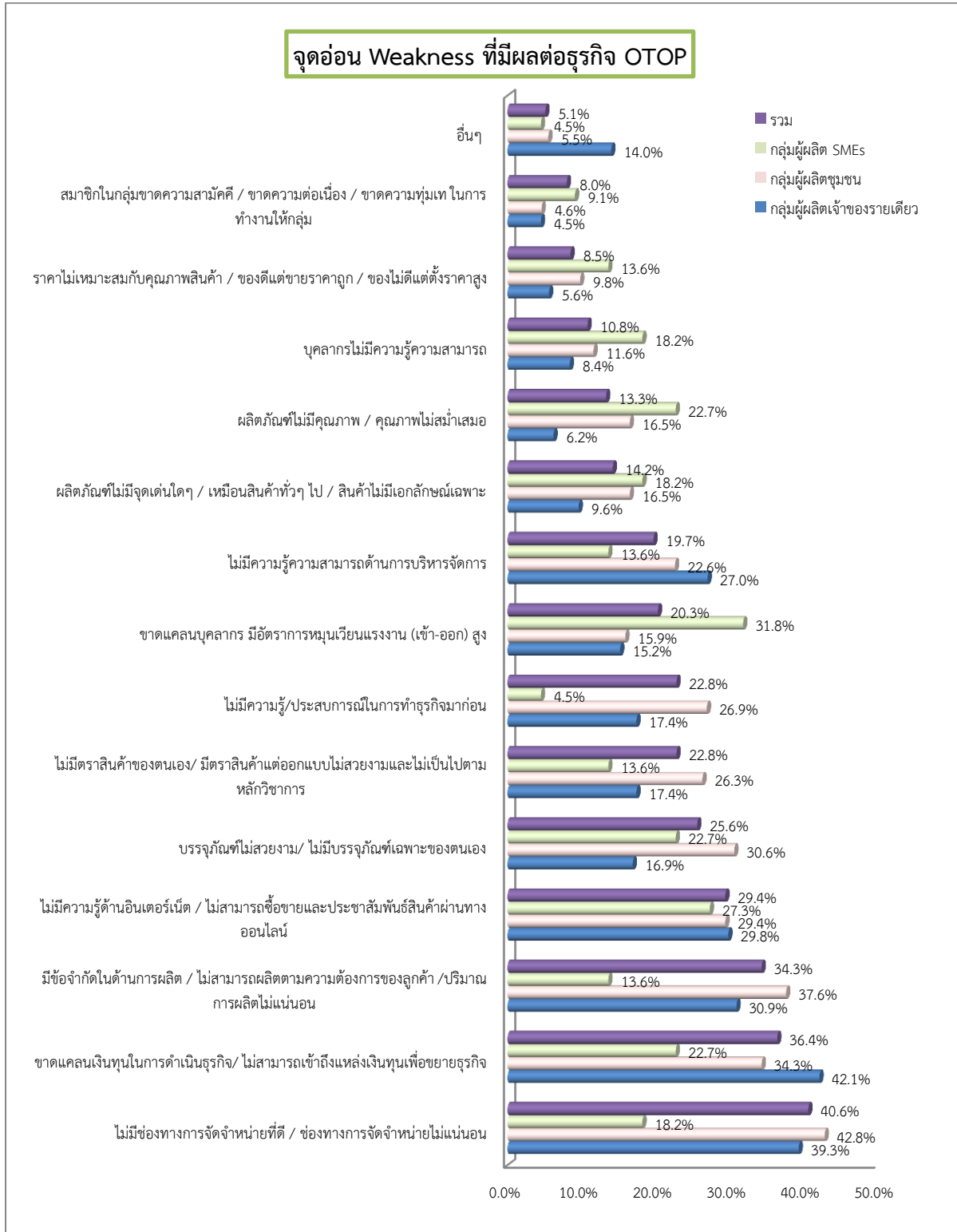
จุดอ่อนในธุรกิจของผู้ประกอบการประเภท SMEs เรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปมีดังนี้

- 1) ขาดแคลนบุคลากร มีอัตราการหมุนเวียนเข้าออกของแรงงานสูง
- 2) ไม่มีความรู้ด้าน internet ไม่สามารถซื้อขายและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง online
- 3) บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม และหรือไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง
- 4) ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ คุณภาพไม่สม่ำเสมอ
- 5) ขาดแคลนเงินทุนในการทำธุรกิจ หรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจ
- 6) ไม่มีช่องทางการจำหน่ายที่ดี หรือมีช่องทางการจำหน่ายที่ไม่แน่นอน
- 7) ผลิตภัณฑ์ไม่มีจุดเด่นใดๆ มีสินค้าเหมือนสินค้าทั่วไป สินค้าไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ



8) บุคลากรไม่มีความรู้ความสามารถ

แผนภาพที่ 8-30 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามประเด็นจุดอ่อน (Weakness) ที่มีผลต่อธุรกิจ OTOP และตามประเภทลักษณะของกิจการ





สรุปจุดอ่อนของผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs ที่สำคัญมี 3 ประการ ประการแรกคือ การขาดความรู้และความสามารถในการประกอบการ ซึ่งสามารถแยกย่อยได้เป็นสองประเภท คือขาดความรู้ความสามารถทางการตลาด สินค้าไม่มีตรา (brand) ให้เป็นที่รู้จักและขาดความรู้ความสามารถทางการผลิตที่ไม่สามารถผลิตตามที่ถูกค่าต้องการได้ จุดอ่อนประการที่สองคือ การขาดแคลนเงินทุนในการทำธุรกิจ และจุดอ่อนลำดับถัดไปคือ การขาดแคลนบุคลากร ตลอดจนความรู้ความสามารถของบุคลากร

3.3 การประเมินโอกาสในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ OTOP

โอกาสสำคัญเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยสุด ตามความเห็นของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวประกอบด้วย

- 1) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการตลาด การช่วยค้นหาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดงานแสดงสินค้า การเปิดโอกาสให้ได้ขายสินค้า
- 2) การจัดให้มีมาตรฐาน มผช. สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP
- 3) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 4) การยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ OTOP
- 5) การขยายตัวของการท่องเที่ยวในชุมชน ในจังหวัดและตลอดจนทั่วประเทศ
- 6) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ
- 7) การขยายตัวของการซื้อขายสินค้าผ่านระบบ online (internet)
- 8) การเพิ่มขึ้นของสถานที่สำหรับเปิดร้านค้า / บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น บัมบ้ามัน village mall ที่เปิดโอกาสให้เช่าพื้นที่จำหน่าย
- 9) การได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือจากธุรกิจรายใหญ่ (modern trade และอื่นๆ) ในด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ให้โอกาสในการนำสินค้าไปจำหน่ายในร้าน
- 10) การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์ และรูปแบบผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการนำผลิตภัณฑ์ OTOP ไปจำหน่าย
- 11) อื่นๆ เช่น การตื่นตัวของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารออร์แกนิกส์ การที่ชุมชนที่มีรักสามัคคี สมานฉันท์ ร่วมมือกัน เป็นต้น

สำหรับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนก็มีมุมมองในเรื่องของโอกาสที่ไม่แตกต่างไปจากรายเดียวนัก โดยเรียงตามลำดับจากมากสุดลงไปน้อยสุดดังนี้

- 1) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการตลาด การช่วยค้นหาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดงานแสดงสินค้า การเปิดโอกาสให้ได้ขายสินค้า
- 3) การจัดให้มีมาตรฐาน มผช. สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP
- 4) การยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ OTOP
- 5) การขยายตัวของการท่องเที่ยวในชุมชน ในจังหวัดและตลอดจนทั่วประเทศ
- 6) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ
- 7) การขยายตัวของการซื้อขายสินค้าผ่านระบบ online (internet)



8) การเพิ่มขึ้นของสถานที่สำหรับเปิดร้านค้า / บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น บัม น้ำมัน village mall ที่เปิดโอกาสให้เข้าพื้นที่จำหน่าย

9) การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์ และรูปแบบผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการนำผลิตภัณฑ์ OTOP ไปจำหน่าย

10) การได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือจากธุรกิจรายใหญ่ (modern trade และอื่นๆ) ในด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ให้โอกาสในการนำสินค้าไปจำหน่ายในร้าน

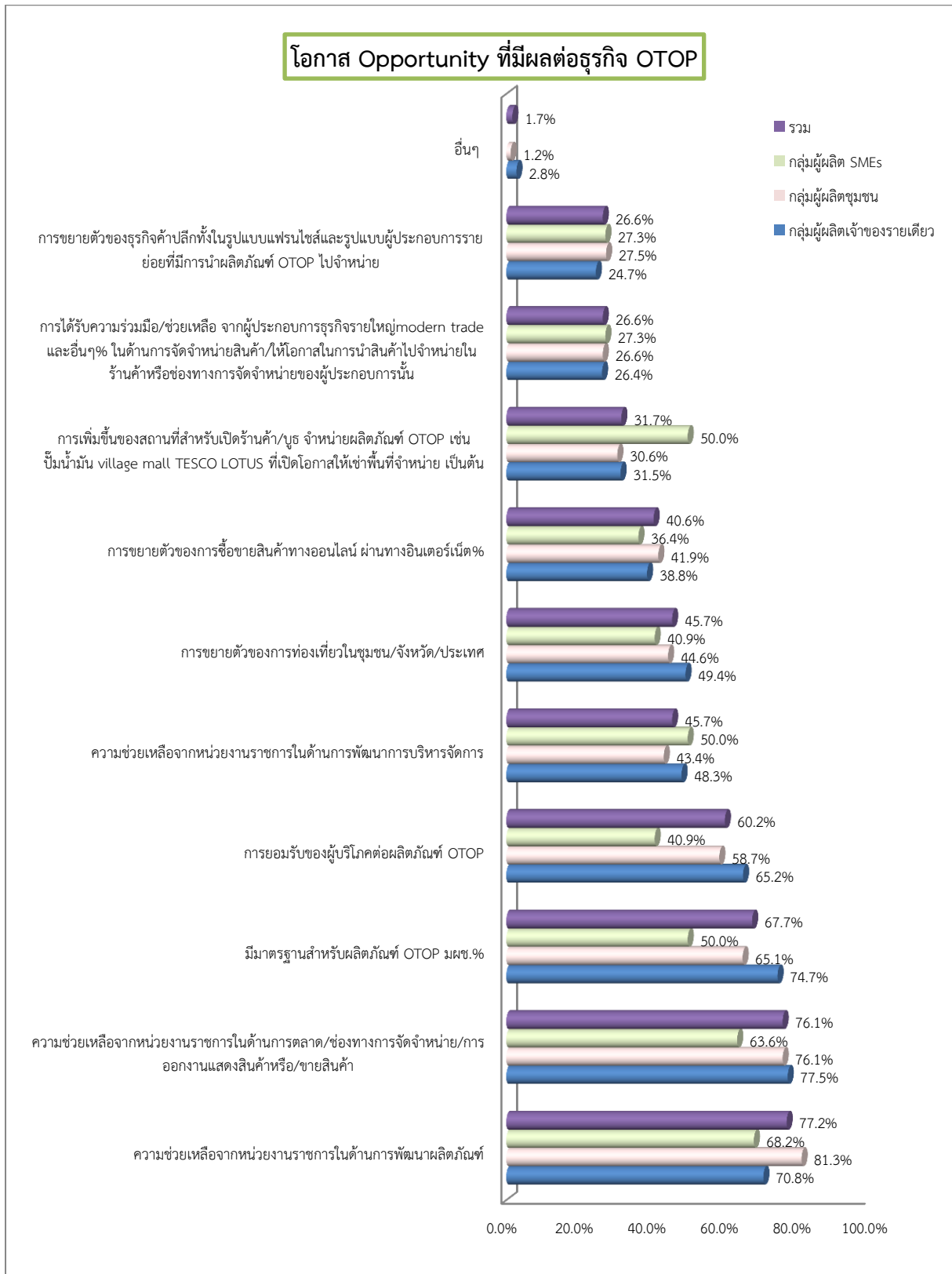
11) อื่นๆ เช่น การตื่นตัวของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารออร์แกนิกส์ การที่ชุมชนที่มีรักสามัคคี สมานฉันท์ ร่วมมือกัน เป็นต้น

