

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (3-5 ดาว) ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและความสัมพันธ์ของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งสร้างสมการทำนายความสำเร็จในการประกอบการด้วยรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับประเทศ ปี 2549 และผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ 3-5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 38 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างเป็นรายบุคคลและแบบประเมินโดยผู้ประกอบการ และโดยผู้สัมภาษณ์ ตามแนวทางของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ และแนวทฤษฎีของ ไมเคิล เจ. เคอร์ตัน โดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ทั้งนี้ ในการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลทางธุรกิจทั่วไป

ส่วนที่ 2 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลทางธุรกิจทั่วไป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลทางธุรกิจทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เนื่องจากสินค้าด้านความสวยงามประเภทเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรและวัตถุดิบจากธรรมชาติ รวมถึงทางด้านสุขภาพด้วย เพศหญิงจะให้ความสนใจและมีความถนัดมากกว่าเพศชาย ด้วยเหตุนี้ เพศหญิงจึงเข้ามาสู่การเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศชาย อีกทั้งจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2549 มีประชากรที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ถึง 253,410 คน (http://www.otp.go.th/Pdf/statistic/Person2_3.pdf) จึงทำให้เพศหญิงจึงเข้ามาสู่การเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเพศชาย

2. กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจของตนเองเมื่อปี พ.ศ.2546 ทั้งนี้เพราะเป็นช่วงที่โครงการ OTOP ได้รับการสนับสนุนมาก และกำลังเริ่มได้รับความสนใจจากผู้ที่จะเป็นเจ้าของกิจการ อีกทั้งสินค้าก็เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น จึงทำให้ปี พ.ศ.2546 นั้น มีจำนวนของผู้ประกอบการมากกว่าปีอื่นๆ และโครงการ OTOP เป็นโครงการที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เริ่มดำเนินธุรกิจนั้น เป็นผู้ที่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนกลางหรือวัยกลางคน ซึ่งส่วนมากถือว่าวัยนี้เป็นวัยที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม สามารถรวบรวมเงินไว้ได้พอเพียงแก่การใช้จ่ายของตนเอง ซึ่งในวัยนี้มีบุตรที่เป็นหนุ่มเป็นสาวและแยกออกไปมีครอบครัว จึงทำให้ภาระต่างๆ ลดลง (<http://www.geocities.com/mymcu/som06.htm>) และผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่าย่อมผ่านประสบการณ์มาแล้ว จนพบแนวทางที่ดีซึ่งทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป สำหรับบางคนถือว่าเป็นช่วงสุดยอดที่สุดของชีวิตในเรื่องความสำเร็จด้านหน้าที่การงานอีกด้วย (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2545, น.494-495)

3. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และเมื่อเข้ามาทำธุรกิจของตนเองแล้ว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังได้เข้าร่วมสัมมนาฝึกอบรมเพิ่มเติมในหลักสูตรต่างๆ (ร้อยละ 73.7) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการได้มีการอบรมเกี่ยวกับวิธีการผลิตสินค้าที่ใช้ส่วนผสมจากสมุนไพรหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการที่จะมาทำธุรกิจ

ในการผลิตสินค้าเกี่ยวกับสมุนไพรจำเป็นต้องมีทักษะ ความรู้ความสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรทุกอย่างโดยใช้ภูมิปัญญาที่มีและนำสิ่งที่ได้จากการฝึกอบรมมาเหล่านั้นใช้ในการปฏิบัติจริง ได้ลองผิดลองถูกด้วยตนเอง จนมีความชำนาญในด้านต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการผลิตสินค้าสมุนไพรมีกฎเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ให้ต้องปฏิบัติตามเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งदनัย เทียมพุด (2531, น.70) กรรมการผู้จัดการบริษัท ดี เอ็น ที คอนซัลแตนท์ จำกัด ได้เสนอไว้ว่า ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ ต้องเป็นผู้เฝ้าหาความรู้จากแหล่งต่างๆ เสมอไม่ว่าจากการอ่าน การอบรมสัมมนา การปรึกษาแนะนำจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการได้พบเห็นของจริงๆ โดยความรอบรู้จะทำให้บุคคลเป็นผู้มีทัศนคติเปิดกว้างและมองการณ์ไกล และสอดคล้องกับ บรูม และ ลองเนคเกอร์ (Broom and Longenecker, 1971, pp.103-108) ที่ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม พบว่า สาเหตุหนึ่งที่สำคัญของความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมมาจากผู้ประกอบการขาดการศึกษาที่เพียงพอ

