

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่จัดตั้งขึ้น เพื่อแก้ไข ปัญหาความยากจนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วม ในการส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนได้นำทรัพยากรมาใช้ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจาก บรรพบุรุษมาผลิตเป็นสินค้า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน และ ปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารกลุ่ม ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว พ.ศ.2547 จำนวน 330 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี เชฟเฟ (Scheffe Analysis)

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงานในด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่จะตั้งราคาสินค้าโดย พิจารณาจากต้นทุน บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่ทำมาจากกระดาษ มีตราสินค้าเดียวกันในการจัดจำหน่าย ตลาดสินค้าส่วนใหญ่อยู่ภายในประเทศ วิธีการจะขายผ่านตัวแทน การส่งเสริมการตลาดและ ประชาสัมพันธ์เน้นที่การออกงานแสดงสินค้า ด้านการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่นโยบายจะผลิตสินค้า ี่จุหลักตามมาตรฐานสากล เพื่อให้ได้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า การผลิตใช้แรงงานคน เป็นส่วนใหญ่ มีการวิเคราะห์ปริมาณความต้องการใช้วัตถุดิบและจะใช้วัตถุดิบจากภายในพื้นที่ เศษวัตถุดิบจะนำไปแปรรูปเป็นสินค้าในรูปแบบอื่น ๆ ด้านการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุน เมื่อเริ่มแรกน้อยกว่า 100,000 บาท ซึ่งได้มาจากเงินกู้ธนาคารภาครัฐ ปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียน มากกว่า 250,000 บาท ส่วนใหญ่นำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต สำหรับผลการดำเนินงานในปี ที่ผ่านมามีรายได้และค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกัน แต่รายได้ยังดีกว่าปีก่อนหน้านี้ ยอดจำหน่ายต่อเดือน

น้อยกว่า 100,000 บาท การจัดทำบัญชีจะบันทึกตามหลักการบัญชีทั่วไป ด้านการจัดการ พบว่าส่วนใหญ่คัดเลือกคนงานจากคนในพื้นที่เป็นการเชื่อมโยงกับชุมชน และพัฒนาสมาชิกในกลุ่มด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้คนในชุมชนได้มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยจะทำงานเป็นแบบเต็มเวลาภาระงานจะพิจารณาจากความถนัดและความสามารถของคนงานแต่ละคนเป็นหลัก มีการจ่ายเงินค่าตอบแทนจากปริมาณสินค้าที่ผลิตได้

ปัจจัยภายในของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ ผู้นำมีความรับผิดชอบสูง ผู้นำมีประสบการณ์บริหารและมีความชำนาญในตัวสินค้าเป็นพิเศษ ผู้นำมีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นผู้นำสูง การประสานงานกันภายในกลุ่มเข้ากันได้เป็นอย่างดี และสามารถจัดหาแรงงานฝีมือได้ตามความต้องการ และปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ การขายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ผล ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก ไม่สามารถหาตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าได้ เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมีไม่เพียงพอ และไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงิน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า สภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับระดับผลิตภัณฑ์ 3-5 ดาว มีจำนวน 13 รายการ ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า วิธีการในการส่งเสริมการตลาด ลักษณะการใช้เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่เป็นประโยชน์ต่อสินค้า กรรมวิธีการผลิตสินค้า วิธีการพัฒนาสินค้า จำนวนเงินลงทุนครั้งแรก จำนวนเงินลงทุนหมุนเวียน วิธีการจ่ายชำระเงินค่าซื้อวัตถุดิบ วัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงาน รูปแบบการจัดทำบัญชี ลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงาน และรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน

การเปรียบเทียบปัจจัยภายในกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับผลิตภัณฑ์ 3-5 ดาว พบว่า มีความแตกต่างกันจำนวน 20 รายการ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า ตรายี่ห้อสินค้า บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ การเลือกตัวแทนจำหน่ายสินค้า การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การควบคุมการผลิต การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ท่าเลที่ตั้งการผลิต ระบบควบคุมสินค้าคงคลัง เครื่องจักร/อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต รายการจ่ายการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร การระดมทุนภายในกลุ่ม การบันทึกบัญชี การควบคุมและตรวจสอบภายใน เกณฑ์การจัดสรรผลตอบแทน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ และการส่งเสริมและพัฒนาพนักงาน การวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The One Tambon One Product (OTOP) is a government important project created to solve poverty problems and encourage the economy of the grass root people so that they can live better lives. In addition, it helps to create jobs for the people in communities. The government takes part in promoting the use of community resources and the inherited local wisdom to produce goods. The purpose of this study was to investigate the operation conditions and the internal factors affecting 3–5 star OTOP project of small and medium establishments (SMEs). The informants of this study were 330 owners or administrators of the SMEs in B.E. 2547. Interviews and questionnaires were used to collect the data. Percentage, arithmetic mean, standard deviation, Chi-square, ANOVA, and Scheffe analysis were used to analyze the data.

With respect to the operation conditions, specifically the marketing, it was found that most establishments took the capital into consideration to set up the price of their products. Paper packages were used. The same brand was shared among the groups. Most products were sold through distributors in local markets. Their marketing promotion and public relation were mostly made in goods exhibitions or fairs. Regarding the production, they based their production on international standard so as to get certified. Human labor was used the most. Need analysis of raw materials all of which were local was made. Raw material left over was made into different forms of goods. As for the financial aspects, the study revealed that less than 100,000 baht was used as an initial capital lent by the government bank. Currently, their capital circulation was more than 250,000 baht most of which was used for production. According to the last year performance, their income and expense were almost equal. However, the last year income was higher than that of the previous year. The monthly total sale was less than 100,000 baht. General principles of

accountancy were applied in their accounting system. With regard to management, local people were recruited to work full time so as to make connection with communities. Various methods were used to improve the group members' ability so that they could earn more income. Work load was mainly given according to each employee's aptitude and ability. Amount of wage paid depended on the number of goods each employee could produce.

In relation to the internal factors, the study indicated that the establishments' strength was their leaders who were highly responsible, and experienced in administration. In addition, they had special expertise in goods, as well as potential and readiness to be the leader. The cooperation among the group members was well encouraged. Skilled workers could be recruited as needed. For the weakness, it was found that e-commerce of the OTOP did not work. There were not enough public relation and advertisements of the products. Sale distributors could not be recruited. Asset capital was not enough, and there were no financial plans.

Regarding the relationship between the operation conditions of the SMEs and the OTOP product level, the analysis indicated that they were related in 13 matters as follows: packages, market promotion methods, use of production technology, product certifications, production process, product development, initial capital, circulation capital, payment methods for raw materials, main objectives of the operations, accountancy format, employees' performances, and methods of wage payment.

The comparison of the internal factors of the SMEs producing OTOP products of different levels, it was found that 20 matters were different. They were varieties of goods, brands, packages, product ranks, selection of distributors, use of e-commerce, production control, raw material procurement, quality of raw materials, production process, control system of inventory, production machinery, asset capital, investment within group, accountancy, internal control and audit, return allotment criteria, information technology used, and employee promotion and development. The statistic significance level of this study was set at .05.