สำหรับผู้ผลิต SMEs มีความเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของตนตามลำดับมากที่สุดไปสู่น้อยสุด ดังนี้

- 1) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - 2) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการตลาด การช่วยค้นหาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดงานแสดงสินค้า การเปิดโอกาสให้ได้ขายสินค้า
 - 3) การจัดให้มีมาตรฐาน มผช. สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP
 - 4) ความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการในด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ
 - 5) การเพิ่มขึ้นของสถานที่สำหรับเปิดร้านค้า / บูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น บัม น้ำมัน village mall ที่เปิดโอกาสให้เข้าพื้นที่จำหน่าย
 - 6) การยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ OTOP
 - 7) การขยายตัวของช่องทางเที่ยวในชุมชน ในจังหวัดและตลอดจนทั่วประเทศ
 - 8) การขยายตัวของช่องทางซื้อขายสินค้าผ่านระบบ online (internet)
 - 9) การได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือจากธุรกิจรายใหญ่ (modern trade และอื่นๆ) ในด้านการจัดจำหน่ายสินค้า ให้โอกาสในการนำสินค้าไปจำหน่ายในร้าน
 - 10) การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์ และรูปแบบผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการนำผลิตภัณฑ์ OTOP ไปจำหน่าย
- (แผนภาพที่ 8-31)



แผนภาพที่ 8-31 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามความเห็นของปัจจัยโอกาส (Opportunity) ของธุรกิจ OTOP และจำแนกตามประเภท/ลักษณะของกิจการ





โดยสรุปแล้วทั้งกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว ผู้ประกอบภาคกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs เห็นว่าปัจจัยที่เป็นโอกาสสำหรับการทำธุรกิจ OTOP ที่สำคัญประการแรกสุดคือการที่ภาครัฐทุกๆ หน่วยงานได้ให้ความช่วยเหลือผ่านโครงการต่างๆ ทั้งโครงการที่มุ่งที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และโครงการที่พัฒนาผู้ประกอบการ ส่วนโอกาสที่รองๆ ลงไปได้แก่ การที่มีมาตรฐาน มผช. ออกมาให้ผู้ประกอบการได้นำไปใช้ การที่สินค้า OTOP เป็นที่ยอมรับทั่วไป และการเติบโตขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ เป็นต้น

3.4 การประเมินอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ OTOP

กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวได้ประเมินว่ามีอุปสรรคของธุรกิจ OTOP เรียงลำดับจากสำคัญมากที่สุดลงไปดังนี้

- 1) นโยบายของรัฐบาลในด้าน OTOP มีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับพรรคการเมืองที่เป็นรัฐบาล
- 2) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น
- 3) ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งผู้ผลิตและจำหน่ายมีจำนวนค่อนข้างมาก ทำให้การแข่งขันมีสูง
- 4) ความช่วยเหลือต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐขาดความต่อเนื่อง บางกรณีเป็นการช่วยเหลือเฉพาะเรื่อง ไม่สามารถแก้ปัญหาของธุรกิจโดยรวม
- 5) ค่าแรงงานที่สูงขึ้น
- 6) การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่
- 7) ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
- 8) การขาดแคลนวัตถุดิบในบางฤดูกาล
- 9) การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค
- 10) การไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ก้าวไม่ทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- 11) การที่สังคมไม่สามารถสร้าง หรือรักษาเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP ของท้องถิ่นไว้ได้
- 12) อื่นๆ เช่น ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น แรงงานต้องกลับไปทำงานภาคเกษตรในฤดูกาลของการทำการเกษตร เป็นต้น

ในด้านกลุ่มผู้ผลิตชุมชนพบว่าอุปสรรคในการทำธุรกิจของตน OTOP เรียงลำดับจากสำคัญมากที่สุดลงไปดังนี้

- 1) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น
- 2) ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งผู้ผลิตและจำหน่ายมีจำนวนค่อนข้างมาก ทำให้การแข่งขันมีสูง
- 3) นโยบายของรัฐบาลในด้าน OTOP มีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับพรรคการเมืองที่เป็นรัฐบาล
- 4) ความช่วยเหลือต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐขาดความต่อเนื่อง บางกรณีเป็นการช่วยเหลือเฉพาะเรื่อง ไม่สามารถแก้ปัญหาของธุรกิจโดยรวม
- 5) ค่าแรงงานที่สูงขึ้น
- 6) การขาดแคลนวัตถุดิบในบางฤดูกาล
- 7) การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค
- 8) การไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ก้าวไม่ทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- 9) การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่



- 10) ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
- 11) การที่สังคมไม่สามารถสร้าง หรือรักษาเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP ของท้องถิ่นไว้ได้
- 12) อื่นๆ เช่น ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น แรงงานต้องกลับไปทำงานภาคเกษตรในฤดูกาลของการทำการเกษตร เป็นต้น

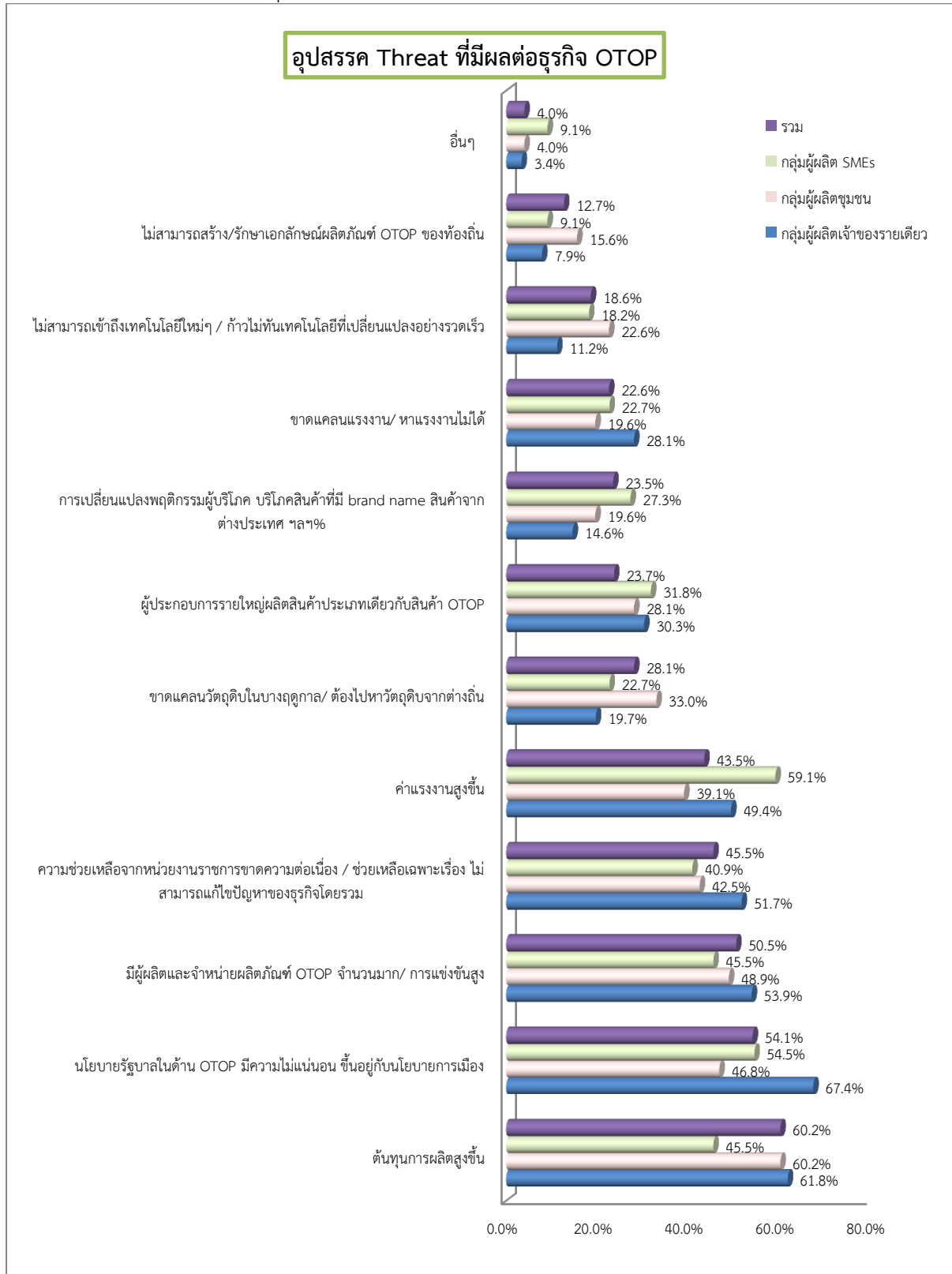
ส่วน SMEs มีอุปสรรคที่สำคัญเรียงลำดับจากมากที่สุดลงไปดังนี้