4. การเริ่มต้นดำเนินธุรกิจของตนเอง พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยทำธุรกิจเองมาก่อนและไม่เคยทำธุรกิจเองมาก่อนมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 50.0) และส่วนใหญ่เป็นคนก่อตั้งกิจการด้วยตนเอง ซึ่งผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แม้ผู้ประกอบการไม่เคยทำธุรกิจเองมาก่อน แต่ได้วิธีการผลิตมาจากครอบครัวหรือเครือข่าย อีกร้อยยี่สิบโตมาในครอบครัวที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน จึงได้มีการเรียนรู้ มีความชำนาญ และความเชี่ยวชาญมาจากครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจ โดยมีการผลักดัน ถ่ายทอดและหล่อหลอมมาตั้งแต่เล็กๆ จึงทำให้เกิดการซึมซับไปโดยอัตโนมัติ หรือมีการเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน โดยการเป็นลูกจ้างหรือพนักงานในธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งเมื่อมีทักษะความสามารถแล้ว ก็ตัดสินใจเข้ามาลงทุนเป็นผู้ประกอบการด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ เฉลียว บุรีภักดี (2527, น.185-187) ที่ได้ศึกษาแนวโน้มการทำงานของเยาวชนไทยเกี่ยวกับการประกอบอาชีพอิสระ พบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่เข้าสู่การดำเนินกิจการโดยรับช่วงธุรกิจจากพ่อแม่ หรือการเป็นลูกจ้างพอชำนาญงานแล้วจึงเปิดกิจการของตนเอง

5. ลักษณะและขนาดของกิจการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งมีเงินลงทุนเริ่มต้นดำเนินธุรกิจในระยะแรกไม่สูงมาก จะอยู่ที่ประมาณ 10,001-100,000 บาท และมีจำนวนพนักงานประจำ 0-5 คน โดยที่พนักงานส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากสมาชิกของครอบครัวหลัก ทั้งนี้เพราะธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ไม่ใหญ่โตนัก ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องเป็นผู้คิดค้น ออกแบบผลึกและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยตนเอง จะจ้าง

พนักงานเพียงเพื่อช่วยงานในตอนมีการจัดงานแสดงสินค้าหรือมีงานเร่งๆ เข้ามาเท่านั้น โดยพนักงานส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีส่วนร่วมในคิดและพัฒนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรืองานทางด้านการตลาด และการจัดทำบัญชี ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานจำนวนมากและไม่จำเป็นต้องนำสมาชิกในครอบครัวมาร่วมดำเนินการด้วย

6. การวางแผนธุรกิจ ในการวางแผนและเป้าหมายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่จะมีการกำหนดแผนธุรกิจหรือเป้าหมายในการดำเนินงานในระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) แต่ไม่มีการเขียนหรือจัดทำแผนธุรกิจสำหรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารธุรกิจอย่างเป็นทางการ เนื่องจาก การดำเนินกิจการเป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว ไม่มีหุ้นส่วน จึงไม่มีการจัดทำแผนธุรกิจในระยะยาวจะมีเพียงแต่การวางแผนอย่างไม่เป็นทางการ และวางแผนเฉพาะเรื่องที่สำคัญๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน จึงตรงผลการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการ OTOP เหล่านี้ ที่ว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการนำมาใช้นั้น จะเป็นแบบการวางแผนล่วงหน้าเฉพาะสิ่งสำคัญที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนที่ 2 ลักษณะของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ลักษณะรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสินค้า OTOP จะมีรัฐบาลให้การสนับสนุนทางด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาด ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย ผู้ประกอบการจึงเน้นทางด้านการผลิตสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและความต้องการของตลาดเท่านั้น ไม่มีการปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงหรือแก้ปัญหาใดๆ ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ OTOP เหล่านี้จึงอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ในแบบนวัตกรรม (57.9%) มากกว่าแบบปรับเปลี่ยน (42.1%) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มในการสร้างสรรค์ไปในแบบรูปแบบใหม่ๆ สิ่งใหม่ๆ ทั้งนี้อาจมาจาก สินค้าของ OTOP ส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมานั้นมีการลอกเลียนแบบกันมาก เพราะการผลิตสินค้าแต่ละชนิดนั้นจะผลิตตามความนิยมและความชอบของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา อีกทั้งธุรกิจประเภทสมุนไพรก็มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ปัจจุบันสินค้า OTOP มียอดขายที่ลดลง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาวิธีพลิกแพลงที่จะแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ด้วยตนเอง โดยการคิดผลิตสินค้าที่มีความแปลกใหม่และแตกต่าง