- 1) ค่าแรงงานที่สูงขึ้น
- 2) นโยบายของรัฐบาลในด้าน OTOP มีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับพรรคการเมืองที่เป็นรัฐบาล
- 3) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น
- 4) ผู้ประกอบการ OTOP ทั้งผู้ผลิตและจำหน่ายมีจำนวนค่อนข้างมาก ทำให้การแข่งขันมีสูง
- 5) ความช่วยเหลือต่างๆจากหน่วยงานภาครัฐขาดความต่อเนื่อง บางกรณีเป็นการช่วยเหลือเฉพาะเรื่อง ไม่สามารถแก้ปัญหาของธุรกิจโดยรวม
- 6) การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่
- 7) การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค
- 8) การขาดแคลนวัตถุดิบในบางฤดูกาล
- 9) ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
- 10) การไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ก้าวไม่ทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- 11) การที่สังคมไม่สามารถสร้าง หรือรักษาเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP ของท้องถิ่นไว้ได้
- 12) อื่นๆ เช่น ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น แรงงานต้องกลับไปทำงานภาคเกษตรในฤดูกาลของการทำการเกษตร เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแล้วข้อจำกัดในด้านอุปสรรคของธุรกิจ OTOP ค่อนข้างหลากหลาย อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วทั้งกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชนและ SMEs ต่างก็มองเห็นอุปสรรคต่างๆ ที่ค่อนข้างคล้ายกัน เพียงแต่อาจมองว่าสำคัญมากน้อยต่างกันบ้าง แต่ไม่ถือว่ามากนัก(แผนภาพที่ 8-32)



แผนภาพที่ 8-32 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามประเด็นความเห็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรค (Threat) ต่อธุรกิจ OTOP และจำแนกประเภทตามลักษณะของกิจการ





3.5 การประเมินปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP ที่ต้องการแก้ไข

เป็นการประเมินปัญหาในการประกอบการ OTOP โดยตัวของผู้ประกอบการเอง ซึ่งผู้ประกอบการรายเดียวร้อยละ 70.8 ระบุว่าธุรกิจของตนเองยังประสบปัญหาอยู่ในขณะที่อีกร้อยละ 29.2 ระบุว่าขณะนี้ธุรกิจของตนเองไม่มีปัญหาแล้ว ในส่วนที่มีปัญหานั้นได้ระบุว่าปัญหาที่สำคัญมากที่สุดเรียงลำดับลงไป ดังนี้

- 1) ปัญหาทางการตลาด ยังไม่มีความรู้ที่จะทำตลาดได้อย่างทั่วถึง ขาดความรู้ความสามารถในการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย
- 2) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทั้งค่าแรงและวัตถุดิบ
- 3) ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า การเข้าถึงระบบมาตรฐาน primary GMP
- 4) ปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ การขาดแคลนแรงงาน บุคลากรยังขาดความสามารถการจัดการอย่างเป็นระบบได้
- 5) ปัญหาด้านการเงิน ขาดแคลนเงินทุน ขาดสภาพคล่องในการจัดซื้อวัตถุดิบ
- 6) ปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ หาซื้อได้ยาก มีเป็นฤดูกาล ทำให้ไม่สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง
- 7) ปัญหาด้านการจัดการ ไม่สามารถทำบัญชีได้ ยังวิเคราะห์ทางการเงินไม่ได้ และไม่มีข้อมูลเพื่อการบริหาร
- 8) อื่นๆ เช่น ไม่มีความรู้ทางกฎหมาย ไม่มียานพาหนะในการขนส่งสินค้า เป็นต้น

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีสัดส่วนของผู้ตอบว่าธุรกิจของตนเองยังมีปัญหาคิดเป็นร้อยละ 82.6 ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับ OTOP รายเดียว โดยมีลำดับความสำคัญของปัญหามากที่สุดและรองลงไปตามลำดับ ดังนี้

- 1) ปัญหาทางการตลาด
- 2) ปัญหาด้านการผลิต
- 3) ปัญหาด้านการเงิน
- 4) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น
- 5) ปัญหาด้านบุคลากร
- 6) ปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ
- 7) ปัญหาด้านการจัดการ
- 8) ปัญหาอื่นๆ

สำหรับรายละเอียดของปัญหาแต่ละเรื่อง เป็นเช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการรายเดี่ยวดังกล่าวข้างต้น

ในส่วนของกลุ่มผู้ผลิต SMEs ร้อยละ 63.6 ระบุว่าธุรกิจของตนเองยังประสบปัญหาอยู่ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่ารายเดี่ยวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ในขณะที่อีกร้อยละ 36.4 ระบุว่าขณะนี้ธุรกิจของตนเองไม่มีปัญหาแล้วลำดับปัญหาที่สำคัญก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน กล่าวคือ

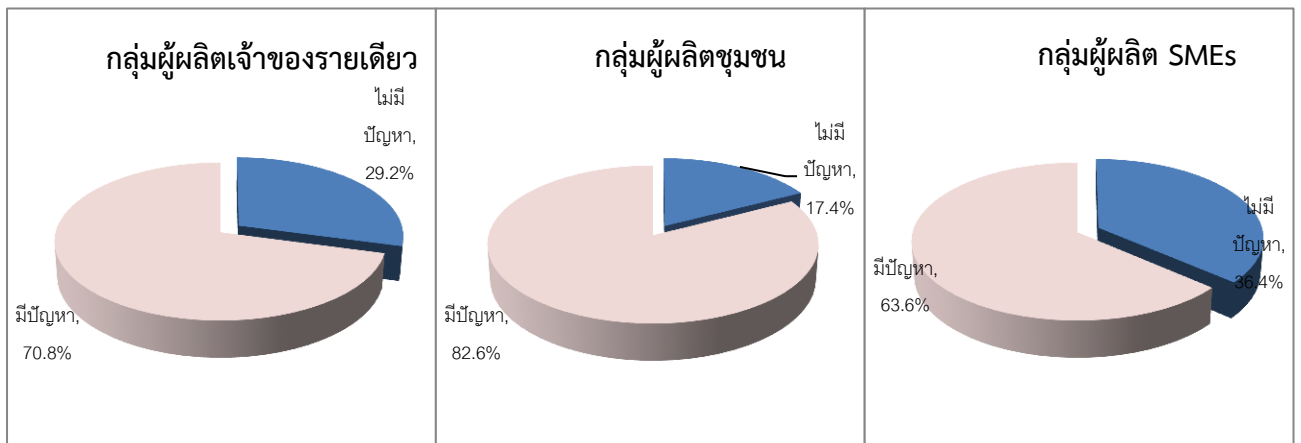
- 1) ปัญหาทางการตลาด



- 2) ปัญหาด้านการผลิต
- 3) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น
- 4) ปัญหาด้านการเงิน
- 5) ปัญหาด้านบุคลากร
- 6) ปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ
- 7) ปัญหาด้านการบริหารจัดการ
- 8) ปัญหาด้านระบบการจัดการ ขาดบุคลากร เป็นต้น
- 9) ปัญหาอื่นๆ

(แผนภาพที่ 8-33 และตารางที่ 8-15)

แผนภาพที่ 8-33 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกประเภทตามสภาพปัญหาที่ประสบอยู่ในปัจจุบัน
และยังไม่ได้รับการแก้ไข และจำแนกตามประเภทลักษณะของกิจการ





**ตารางที่ 8-15 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามปัญหาที่ประสบอยู่ในปัจจุบันและ
ยังไม่ได้รับการแก้ไข**

หน่วย : คน

ประเด็นปัญหา	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของ รายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
ปัญหาด้านการตลาด เช่น การทำตลาดไม่ทั่วถึง ขาดความรู้ ความสามารถ ในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่อง ทางการจำหน่ายน้อย	62 49.2%	98 36.3%	5 35.7%	165 40.2%
ปัญหาด้านบุคลากร เช่น ขาดแคลนแรงงาน บุคลากรส่วนใหญ่ไม่ สามารถทำงานมาสร้างเป็นระบบจัดการได้	41 32.5%	59 21.9%	4 28.6%	104 25.4%
ปัญหาด้านการบริหารจัดการ เช่น การบริหารจัดการยังไม่เป็น ระบบเนื่องด้วยขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ขาดการ บริหารการจัดการเพื่อให้ทางกลุ่มเกิดความมั่นคงและยั่งยืน	7 5.6%	17 6.3%	2 14.3%	26 6.3%
ปัญหาด้านการผลิต เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ ระบบมาตรฐาน primary GMP	43 34.1%	101 37.4%	7 50.0%	151 36.8%
ปัญหาด้านการตลาด/การขาย เช่น ช่องทางในการจัดจำหน่ายขาย สินค้ามีน้อย ไม่สามารถวิเคราะห์ตลาด	47 37.3%	52 19.3%	3 21.4%	102 24.9%
ปัญหาด้านการทำบัญชี / ข้อมูลเพื่อการบริหาร เช่น ไม่สามารถ วิเคราะห์ทางการเงิน มีการจัดทำบัญชีแต่ไม่ค่อยเป็นระบบ	19 15.1%	37 13.7%	1 7.1%	57 13.9%
ปัญหาด้านการเงิน เช่น ขาดแคลนเงินทุน ขาดสภาพคล่องในการ จัดซื้อวัตถุดิบไว้เพื่อสต็อกวัตถุดิบในช่วงหน้าแล้งที่วัตถุดิบจะมีน้อย	39 31.0%	84 31.1%	5 35.7%	128 31.2%
ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตสูง เช่น ค่าแรงสูงขึ้น ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น	62 49.2%	68 25.2%	8 57.1%	138 33.7%
ปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ เช่น วัตถุดิบขาดแคลนหาซื้อยาก วัตถุดิบมีเป็นฤดูกาล ทำให้ไม่สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่องรวมถึง การเพิ่มผลผลิต	23 18.3%	55 20.4%	4 28.6%	82 20.0%
อื่นๆ เช่น 1) ปัญหากฎหมาย เช่น การขออนุญาตเกี่ยวกับกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องป่าไม้มีความยุ่งยาก และขาดความรู้ในการขอ อนุญาต 2) ปัญหาการขนส่ง เช่น ขาดยานพาหนะในการส่งสินค้า 3) ปัญหาการเมือง เช่น เปลี่ยนทางการเมืองบ่อยจึงขาดความมั่นใจ	6 4.8%	15 5.6%	2 14.3%	23 5.6%

3.6 ศักยภาพและความสามารถในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้า OTOP

เป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อสอบถามผู้ประกอบการ OTOP ว่าผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้ผลิต
ขึ้นมานั้นมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้ามากน้อยเพียงใด พบว่ามีผู้ประกอบการในสัดส่วนที่
ค่อนข้างสูงพอสมควรที่ระบุว่าได้มีการภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ โดยผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 82.0 ที่มี
การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวมาใช้ ในจำนวนนี้ ร้อยละ 63.7 เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สั่งสม
ต่อเนื่องกันมา ร้อยละ 50.0 เป็นการได้ภูมิปัญญาจากผู้รู้ในท้องถิ่น (สามารถนับซ้ำได้เนื่องมาจากมีแหล่งที่มา
หลายแหล่งในผู้ผลิตเดียวกัน) ร้อยละ 40.4 เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่รับรู้กันโดยทั่วไป และอีกร้อยละ
4.1 มาจากวิธีอื่นๆ เช่น ได้รับมาจากการได้พบเห็น หรือการค้นคว้าศึกษา เป็นต้น ส่วนผู้ที่ทำการผลิต OTOP

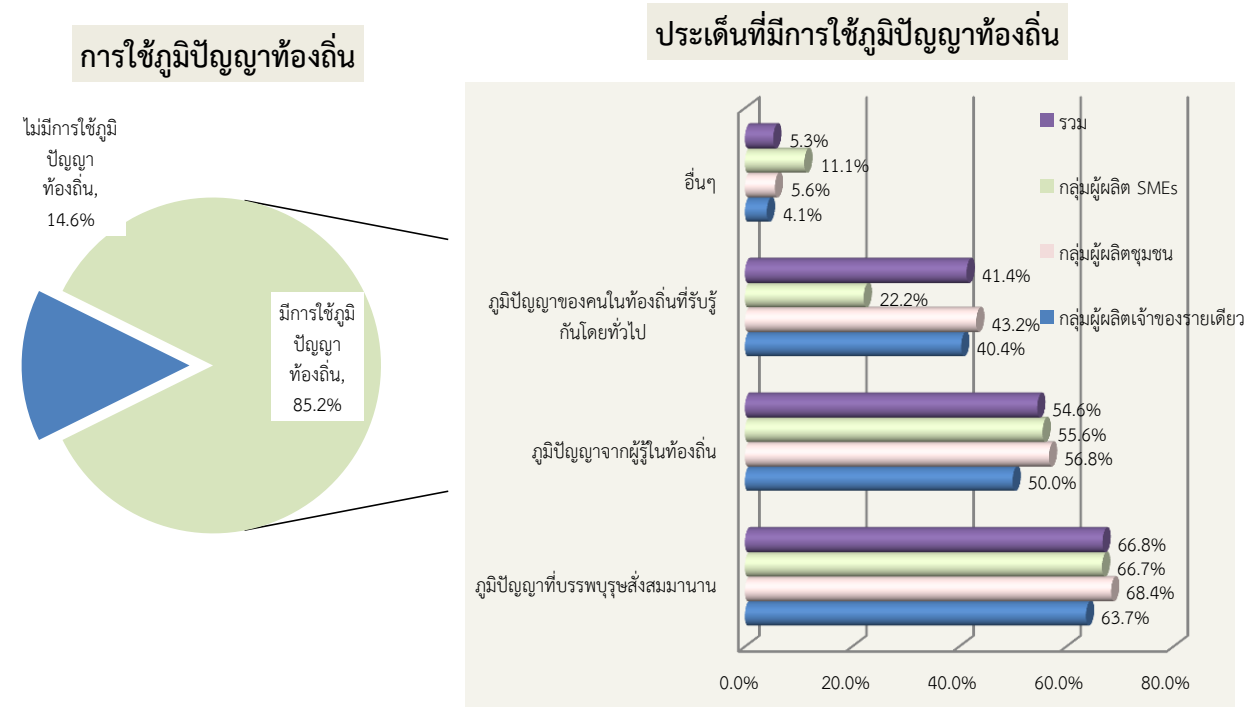


โดยไม่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.8 ได้ความรู้มาจากการทดลองผลิตด้วยตนเอง รองลงมา ร้อยละ 28.1 ได้จากการเข้ารับการอบรมกับสถาบันการศึกษาและหรือสถาบันฝึกอบรมต่างๆ ร้อยละ 25.0 ได้จากประสบการณ์ที่เคยทำงานกับผู้ประกอบการรายอื่น หรือ OTOP รายอื่นๆ ที่ผลิตสินค้าในลักษณะเดียวกัน ร้อยละ 18.8 ได้จากการฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานราชการ และในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 6.3 กลับเป็นความรู้ที่ได้จากการจ้างผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้รู้มาให้คำแนะนำ ฝึกสอน แสดงวิธีการทำ (มีการนับซ้ำเนื่องจากได้แหล่งความรู้มากกว่า 1 แหล่ง)

ทำนองเดียวกันของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน กล่าวคือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 87.2 ที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ของตน และมีโครงสร้างของแหล่งที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่นเดียวกับกับผู้ประกอบการรายเดี่ยว กล่าวคือ ร้อยละ 68.4 เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ส่งสมต่อเนื่องกันมา ร้อยละ 56.8 เป็นการได้ภูมิปัญญาจากผู้รู้ในท้องถิ่น ร้อยละ 43.2 เป็นภูมิปัญญาที่รับรู้กันโดยทั่วไปของคนในท้องถิ่นที่ และอีกร้อยละ 5.6 มาจากวิธีอื่นๆ ส่วนผู้ที่ไม่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ นั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.7 ได้ความรู้มาจากการทดลองด้วยตนเอง รองลงมา ร้อยละ 29.3 ได้จากการฝึกอบรมกับสถาบันการศึกษาและหรือสถาบันฝึกอบรมต่างๆ ร้อยละ 24.4 ได้จากการฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานราชการ ร้อยละ 19.5 ได้จากการจ้างผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้รู้มาให้คำแนะนำ ฝึกสอน ร้อยละ 7.3 ได้จากประสบการณ์ที่เคยทำงานกับผู้ประกอบการรายอื่น และอีก ร้อยละ 7.3 ได้ความรู้มาจากแหล่งอื่นๆ

กลุ่มผู้ผลิต SMEs มีสัดส่วนร้อยละ 81.8 ที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า OTOP โดยร้อยละ 66.7 เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ส่งสมต่อเนื่องกันมา ร้อยละ 55.6 เป็นการได้ภูมิปัญญาจากผู้รู้ในท้องถิ่น ร้อยละ 22.2 เป็นภูมิปัญญาที่รับรู้กันโดยทั่วไปของคนในท้องถิ่นที่ และอีกร้อยละ 11.1 มาจากวิธีอื่นๆ ส่วนผู้ที่ไม่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ นั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 100.0 ได้ความรู้มาจากการทดลองด้วยตนเอง รองลงมา ร้อยละ 75.0 ได้จากการฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานราชการ และอีกร้อยละ 25.0 ได้จากการฝึกอบรมกับสถาบันการศึกษาและหรือสถาบันฝึกอบรมต่างๆ (แผนภาพที่ 8-34 และตารางที่ 8-16)

แผนภาพที่ 8-34 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามสถานภาพการมีและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งที่มาของการค้นหาความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น จำแนกประเภทตามลักษณะของกิจการ



ตารางที่ 8-16 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งที่มาของการค้นหาความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	82.0%	87.2%	81.8%	85.2%
ไม่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	18.0%	12.5%	18.2%	14.6%
ไม่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น -->แหล่งที่มาของการแสวงหาความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP				
ทดลองผลิตด้วยตนเองโดยอาศัยความรู้จากหนังสือ/ญาติ/คนรู้จัก	22 (68.8)	22 (53.7)	4 (100.0)	48 (62.3)
จากการฝึกอบรมความรู้โดยหน่วยงานราชการ	6 (18.8)	10 (24.4)	3 (75.0)	19 (24.7)
จากการอบรมกับสถาบันการศึกษา/สถาบันฝึกอบรมต่างๆ	9 (28.1)	12 (29.3)	1 (25.0)	22 (28.6)
จากการจ้างผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้มาสอน/แนะนำ วิธีการทำ	2 (6.3)	8 (19.5)	0 (0.0)	10 (13.0)
จากประสบการณ์ที่เคยทำงานกับผู้ประกอบการรายอื่น/วิสาหกิจ/OTOP รายอื่น ที่ผลิตสินค้าลักษณะเดียวกัน	8 (25.0)	3 (7.3)	0 (0.0)	11 (14.3)
อื่นๆ	0 (0.0)	3 (7.3)	0 (0.0)	3 (3.9)



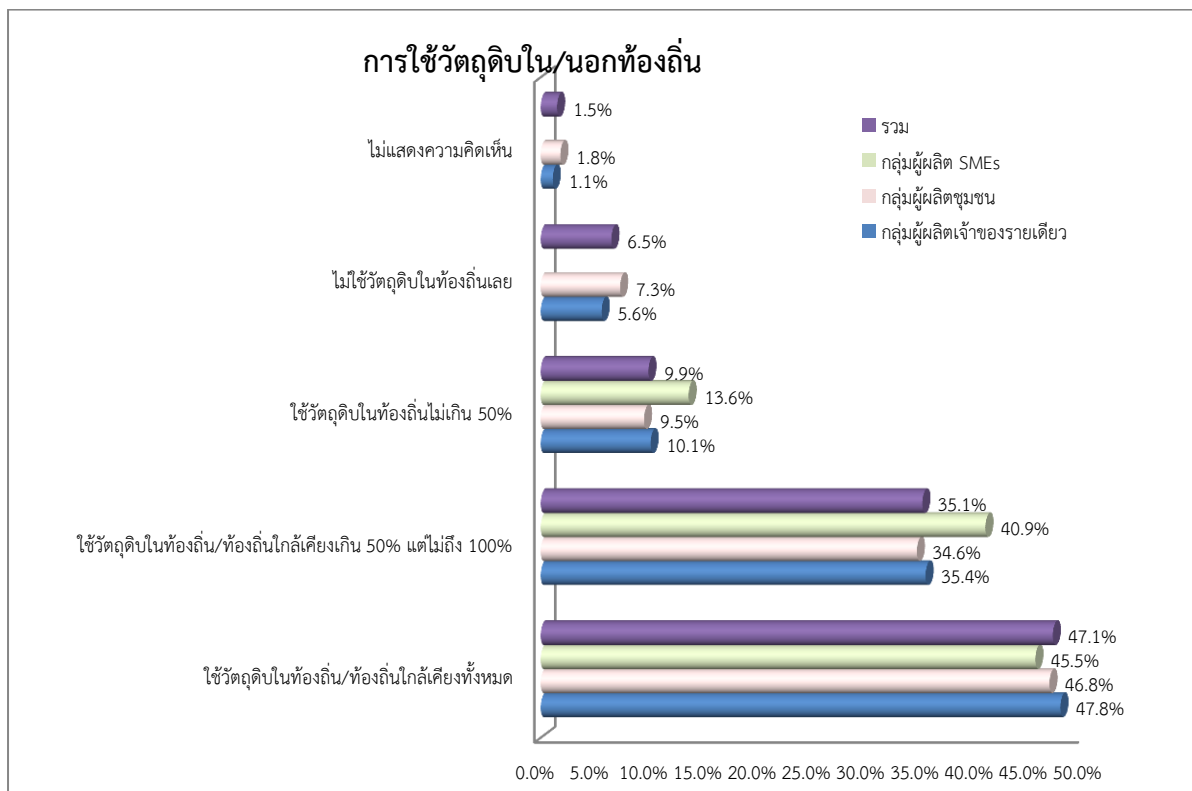
3.7 สถานะภาพของการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการผลิตสินค้า OTOP