จากตลาดที่มีอยู่เดิม หรือนำเสนอสินค้าที่มีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครและใช้วิธีการขายใหม่ๆ เพื่อความอยู่รอดของตนเอง และช่วยเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจของตนเอง สามารถที่จะดำเนินต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบัทเนอร์ และกรีสกีวิช (Buttner and Gyskiewicz, 1993, pp.22-31) ที่ศึกษาผู้ประกอบการในชายฝั่งตะวันออกของอเมริกาพบว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะใช้รูปแบบความคิดสร้างสรรค์แบบสร้างใหม่ในธุรกิจมากกว่า ผู้บริหาร และผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์แบบสร้างใหม่กล้าที่จะเสี่ยงในธุรกิจใหม่ๆ และปราโมทย์ เจนการ (2523) ที่ทำการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีคุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์สูง กว่ากลุ่มลูกจ้าง และกล่าวสรุปว่า คุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ใช้ในการ จำแนกผู้ประกอบการออกจากกลุ่มอาชีพอื่น เนื่องจากเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่จะนำไปสู่อาชีพ ประกอบการโดยตรง

ลักษณะภูมิความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี เนื่องจาก การประกอบธุรกิจสมุนไพรนั้นผู้ประกอบการ จะต้องมีความรู้ความชำนาญในด้านสมุนไพรเป็นอย่างดี เพราะการผลิตสินค้าแต่ละชนิด นั้นจะมีสูตรและต้องเข้าใจวิธีการแปรสภาพของสมุนไพรเพื่อนำมาผสมในสินค้า และก็มีสมุนไพร จำนวนไม่น้อยที่มีพิษ ถ้าผู้ประกอบการไม่มีความรู้ทางด้านนี้หรือใช้ไม่ถูกวิธี หรือใช้เกินขนาดจะมีพิษ ถึงตายได้ ดังนั้น การใช้สมุนไพรจึงควรใช้ด้วยความระมัดระวังและใช้อย่างถูกต้อง (<http://www.samunpri.com/modules.php?name=Herbs&file=story1>)

ส่วนความชำนาญในวิชาชีพและประสบการณ์ในการบริหารของผู้ประกอบการนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจาก ร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการทั้งหมดไม่เคยประกอบ ธุรกิจเองมาก่อน และเคยเป็นพนักงานของบริษัท ถึงร้อยละ 68.4 จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ค่อยมี ประสบการณ์ในการบริหาร ส่วนความชำนาญในวิชาชีพนั้น พบว่าผู้ประกอบการที่เคยประกอบ ธุรกิจเองมาก่อนและที่เคยเป็นพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ไม่เคยทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้เลย จึงทำให้ไม่ค่อยมีความชำนาญในวิชาชีพ แต่เพราะเป็นโครงการ OTOP ซึ่งมีรัฐบาลให้ความ ช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ทั้งในเรื่องของการคิดต้นทุน การทำบัญชี การตั้งราคา การ ผลิต การออกแบบและบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการให้ความรู้ทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ และรัฐยังมีการจัดหาตลาดที่จะส่งออกสินค้าให้ (กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก, online, 2547) นอกจากนี้รัฐยังมีการจัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าประเภทนี้ด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงไม่จำเป็นต้องอาศัยความรู้หรือประสบการณ์ใดๆ มากนักก็สามารถประกอบ ธุรกิจนี้ได้ ดังเช่นงานวิจัยของ คูเปอร์ จิมีโน-กาซคอน และ ฌู (Cooper, Gimeno-Gascon and

Woo, 1991, p.68) พบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารซึ่งวัดจากจำนวนปีของประสบการณ์และ ชนิดของประสบการณ์ในการทำงานไม่มีผลต่อความสำเร็จ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่าง ประสบการณ์ทั่วไปกับความเจริญก้าวหน้า

ลักษณะกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจทั้ง 4 รูปแบบ โดยรูปแบบกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้มากที่สุด คือ กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41) เนื่องจาก ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ใช้ ส่วนผสมจากสมุนไพรหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้ในการผลิต ทำให้การเปลี่ยนแปลงของราคา วัตถุดิบมีขึ้นมีลงอย่างต่อเนื่องตามความนิยมของผู้บริโภค แต่จะนิยมอยู่ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น อีกทั้งในช่วงที่เก็บข้อมูลนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคได้หันมาเอาใจใส่ในสุขภาพ และมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของธรรมชาติมากขึ้น (Make Money, 2548, น.71) ซึ่ง เมื่อผู้บริโภคหันมาสนใจหรือนิยมแบบไหน ผู้ประกอบการทั้งหลายก็จะหันมาผลิตสินค้าที่ใช้ วัตถุดิบในการผลิตเหมือนกัน ทำให้มีสินค้าที่ลอกเลียนแบบออกมาเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ สินค้านั้นขาดเสน่ห์และขาดความดึงดูดใจ (สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับ การตลาด, 2547, น.2-3) เพราะผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่ายและมีคุณสมบัติที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องหาวิธีแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ราคาและคู่แข่งกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และยังคงคอยรับมือกับปัญหา ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้วางแผนการดำเนินธุรกิจในระยะยาว จะมีก็เพียงแต่การวางแผน ระยะสั้นเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้จากระยะเวลาของแผนธุรกิจที่ผู้ประกอบการเขียนไว้ส่วนใหญ่จะน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี (63.2%) เช่นเดียวกับ อรรถจิต พลายนาม (2550, น.88) ที่ศึกษา ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ OTOP (4 – 5 ดาว) ประเภทธุรกิจอาหาร ที่พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการใช้กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่ง สำคัญมากที่สุด

รูปแบบกลยุทธ์ที่นิยมใช้กันเป็นอันดับสอง คือ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่าง สมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10) ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์เกี่ยวกับ รัฐบาลชุดใหม่ที่เข้ามาดูแลได้ว่าจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด และปัญหาเรื่องช่องทางการจัด จำหน่ายสินค้าที่มีลดลง อีกทั้งเมื่อมีการออกงานจัดแสดงสินค้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จะมี การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อน ทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าได้ทัน ซึ่งจาก ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ผู้ประกอบการจึงไม่จำเป็นต้องมีวางแผนไว้ล่วงหน้าในระยะยาว เพราะไม่

สามารถคาดเดาเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ นวรัตน์ ชนาพรธ (2550, น.111) ที่ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การวางแผนอย่างสมบูรณ์ รองลงมาจากกลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ

ส่วนด้านการแสวงหาโอกาส (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59) และด้านการตั้งรับ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและมีการใช้น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจาก การที่รัฐบาลได้ให้เงินสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจ OTOP อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการประเมินแนวทางการเจาะตลาดสินค้าใหม่ การกำหนดเป้าหมายและวางกลยุทธ์สำหรับสินค้าที่จะส่งออก รวมทั้งช่วยให้ข้อมูลและคำปรึกษาเพื่อแนะแนวโน้มของสินค้าในตลาดเป้าหมาย (เดลินิวส์, 25 กันยายน 2547, น.8) จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนธุรกิจทางด้านแสวงหาโอกาสและการตั้งรับ จะมีก็เพียงการวางแผนการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดีกว่าคู่แข่ง ทั้งในเรื่องของมาตรฐานคุณภาพสินค้า ความแปลกใหม่ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีความแตกต่างและสามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าเท่านั้น

ลักษณะความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องจาก ผู้ประกอบการ OTOP 3-5 ดาว ถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอยู่ในระดับหนึ่งแล้ว และสินค้าในระดับ 3-5 ดาวนั้น เป็นสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ.2549 ระดับประเทศ และจะต้องผ่านเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ซึ่งจะเป็นเครื่องช่วยยืนยันว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ มีศักยภาพในการส่งออกและสามารถพัฒนาสู่ตลาดสากลได้ (หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย, 2547, น.5) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ใช้วัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ OTOP ของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ จากการศึกษาพบว่า

1. รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ เนื่องจาก ธุรกิจนี้เป็นโครงการ OTOP ซึ่งมีรัฐบาลคอยส่งเสริมช่องทางจำหน่ายสินค้าและการตลาด โดยจัดหาที่จำหน่ายต่างๆ พร้อมทั้งจัดทำโครงการแสดงและจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับ

ภูมิภาคและประเทศในรูปแบบต่างๆ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2546, น.4) รวมไปถึงการจัดให้มีสถานที่แสดงสินค้าถาวร และเป็นตลาดกลางสินค้าที่เรียกว่า โอท็อป ซ็อบ (OTOP SHOP) เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าสู่ตลาดโลก โดยใช้เป็นศูนย์ที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่มีศักยภาพในการส่งออกกับผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าจากต่างประเทศ (เดลินิวส์, 2547, น. 10) ทำให้ผู้ประกอบการที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจ เพราะมีตลาดที่รัฐบาลเตรียมไว้สำหรับรองรับสินค้าอยู่แล้ว ผู้ประกอบการจึงไม่ตระหนักถึงเรื่องการตลาดหรือการจำหน่าย จะมุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าอย่างเดียว อีกทั้งผู้ประกอบการเหล่านี้มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต่ำด้วย จึงทำให้รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ดังเช่น งานวิจัยของ วรธนา ฉายาวัดมนะ (2544) และปาริชาติ บุญยะโรจน์ (2544) ไม่พบความสัมพันธ์ของความมีนวัตกรรมกับความสำเร็จทางธุรกิจ

จากผลการศึกษาข้างต้นชี้ให้เห็นว่า หากรัฐบาลยังไม่กระตุ้นและผลักดันให้ผู้ประกอบการเหล่านี้รู้จักพัฒนาตนเอง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจ และสภาวะแวดล้อมต่างๆ แล้ว ก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่ดำเนินธุรกิจให้สำเร็จต่อไปได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้รัฐต้องมีการสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีลักษณะรูปแบบความคิดสร้างสรรค์แบบนวัตกรรม โดยการจัดอบรมให้ความรู้หรือจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการคิดหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีรูปแบบความคิดสร้างสรรค์แบบนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้ด้วยตนเอง และยังเป็นการรักษาและเพิ่มพูนแนวคิดใหม่ๆ ของผู้ประกอบการให้คงอยู่ตลอดไป

2. ภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ เนื่องจาก ในการทำธุรกิจประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จะต้องเป็นบุคคลที่มีความชอบ ความสนใจ หรือใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากสมุนไพรอยู่ก่อนแล้ว โดยธุรกิจนี้ก็สามารถเรียนรู้จากการเข้ารับการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากสมุนไพรได้ และการที่ผู้ประกอบการได้หันมาสนใจประกอบธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับธุรกิจหรืออาชีพประเภทเดิมเลย ทั้งที่มีความชำนาญในวิชาชีพและประสบการณ์ในการบริหารค่อนข้างต่ำ อาจมาจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจ OTOP ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในทุกๆ ด้านเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของผลิตภัณฑ์ การทำบัญชี การวางแผนการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือแม้แต่การหาสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2546, น.4) ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ส่วนใหญ่จึงไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญและประสบการณ์ในการบริหาร ดังเช่น งานวิจัยของ สุนทร อุจจ์ศรี (2544, น.1) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการกับประสบการณ์ในการบริหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545, น.39-46) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงและต่ำมีภูมิหลังในด้านเชื้อชาติ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพบิดาและมารดา ตำแหน่งในกิจการ การบริหารงาน ช่วงระยะเวลาในการประกอบกิจการ ประสบการณ์ทำงานก่อนเปิดกิจการ ตำแหน่งงานก่อนเปิดกิจการ และช่วงระยะเวลาในการทำงานอื่นมาก่อน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการศึกษานี้ ชี้ให้เห็นว่า หากรัฐบาลยังมีการส่งเสริมโครงการ OTOP โดยให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างที่เป็นมา จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่สามารถที่จะทำธุรกิจได้ด้วยตนเองหากขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล ดังนั้น รัฐควรที่จะพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีภูมิความรู้ความชำนาญในการประกอบธุรกิจของตนเองให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะช่วยเหลือตนเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพารัฐอย่างเดียว โดยรัฐควรหันมาให้ความสนใจกับการฝึกอบรมทางด้านหลักสูตรการผลิตและด้านการตลาด แก่ผู้ประกอบการอย่างเต็มที่และต่อเนื่อง เพื่อผู้ประกอบการจะได้มีความรู้ ความชำนาญพอที่จะรู้ได้ว่าอะไรคือปัจจัยที่มีความสำคัญ และจำเป็นต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ขึ้นมา รวมทั้งมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดได้

3. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการสินค้าของโครงการ OTOP ส่วนมากเน้นที่จะศึกษาถึงกระบวนการผลิตสินค้าเท่านั้น เพื่อผลิตสินค้าของตนเองให้มีจำนวนมากๆ เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภค และผู้ประกอบการเหล่านี้มีการใช้กลยุทธ์ในการแก้ปัญหาที่อยู่ในระดับสูงเพียงรูปแบบเดียวตามที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น รวมทั้งการดำเนินงานในธุรกิจ OTOP นั้น เมื่อเกิดปัญหาในส่วนใดของธุรกิจก็จะมีหน่วยงานของภาครัฐเข้ามาช่วยบริหารจัดการแก้ไขให้โดยตรง และธุรกิจประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและเงินลงทุนน้อยแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการต้องมีเงินลงทุนมาก และต้องช่วยเหลือตนเองในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด การเงิน รวมถึงการจัดจำหน่าย จึงทำให้กลยุทธ์เป็นส่วนสำคัญต่อความอยู่รอดและเจริญเติบโตในธุรกิจนั้นๆ ดังเช่น สุนทร อัจฉศิริ (2544, น.73) ที่ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำหน่ายเมล็ดข้าวโพดในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การวางแผนอย่างสมบูรณ์และกลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ นอกจากนี้ อาจมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษาวิจัยเป็นเฉพาะผู้ประกอบการในระดับ 3-5 ดาวเท่านั้น โดยถือว่าเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงธุรกิจนี้ทั้งหมด เพราะยังมี

ผู้ประกอบการในระดับ 1-2 ดาวด้วย จึงทำให้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า หากเกิดปัญหาหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดขึ้น ผู้ประกอบการเหล่านี้คงจะไม่สามารถที่จะรับมือกับปัญหาต่างๆ เหล่านี้ เนื่องจากการใช้กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญในระดับสูงเพียงด้านเดียว และยังคงพึ่งพารัฐบาลเป็นอย่างมาก ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวอย่างยั่งยืน รัฐบาลจึงควรวางรากฐานให้ผู้ประกอบการมีความรู้จะได้มีความสามารถในการคิดวางแผน ซึ่งการวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นทางการนั้นส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่นิยมนำมาใช้ เพราะผู้ประกอบการไม่มีความรู้เพียงพอในเรื่องของกระบวนการที่เกี่ยวข้อง (Gibbons and Connor, 2005, pp.170-186) นอกจากนี้ การวางแผนระยะยาวหรือการวางแผนกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการทำธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัว และยังมีการศึกษาที่พบว่า องค์กรเล็กๆ ที่มีการวางแผนสามารถดำเนินการได้ดีกว่าองค์กรเล็กๆ ที่ไม่มีวางแผน (Thomas, 1998, pp.480-490)

4. รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก ผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำด้วย ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าให้มีความแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ได้ และสินค้าที่ผลิตออกมานั้น ส่วนใหญ่แล้วเป็นสินค้าที่ลอกเลียนแบบกันมากกว่า อีกทั้งผู้ประกอบการบางส่วนได้ไปฝึกอบรมการผลิตสินค้าในทีเดียวกัน ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมานั้นมีลักษณะและคุณสมบัติที่เหมือนกัน ไม่ได้เป็นสินค้าที่แตกต่างจากของเดิมที่มีอยู่ในตลาด และในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการจัดฝึกอบรมความรู้พื้นฐานในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต บรรจุภัณฑ์ และการตลาด เป็นต้น ทำให้ผู้ที่เริ่มทำธุรกิจมีรูปแบบการผลิต และลักษณะการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญแต่การผลิตเพียงอย่างเดียว ไม่ได้มีการศึกษาถึงการวางแผน และข้อมูลที่เป็นต่อการพัฒนาตนเอง เช่น ความต้องการของลูกค้า การพัฒนาและขยายตลาดอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีการให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาดจึงเป็นผลให้ผู้ประกอบการไม่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในส่วนนี้ จึงส่งผลให้รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่มีความสัมพันธ์กับภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