โดยจุดมุ่งหมายทั่วไปของโครงการ OTOP ประการหนึ่งคือต้องการส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและการกระจายรายได้ การจ้างงาน การสร้างอาชีพต่างๆ ลงในพื้นที่ของชุมชนของตนเอง ซึ่งผลจากการศึกษาก็พบว่ามียุทธศาสตร์ดังกล่าวด้วยเช่นกัน ผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 47.8 มีการใช้ใช้วัตถุดิบทั้งหมดมาจากในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียง ร้อยละ 35.4 ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียงมากกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 100 ร้อยละ 10.1 ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นไม่ถึง ร้อยละ 50 และอีก ร้อยละ 5.6 ไม่มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเลย

ในทำนองเดียวกัน กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ร้อยละ 46.8มีการใช้ใช้วัตถุดิบทั้งหมดมาจากในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียง ร้อยละ 34.6ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียงมากกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 100 ร้อยละ 9.5 ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นไม่ถึงร้อยละ 50 และอีก ร้อยละ 7.3 ไม่มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเลย

กลุ่มผู้ผลิต SMEs ร้อยละ 45.5 มีการใช้ใช้วัตถุดิบทั้งหมดมาจากในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียง ร้อยละ 40.9 ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือท้องถิ่นใกล้เคียงมากกว่าร้อยละ 50 แต่ไม่ถึง ร้อยละ 100 และอีก ร้อยละ 13.6 ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นไม่ถึงร้อยละ 50 (แผนภาพที่ 8-35)

แผนภาพที่ 8-35 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามสถานภาพการใช้วัตถุดิบใน/นอกท้องถิ่น และจำแนกประเภทตามลักษณะของกิจการ





3.8 ศักยภาพและความสามารถในการทำตลาดส่งออกของผู้ผลิตสินค้า OTOP

เมื่อสอบถามว่ามีความต้องการที่จะส่งออกหรือไม่ ผู้ประกอบการรายเดียว ร้อยละ 33.7 ไม่ต้องการที่จะส่งออก ในขณะที่ ร้อยละ 66.3 มีความต้องการที่จะส่งสินค้าของตนเองออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ ร้อยละ 51.5ระบุว่าไม่ต้องการ ส่วนที่เหลืออีก ร้อยละ 48.5 มีความเห็นว่ากลุ่มของตนเองต้องการที่จะส่งสินค้าออกไปต่างประเทศ ส่วนกลุ่มผู้ผลิต SMEs ร้อยละ 9.1 ไม่ต้องการที่จะส่งออก ในขณะที่ร้อยละ 90.9 มีความต้องการที่จะส่งสินค้าของตนเองออกไปจำหน่ายในต่างประเทศค่าสัดส่วนดังกล่าวนี้สะท้อนภาพที่น่าสนใจต่อการสนับสนุนและส่งเสริมให้ OTOP ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งพบว่า มีผู้ประกอบการเพียงประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้นที่สนใจในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเหตุผลประการหนึ่งนี้อาจเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการ OTOP รู้ถึงสถานะหรือศักยภาพของตนเองว่าต้องมุ่งไปที่ตลาดในประเทศเป็นหลักและเพื่อให้สามารถบรรลุความคาดหวังของการส่งออกได้ดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบการรายเดียวได้เสนอความเห็นที่ สิ่งที่ควรมีการดำเนินการจากมากที่สุดและในลำดับรองลงไปตามลำดับ มีดังนี้

- 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
- 2) มีโอกาสในการไปแสดงสินค้าและหรือจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ
- 3) ได้รับการอบรมความรู้การส่งออก
- 4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
- 5) อบรมความรู้ภาษาต่างประเทศ
- 6) ได้รับเงินทุนสำหรับการทำตลาดส่งออก
- 7) อบรมความรู้การทำการค้าทาง online
- 8) อื่นๆ เช่น เพิ่มกำลังการผลิต จัดหา exporttrader พัฒนามาตรฐานสากล เช่น GMP ยืดอายุ

การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีความเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการเตรียมตัวเพื่อการทำตลาดส่งออกตามลำดับที่ความต้องการมากที่สุดลงไปซึ่งใน 5 ลำดับแรกมีความเห็นเช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการรายเดียวทุกประการ กล่าวคือ

- 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
- 2) มีโอกาสในการไปแสดงสินค้าและหรือจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ
- 3) ได้รับการอบรมความรู้การส่งออก
- 4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
- 5) อบรมความรู้ภาษาต่างประเทศ
- 6) อบรมความรู้การทำการค้าทาง online
- 7) ได้รับเงินทุนสำหรับการทำตลาดส่งออก
- 8) อื่นๆ เช่น เพิ่มกำลังการผลิต จัดหา exporttrader พัฒนามาตรฐานสากล เช่น GMP ยืดอายุ

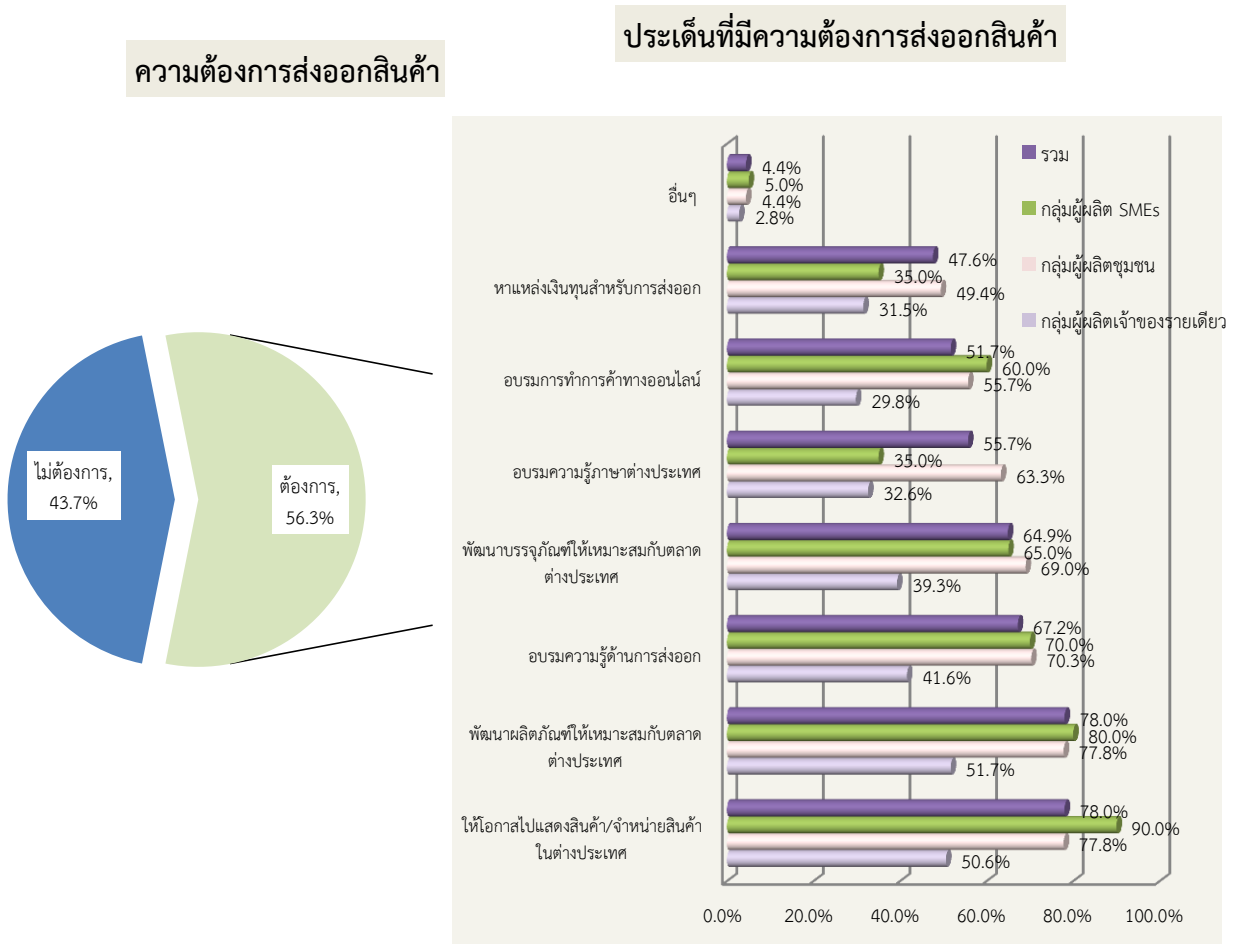
การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิต SMEs ได้เสนอความเห็นที่ สิ่งที่ควรมีการดำเนินการจากมากที่สุดและในลำดับรองลงไปตามลำดับ มีดังนี้



- 1) มีโอกาสในการไปแสดงสินค้าและหรือจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ
 - 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
 - 3) ได้รับการอบรมความรู้การส่งออก
 - 4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ
 - 5) อบรมความรู้การทำการค้าทาง online
 - 6) อบรมความรู้ภาษาต่างประเทศ
 - 7) ได้รับเงินทุนสำหรับการทำตลาดส่งออก
- (แผนภาพที่ 3-36)

แผนภาพที่ 8-36 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามความต้องการส่งออกสินค้าที่ผลิต และเรื่องที่ต้องการให้รัฐช่วยดำเนินการเพื่อให้สามารถส่งออกได้ จำแนกตามประเภทของลักษณะกิจการ



ความต้องการส่งออกสินค้าที่ผลิต	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
ไม่ต้องการ	33.7%	51.5%	9.1%	43.7%
ต้องการ	66.3%	48.5%	90.9%	56.3%



3.9 ประเด็นความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

เมื่อให้ผู้ประกอบการระบุถึงความต้องการความช่วยเหลือต่างๆจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ตอบได้เรียงลำดับความต้องการการช่วยเหลือจากมากที่สุดและในลำดับรองๆ ลงไปดังนี้

กรณีผู้ประกอบการรายเดี่ยว

1) พัฒนาด้านการตลาดใหม่ๆ ในเรื่องที่สำคัญตามลำดับคือ

- 1.1) การออกงานแสดงและขายสินค้า
- 1.2) การออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- 1.3) การอบรมความรู้เรื่องการตลาดและการขาย
- 1.4) การสร้างความร่วมมือด้านการตลาดในระหว่างผู้ประกอบการ
- 1.5) การสร้างตราสินค้า
- 1.6) อื่นๆ เช่น การขายสินค้าระบบ online การได้รับสนับสนุนค่าใช้จ่ายเรื่องที่พักในการออกงานขายสินค้า เป็นต้น

2) พัฒนาด้านการผลิต ในด้านต่างๆ ตามลำดับ คือ

- 2.1) การพัฒนาการออกแบบและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์
- 2.2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.3) การได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต
- 2.4) การปรับปรุงกระบวนการผลิต
- 2.5) การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน
- 2.6) อื่นๆ เช่น การเข้าถึงเทคโนโลยี เครื่องจักรที่ทันสมัย การลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

3) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

4) พัฒนาคำรู้ด้านการบัญชี ข้อมูลเพื่อการบริหาร

5) พัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการตลาด การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

6) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ที่สำคัญได้แก่ การตลาด การบัญชี ความรู้เกี่ยวกับ

กฎหมายธุรกิจและกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

7) อื่นๆ เช่นต้องการเงินทุนสนับสนุน เป็นต้น

สำหรับกรณีความต้องการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนก็มีลำดับความต้องการเช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายเดี่ยวทุกประการ ยกเว้นในส่วนของการสนับสนุนด้านการผลิตที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนต้องการความช่วยเหลือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาก่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จำเป็นจะต้องดำเนินการควบคู่กันไปอย่างสอดคล้องกัน (ตารางที่ 8-17)



**ตารางที่ 8-17 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามความต้องการรับความช่วยเหลือ
สนับสนุนจากภาครัฐ และจำแนกตามประเภทของลักษณะกิจการ**

หน่วย : ราย

ความต้องการ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
พัฒนาด้านการตลาดใหม่ๆ	172 96.6%	283 86.5%	22 100.0%	477 90.5%
ระบุ ด้านการตลาดใหม่ๆ				
ออกงานขายสินค้า	153 89.0%	241 84.9%	14 63.6%	394 86.4%
สร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการ	83 48.3%	141 49.6%	13 59.1%	224 49.1%
ออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	104 60.5%	154 54.2%	14 63.6%	258 56.6%
อบรมความรู้ด้านการตลาดและการขาย	97 56.4%	158 55.6%	9 40.9%	255 55.9%
สร้างตราสินค้า (brand)	68 39.5%	124 43.7%	6 27.3%	192 42.1%
อื่นๆ เช่น 1.การขายทางออนไลน์ 2.งบสนับสนุนค่าที่พัก ค่าเดินทางในการออกงานขายสินค้า	2 1.2%	17 6.0%	0 0.0%	19 4.2%
จำนวนคนตอบทั้งหมด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	172	283	22	477
พัฒนาบุคลากรใน 1.ด้านการตลาด 2.ด้านการผลิต 3.การ ออกแบบผลิตภัณฑ์	29 16.3%	50 15.3%	7 31.8%	86 16.3%
พัฒนาการบริหารจัดการใน 1.ด้านการตลาด 2.การบัญชี 3.ความรู้เรื่องกฎหมาย ที่เกี่ยวกับกิจการ	15 8.4%	31 9.5%	4 18.2%	50 9.5%
พัฒนาการการผลิต	139 78.1%	277 84.7%	15 68.2%	431 81.8%
ระบุ พัฒนาการการผลิต				
ปรับปรุงกระบวนการผลิต	54 38.6%	112 40.4%	7 46.7%	166 39.8%
ออกแบบ/ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์	108 77.1%	185 66.8%	11 73.3%	293 70.3%
พัฒนาผลิตภัณฑ์	95 67.9%	208 75.1%	11 73.3%	303 72.7%
จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์การผลิต	65 46.4%	154 55.6%	5 33.3%	219 52.5%
จัดทำระบบมาตรฐาน	42 30.0%	87 31.4%	6 40.0%	129 30.9%
อื่นๆ เช่น 1.การใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต 2. ต้องการลดต้นทุนการผลิต	3 2.1%	10 3.6%	1 6.7%	13 3.1%
จำนวนคนตอบทั้งหมด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	139	277	15	431



**ตารางที่ 8-17 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามความต้องการรับความช่วยเหลือ
สนับสนุนจากภาครัฐ และจำแนกตามประเภทของลักษณะกิจการ (ต่อ)**

หน่วย : ราย

ความต้องการ	กลุ่มผู้ผลิต เจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิต ชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
พัฒนาความรู้ด้านการทำบัญชี / ข้อมูลเพื่อการบริหาร	46 25.8%	86 26.3%	3 13.6%	135 25.6%
ช่วยให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน	59 33.1%	93 28.4%	2 9.1%	154 29.2%
อื่นๆ เช่น 1.เงินทุนสนับสนุน 2.กู้ได้เป็น3-5ปีชำระเป็นราย ปี 3.ให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนทุน	1 0.6%	17 5.2%	1 4.5%	19 3.6%
จำนวนคนตอบทั้งหมด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	178	327	22	527

3.10 การประเมินปัจจัยที่เป็นความสำเร็จของการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP

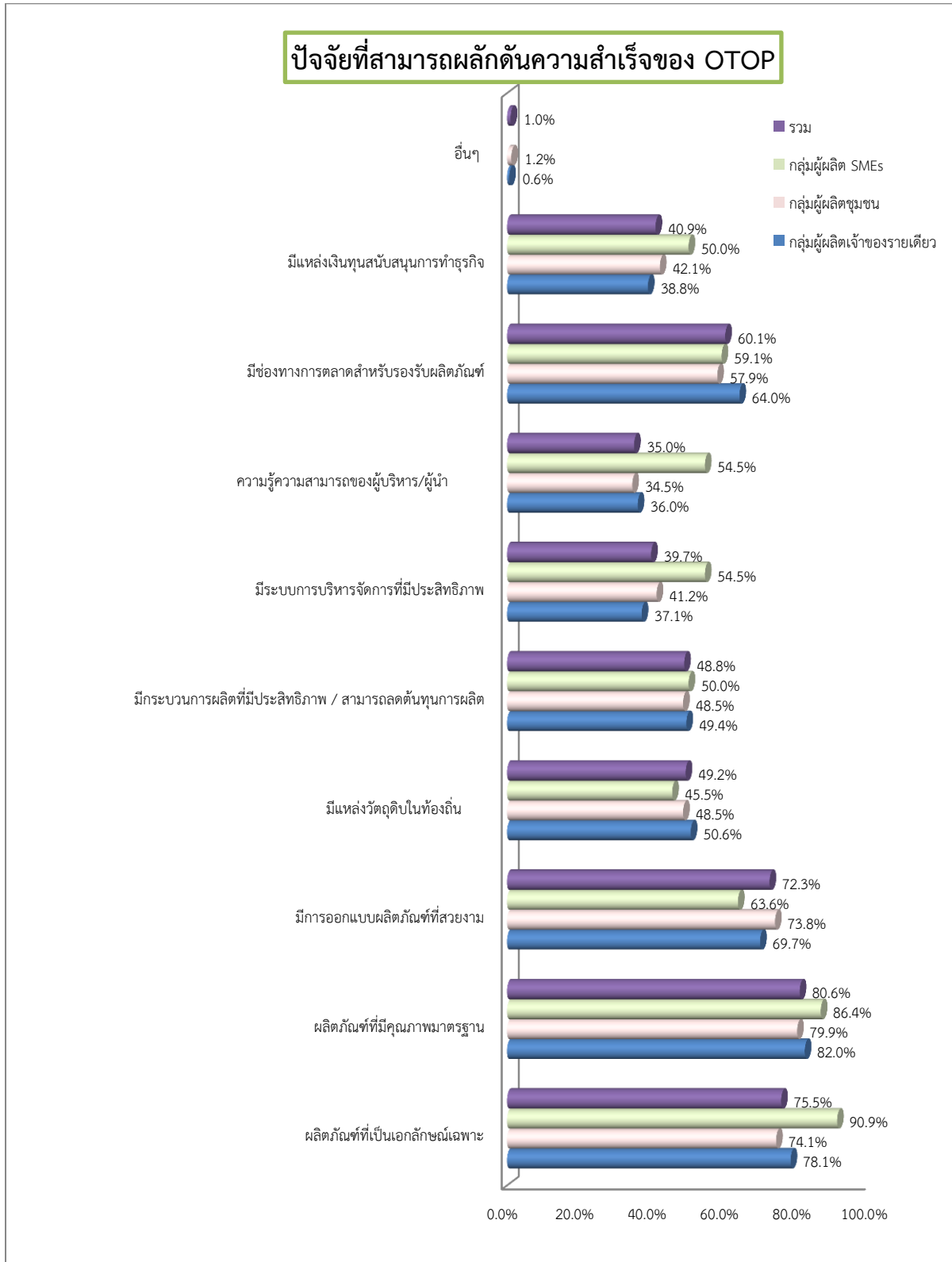
ทั้งกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตชุมชนได้ประเมินความเห็นของปัจจัยที่ตนเองเห็นว่าสามารถนำไปสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งทั้งสองประเภทดังกล่าวมีความเห็นที่เหมือนกันทุกประการ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด และลำดับรองๆ ลงไป ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน
- 2) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- 3) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มีความสวยงาม
- 4) การมีช่องทางการตลาดสำหรับรองรับผลิตภัณฑ์
- 5) การมีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น
- 6) การมีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้
- 7) มีเงินทุนสนับสนุนการทำธุรกิจ
- 8) การมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- 9) ความรู้ ความสามารถของผู้นำและหรือผู้บริหารกิจการ

10) อื่นๆ เช่น การมีความรู้ที่กว้างขวาง การมีสิทธิบัตรในตัวสินค้าเพื่อมิให้รายอื่นนำไปลอกเลียนแบบ เป็นต้น (แผนภาพที่ 8-37)



แผนภาพที่ 8-37 ร้อยละของผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามความเห็นของปัจจัยที่สามารถผลักดันความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP จำแนกตามประเภทของลักษณะกิจการ





3.11 ความเห็นต่อผลกระทบในภาพรวมต่อการดำเนินนโยบาย OTOP

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการวัดผลกระทบของการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสังคมโดยรวมของชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งไม่ใช่เพียงเฉพาะของธุรกิจของผู้ตอบคำถาม โดยได้แยกเป็นประเด็นต่างๆ แล้ววัดค่าในเชิงคุณภาพโดยให้ผู้ตอบให้คะแนนระดับตั้งแต่ไม่มีผลกระทบ (คะแนนเท่ากับ 0) ไปจนถึงมีผลกระทบมากที่สุด (มีคะแนนระดับ 5) พบคำตอบที่น่าสนใจคือผู้ตอบที่เป็นธุรกิจ OTOP ประเภทกลุ่มได้มีความเห็นว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีผลกระทบในระดับที่ค่อนข้างมากต่อชุมชนในเกือบทุกๆ ประเด็น (มีคะแนนมากกว่า 3 ขึ้นไป) ยกเว้นประเด็นเดียวคือ การจ้างงานในท้องถิ่นที่มีผลกระทบในระดับปานกลางแต่ก็เป็นไปค่อนข้างมาก (คะแนนเท่ากับ 2.98) แต่ความเห็นของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวกลับประเมินแตกต่างกันไปจากกลุ่มผู้ผลิตชุมชน โดยที่พิจารณาเห็นว่าผลกระทบในด้านต่างๆ ทุกด้านที่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีต่อสังคมและชุมชนเป็นไปในระดับปานกลาง ทั้งนี้ประเด็นของผลกระทบที่ประเมินประกอบด้วย

- 1) การจ้างงานในท้องถิ่น
- 2) การสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น
- 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่น
- 4) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน
- 5) การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 6) การยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น
- 7) การส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน
- 8) การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 9) การสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น
- 10) การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน
- 11) การแก้ไขปัญหาความยากจนในท้องถิ่น
- 12) การแก้ไขปัญหาการโยกย้ายถิ่นฐานในชุมชน
- 13) อื่นๆ เช่นการแก้ไขปัญหาคอร์ปชั่นในระดับรากหญ้า เป็นต้น

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าในมุมมองของผู้ประกอบการ OTOP มีความเห็นว่าการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนสำคัญในระดับหนึ่งที่มีผลกระทบต่อชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ การจ้างงาน ด้านสังคม การลดปัญหาความยากจน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การลดปัญหาการโยกย้ายถิ่นฐาน การสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมทั้งด้านอื่นๆ เช่นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งในบางประเด็นที่อาจไม่คาดคิดมาก่อน เช่น การส่งเสริมธรรมาภิบาล เป็นต้น (ตารางที่ 8-18)



ตารางที่ 8-18 ระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นของผลกระทบในภาพรวมจากการดำเนินนโยบาย OTOP ที่มีต่อชุมชนและท้องถิ่นในด้านต่างๆ (คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึงไม่มีผลกระทบ และคะแนนเท่ากับ 5 หมายถึงได้รับผลกระทบมากที่สุด)

ประเด็น	กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว	กลุ่มผู้ผลิตชุมชน	กลุ่มผู้ผลิต SMEs	รวม
1) การจ้างงานในท้องถิ่น	2.33	2.98	2.59	2.74
2) การสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น	2.66	3.38	2.82	3.11
3) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่น	2.59	3.34	3.14	3.08
4) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน	2.75	3.48	2.95	3.21
5) การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	2.73	3.55	2.91	3.24
6) ยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น	2.86	3.48	2.82	3.24
7) การส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน	2.73	3.32	2.64	3.09
8) การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	2.65	3.21	2.59	2.99
9) การสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น	2.83	3.37	2.73	3.16
10) การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน	2.84	3.42	2.68	3.19
11) การแก้ไขปัญหาความยากจนในท้องถิ่น	2.83	3.22	2.41	3.05
12) การแก้ไขปัญหาการโยกย้ายถิ่นฐานในชุมชน	2.71	3.00	2.09	2.87
13) อื่นๆ เช่น คอร์ปชั่นในระดับรากหญ้า	2.44	2.33	2.70	3.08
ภาพรวม	2.33	2.98	2.59	2.74

3.12 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไปต่อโครงการ OTOP

นอกจากความคิดเห็นในด้านต่างๆ ข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบการยังได้มีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานโครงการ OTOP ที่สำคัญๆสรุปได้คือ

1) โครงการที่ดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องการตลาด ซึ่งเป็นโครงการที่ผู้ประกอบการ OTOP มีความเห็นค่อนข้างมากกว่าประเด็นอื่นๆ ที่สำคัญได้แก่ ต้องการให้ผู้ประกอบการ OTOP ได้มีโอกาสหมุนเวียนกันไปแสดงและขายสินค้าในงาน OTOP ระดับประเทศ เช่น งาน OTOP city การหาช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นเช่นการขายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ การจัดสถานที่ขายตามจุดเดินทางเช่นรถไฟ รถไฟฟ้า หรือการปรับปรุง website ให้ทันสมัยรวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ที่รัฐควรทำอย่างทั่วถึงและกว้างขวาง

2) การคัดเลือกสินค้า OTOP ควรเป็นหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน และเป็นหลักเกณฑ์เดียวกันกับทุกๆ กรณีและในพื้นที่ต่างๆ คณะกรรมการคัดเลือกควรมีความรู้ความเข้าใจในระดับที่เพียงพอ

3) การพัฒนาการวิจัยในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการผลิตสินค้า OTOP ทั้งการวิจัยในด้านวัตถุดิบ เช่น การปลูกพืชสมุนไพรเพื่อทำเครื่องสำอาง การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4) การสนับสนุนด้านการพัฒนานวัตกรรม เช่น การจัดหาที่ปรึกษาทางนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ



5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า OTOP ในลักษณะของการจัดตั้งเป็นศูนย์กลางระดับประเทศที่ผู้ประกอบการ OTOP ทุกๆ รายสามารถเข้าขอรับบริการ หรือรับการสนับสนุนร่วมกันได้

6) การจัดตั้งศูนย์บริการในพื้นที่เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำต่างๆ ไป การรับเรื่องราวปัญหาต่างๆ และดำเนินงานแก้ไขหรือประสานงานให้หน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการแก้ไข เป็นต้น

3.13 การประเมินความสำเร็จของการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากผลการสำรวจผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลที่ได้จากการสำรวจผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นนี้ สามารถนำไปประเมินผลสัมฤทธิ์ในระดับภาพรวมของการดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล ในช่วงที่ผ่านมาระหว่างปี พ.ศ. 2544-2555 ร่วมกับการพิจารณาปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของผู้ประกอบการ OTOP ที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล

จากบทสรุปในตอนท้ายของบทที่ 5 เกี่ยวกับการประเมินนโยบายในภาพรวมทั้งหมดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการส่งเสริมโดยการสนับสนุนให้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การสนับสนุนให้มีการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน การส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งทุน และเชื่อมโยงให้สินค้า OTOP สามารถเข้าถึงตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ บรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 5 ประการของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน การสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน การส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้น การประเมินผลสำเร็จของนโยบายในมุมมองของผู้ประกอบการ OTOP จึงเป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ ทั้ง 5 ประเด็นดังกล่าว ดังนี้

1) ผลการดำเนินนโยบายเพื่อการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

ผลคำตอบของคำถามหลายๆ คำถามจากการสำรวจผู้ประกอบการในครั้งนี้ได้สะท้อนถึงสถานภาพและการเปลี่ยนแปลงของการสร้างงาน และการสร้างรายได้ของผู้ประกอบการ OTOP

ในด้านการสร้างงาน ปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวมีจำนวนคนทำงานทั้งหมดเฉลี่ยต่อรายประมาณ 13 คน และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีคนทำงานเฉลี่ยต่อกลุ่มประมาณ 19 คน และผู้ประกอบการ SMEs มีคนทำงานเฉลี่ยต่อกลุ่มประมาณ 33 คน ในจำนวนนี้ส่วนหนึ่งเป็นแรงงานที่จ้างมาจากภายนอก และอีกส่วนหนึ่งเป็นแรงงานภายในครัวเรือนซึ่งแรงงานในครัวเรือนส่วนหนึ่งเป็นการทำงานแบบเต็มเวลาของ OTOP กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวมีประมาณ 3 คนต่อราย ผู้ผลิตกลุ่มชุมชนประมาณ 2 คนต่อกลุ่ม และผู้ผลิต SMEs ประมาณ 4.06 คนต่อกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีแรงงานในครัวเรือนที่ทำงานแบบไม่เต็มเวลาอีกส่วนหนึ่งด้วยเช่นกัน สำหรับแรงงานที่จ้างมาจากภายนอกนั้น ผู้ประกอบการ OTOP ประมาณร้อยละ 97.5 ได้จ้างงานมาจากคนในท้องถิ่นเป็นหลัก ส่วนในด้านการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการจ้างงานนั้น จากจำนวนกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวทั้งหมด ร้อยละ 36.3 มีการจ้างงานในจำนวนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับอดีตตอนเริ่มต้นโครงการ OTOP



ในปี พ.ศ. 2545 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนร้อยละ 45.7 และ SMEs ร้อยละ 19.0 มีการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นจากอดีตใน
ตอนเริ่มต้นโครงการเช่นกัน

ด้านรายได้ของผู้ประกอบการ OTOP พบว่าอาจประสบความสำเร็จในเชิงนโยบายไม่มากนักโดยในส่วนของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวมีผู้ประกอบการเพียงร้อยละ 6.2 ที่เห็นว่ายอดขายหรือรายได้ใน
ธุรกิจ OTOP ของตนเองมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ส่วน OTOP กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีร้อยละ 10.6 ที่ยอดขาย
หรือรายได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2545 หรือเมื่อตอนเริ่มกิจการ ส่วน SMEs มีสัดส่วนที่สูง
ถึงร้อยละ 19.0 ที่มียอดขายเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันก็มีข้อค้นพบบางประการที่สามารถนำมาพิจารณาใช้
ประกอบร่วมกับเรื่องของรายได้ เช่นพบว่าในส่วนของกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวมีถึงร้อยละ 39.6 ของกลุ่ม
ผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวทั้งหมดที่ต้องไปประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากการทำธุรกิจ OTOP เพียงอย่างเดียว
และ SMEs ร้อยละ 31.8 ที่มีการประกอบอาชีพอื่น สะท้อนถึงความไม่เพียงพอของรายได้ที่มาจากธุรกิจ
OTOP จึงทำให้ต้องมีอาชีพอื่นเสริมด้วยเช่นกัน ซึ่งอาจส่งผลในทางตรงกันข้ามจากการทำอาชีพเสริมก็คือ อาจ
ไม่สามารถมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจ OTOP ของตนเองได้อย่างเต็มที่เพราะจำเป็นต้องใช้เวลาและทรัพยากร
ส่วนหนึ่งไปเพื่ออาชีพเสริมดังกล่าว

2) ผลการดำเนินนโยบายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน

การดำเนินงานโครงการ OTOP ที่ผ่านมายังไม่มีโครงการในลักษณะที่เป็นการสร้างความ
เข้มแข็งให้แก่ชุมชน เพื่อให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่นได้โดยตรง อย่างไรก็ตามผลของ
โครงการ OTOP ทั้งหมดทุกๆ โครงการที่ภาครัฐจัดขึ้น การเข้าร่วมอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจ การได้
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ และผู้รู้ ที่ปรึกษาของโครงการ เชื่อว่าจะมีส่วนสนับสนุนให้เกิดความ
เข้มแข็งให้แก่ชุมชนทั้งสิ้น เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดที่สามารถสะท้อนถึงความเข้มแข็งของชุมชน เช่น จำนวน
สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ OTOP ปัจจุบันพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วแต่ละกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 29 คน ขณะเดียวกัน
การเติบโตของจำนวนสมาชิกภายในกลุ่มก็มีความสำคัญเช่นกัน กล่าวคือกลุ่มวิสาหกิจ OTOP ร้อยละ 58.0 เป็น
กลุ่ม OTOP ที่มีจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่เพิ่มขึ้น