จากผลการศึกษานี้ ชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลควรจัดอบรมทางด้านการผลิตสินค้า และให้ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรต่างๆ ในการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ได้คิดได้แสดงความสามารถในการคิดค้นสินค้าใหม่ๆ ที่แตกต่างจากเดิมที่มีอยู่ด้วยตนเอง เพราะผู้ประกอบการเหล่านี้ก็มีฐาน มีความชอบ และมีจิตวิญญาณในการทำธุรกิจนี้อยู่แล้ว ซึ่งหากรัฐมีการส่งเสริมอย่างจริงจัง ก็จะส่งผลถึงอนาคตของผู้ประกอบการเหล่านี้ให้ได้มีการฝึกฝนฝีมือและพัฒนาให้สูงขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ด้วยตนเอง

5. ภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้เริ่มต้นธุรกิจมาจากความชำนาญของตนเอง และไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารมาโดยตรง หรือทำธุรกิจประเภทนี้มาโดยตรง จึงทำให้ภูมิความรู้ความชำนาญไม่มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และแม้ว่าธุรกิจนี้จะมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง แต่การเติบโตของธุรกิจนั้นยังจำเป็นต้องอาศัยการส่งเสริมจากภาครัฐเป็นอย่างมาก และการแข่งขันนั้นยังเป็นลักษณะแข่งขันทางด้านการผลิต ซึ่งมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ ที่ภาครัฐไม่ได้มีการส่งเสริมหรือให้ความช่วยเหลือ ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอื่นๆ ต้องแสวงหาความรู้ และฝึกฝนทักษะ เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ ชนาพรธนะ (2550, น.111) ที่ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ พบว่า กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ และการแสวงหาโอกาสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสพการณ์ในการบริหาร และกลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการ OTOP และผู้ประกอบการให้ตรงจุด ซึ่งจากผลการวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ ความชำนาญและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ดังนั้น รัฐควรจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดฝึกอบรมเรื่องการจัดทำแผนธุรกิจ การ

วางแผนการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยในแต่ละหลักสูตรควรมีอย่างสม่ำเสมอให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ หรือพยายามที่จะยืนอยู่บนขาของตนเอง ไม่ใช่คอยแต่จะพึ่งพาอาศัยรัฐบาลอยู่ฝ่ายเดียว

2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และธุรกิจอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกันสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับต่ำ และไม่ค่อยมีทักษะ ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ในการบริหาร รวมทั้งกลยุทธ์ด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์ทางการบริหารให้มากขึ้น โดยอาจจะเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ให้มีความชำนาญมากขึ้น หรือเรียนรู้ประสบการณ์จากบุคคลอื่นๆ รวมทั้งต้องศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมๆ ที่มีผลกระทบกับธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการมีสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ก็จะสามารถช่วยธุรกิจให้อยู่รอดไปได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องรอผู้อื่นมาช่วย

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดฝึกอบรมพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและจัดหลักสูตรที่มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการและสภาพธุรกิจของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการฝึกอบรม โดยเฉพาะหลักสูตรทางด้านการวางแผนธุรกิจและการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความรู้และแนวทางปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

4. บทวิจารณ์เกี่ยวกับโครงการ OTOP ที่ http://www.phongphit.com/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=2

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทสมุนไพรไม่ใช่อาหาร (3-5 ดาว) เท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่นๆ อย่างเช่น ผ้า เครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย และอื่นๆ แต่ควรจะศึกษาในระดับ 1-5 ดาว เพื่อจะได้นำมาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับดาวที่ผู้ประกอบการได้รับนั้นกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพราะจากงานวิจัยเกี่ยวกับ OTOP ที่ทำมา ยังไม่มีใครศึกษาผู้ประกอบการที่ได้ระดับ 1-5

ดาวเลย อีกทั้งเพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นว่า ตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลกับธุรกิจ OTOP

2. ควรศึกษาวิจัยในลักษณะนี้กับธุรกิจอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นภาพรวม ว่ารูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ทางธุรกิจนั้น ส่งผลต่อความสำเร็จกับธุรกิจอื่นๆ หรือไม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนั้นต่อไป