ในมิติของ CIPP นั้น นอกจากผลผลิตที่ได้รับแล้ว การดูถึงปัจจัยนำเข้า (input) และ
กระบวนการ (process) ก็อาจมีส่วนช่วยสะท้อนถึงความสำเร็จของนโยบายด้านการสร้างความเข้มแข็งได้ด้วย
เช่นกัน ประมาณร้อยละ 84.6 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs ที่เข้าร่วม
อบรมกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นการอบรมทางด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน หรือในด้าน
วัตถุประสงค์ของผู้เข้าร่วมอบรมที่พบว่า ร้อยละ 81.6 ได้ระบุตนเองว่าเข้ามาอบรมเพื่อต้องการพัฒนาความรู้
ความสามารถ ยกย่องศักยภาพของผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 49.5 ของผู้เข้าร่วมโครงการ
ต้องการที่จะสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจ แสวงหากลุ่มผู้ร่วมผลิต การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกลุ่ม
ต่างๆ การช่วยเหลือระหว่างกลุ่ม สถาบันและองค์กรต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในข้อถามเพื่อให้ผู้ตอบให้ระดับคะแนนน้อยตามความเห็นของผู้ตอบ โดยให้
ประเมินความสำเร็จในธุรกิจของตนเองจากการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ในด้านการมีเครือข่ายในการทำธุรกิจ
เช่นมีแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น มีกลุ่มผู้ร่วมผลิต ร่วมค้า มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตต่างๆ
การช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ผลิต วิสาหกิจชุมชนและสถาบันต่างๆในท้องถิ่น ผู้ประกอบการได้ประเมินผล



สัมฤทธิ์ในเรื่องดังกล่าวนี้ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง(มีคะแนนเท่ากับ 3.47 โดยที่คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึงไม่ได้รับประโยชน์ และระดับ 5 หมายถึงได้ประโยชน์สูงสุด)

นอกจากนี้ เมื่อให้ผู้ตอบคำถาม (รายเดี่ยว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs) ประเมินผลกระทบของการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน การสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น การสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น การส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่น และเรื่องอื่นๆ เช่น คอร์ปชั่นในระดับรากหญ้า การแก้ไขปัญหาความยากจนในท้องถิ่น การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การแก้ไขปัญหาการโยกย้ายถิ่นฐานในชุมชน และการจ้างงานในท้องถิ่น ผู้ตอบได้ให้คะแนนแต่ละเรื่องโดยลำดับคือ 3.24 3.24 3.21 3.19 3.16 3.11 3.09 3.08 3.08 3.05 2.99 2.87 และ 2.74 ตามลำดับ ซึ่งคะแนนทั้งหมดดังกล่าวถือว่าเป็นระดับปานกลางและปานกลางค่อนข้างสูง

3) ผลการดำเนินนโยบายเพื่อการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญค่อนข้างมากต่อการทำธุรกิจ OTOP มีผู้ประกอบการมากกว่าครึ่งหนึ่งที่ระบุว่ามีการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและนำมาสร้างเป็นสินค้า OTOP ที่มีเอกลักษณ์ประจำของท้องถิ่น เป็นจุดแข็งที่สำคัญในลำดับแรกๆ ที่สร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจ OTOP ของตน

การพิจารณานโยบายเพื่อการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้า OTOP อาจดูได้จากคำตอบในหลายๆ คำตอบข้างต้นที่สำคัญคือ ข้อคำถามเพื่อให้ผู้ประกอบการประเมินว่าผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้ผลิตขึ้นมานั้นมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้าน้อยเพียงใด ซึ่งมีพบว่าผู้ประกอบการ OTOP สูงถึงร้อยละ 85.2 ที่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่มีแนวโน้มใช้ภูมิปัญญาที่สูงกว่ารายเดี่ยว และ SMEs โดยแหล่งที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญคือ ได้มาจากบรรพบุรุษที่ส่งสมกันมา หรือได้จากผู้รู้ในท้องถิ่น และภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่เป็นการรับรู้กันทั่วๆ ไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการจดทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว กลับพบว่าผู้ประกอบการ OTOP มีการจดทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่นค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 8.5 ของจำนวน OTOP ผู้ที่มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเท่านั้น

ในด้านแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาพบว่ามีความที่ค่อนข้างดีพอสมควร กล่าวคือจากการสอบถามผู้ประกอบการ OTOP ทั้งหมด มีจำนวนคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 23.7 ที่เห็นว่าธุรกิจของตนเองมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการผลิตและหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

ขณะเดียวกัน นับตั้งแต่เริ่มมีโครงการ OTOP เป็นต้นมา มีผู้ประกอบการ OTOP ประมาณร้อยละ 79.2 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงมากที่มีความเห็นว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการผลิตและหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่างๆ นั้น เป็นผลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมที่เกิดมาจากการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นหลัก



การประเมินผลสำเร็จในเชิงของผลกระทบต่อชุมชนต่อนโยบายในด้านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และนโยบายด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรากฏว่านโยบายทั้งสองเรื่องดังกล่าวผู้ประกอบการได้ประเมินว่าอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก

4) ผลการดำเนินนโยบายเพื่อการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

แนวทางหรือรูปแบบของการดำเนินงานเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโครงการ OTOP นั้น นอกเหนือจากการฝึกอบรมและเรียนรู้จากวิทยากรในด้านต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมหลักในด้านนี้แล้ว ก็ยังมีการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งกิจกรรมหรือโครงการในลักษณะของการส่งเสริมกลุ่มให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิด และประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ OTOP ด้วยกันเองหรือระหว่างผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ เป็นต้น เป็นที่น่าสังเกตว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของโครงการ OTOP ในลักษณะของการศึกษาวิจัยที่เรียกว่า “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development)” เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ OTOP โดยตรงยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการในลักษณะที่นักวิจัยจากสถาบันการศึกษาหรือจากหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดำเนินการเอง แล้วส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุดัชนีที่ได้ให้กับผู้ประกอบการได้ใช้ต่อไป

จากการประเมินประเภทของโครงการที่ผู้ประกอบการ OTOP ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับภาครัฐมากที่สุดเป็นอันดับแรก พบว่าเป็นโครงการประเภทการฝึกอบรม ให้การเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน เช่น การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดการจัดการ และการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะของแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมด้านการประกอบอาชีพ การจัดหาที่ปรึกษามาให้คำปรึกษาแนะนำและเป็นพี่เลี้ยงช่วยเหลือเพื่อพัฒนาเฉพาะด้านให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP

ขณะเดียวกันในด้านผู้ประกอบการ OTOP เองก็ระบุว่าวัตถุประสงค์หลักสำคัญประการแรกที่ตนเองตัดสินใจเข้าร่วมโครงการก็คือต้องการได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ การพัฒนาศักยภาพของตนเองให้สามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาธุรกิจของตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

เมื่อให้ผู้ประกอบการประเมินถึงความเหมาะสมของรูปแบบการให้ความช่วยเหลือด้านการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถต่างๆ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 93.1 มีความเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว อย่างไรก็ตาม เมื่อให้ผู้ประกอบการประเมินถึงระดับของประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมอบรมเพื่ออาจจะได้มีอาชีพใหม่ นำความคิดใหม่ๆ นำมาปรับใช้กับกิจการของตน หรือนำมาต่อยอดนั้น ผู้ประกอบการกลับประเมินประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้ที่ได้นั้น อาจนำมาใช้กับธุรกิจจริงตามที่คาดหวังได้ไม่มากนัก ซึ่งมีเหตุผลมาจากหลายสาเหตุ เช่น ไม่มีกำลังคน ไม่มีเวลา หรือไม่มีเงินทุน เป็นต้น

จากการให้ผู้ประกอบการประเมินถึงผลกระทบจากการดำเนินนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปรากฏว่าได้คะแนนในระดับ 2.99 ซึ่งเป็นระดับปานกลาง



5) ผลการดำเนินนโยบายเพื่อการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

การส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาสินค้าของตนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นอาจเป็นเรื่องที่วัดหรือสังเกตเห็นได้ค่อนข้างยาก อย่างไรก็ตาม ผลจากการสอบถามผู้ประกอบการถึงจำนวนของชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการ OTOP ผลิตได้ ผลปรากฏว่า กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวมีจำนวนชนิดผลิตภัณฑ์ต่อรายจำนวน 14 ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีจำนวนผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มเท่ากับ 10 ผลิตภัณฑ์ ส่วน SMEs มีค่อนข้างมากถึง 36 ชนิดผลิตภัณฑ์ต่อราย โดยที่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เหล่านี้เป็นสินค้าประเภท ของใช้ เครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นอยู่แล้ว

การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP และการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของ OTOP ให้มีความสวยงามผู้ประกอบการส่วนหนึ่งมีความเห็นว่าได้มีการปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น กล่าวคือในด้านการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ ๆ ผู้ประกอบการร้อยละ 14.3 เห็นว่าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ด้านการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการร้อยละ 22.9 เห็นว่ามีจำนวนมากขึ้น และในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการร้อยละ 30.4 เห็นว่าได้มีการปรับปรุงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดดังกล่าวนี้สามารถสรุปผลได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดมาจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

เมื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP ประเมินผลกระทบของโครงการ OTOP ในด้านการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนผลปรากฏว่ากลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียวและ SMEs มีความเห็นว่ามีผลกระทบในระดับปานกลาง ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีความเห็นว่าโครงการ OTOP ส่งผลกระทบในระดับปานกลางค่อนข้างมาก

กล่าวโดยสรุปแล้ว จากการเก็บข้อมูลต่างๆ ของผู้ประกอบการ OTOP ทั้งรายเดียว กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และ SMEs รวมทั้งการสอบถามความเห็นต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ OTOP สามารถประเมินได้ว่าการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในมุมมองของผู้ประกอบการ OTOP แล้ว นโยบายส่วนใหญ่ได้ประสบความสำเร็จในเกือบทุกเรื่องในระดับหนึ่ง มีเพียงเรื่องเดียวที่ผู้ประกอบการเห็นว่ายังมีความสำเร็จที่ค่อนข้างน้อยคือเรื่องของการสร้างรายได้ ที่มีผลสัมฤทธิ์ค่อนข้างต่ำ ทำให้เกิดเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตและการพัฒนาธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการในเรื่องอื่นๆ ตามมา

ผลกระทบของการดำเนินโครงการ OTOP โดยส่วนใหญ่ในเรื่องต่างๆ ที่มีต่อธุรกิจในประเภทกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP มีค่าที่ค่อนข้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับผลที่เกิดกับกลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว ซึ่งส่วนนี้อาจเกิดจากการช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มด้วยกัน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการ OTOP ประเภทรายเดียวมีข้อได้เปรียบที่มีความสามารถและศักยภาพที่สูงกว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชน เช่น มีจำนวนชนิดสินค้าที่ค่อนข้างมาก มีทรัพย์สินทุน การจ้างงานและกำลังการผลิตที่มากกว่า เป็นต้น