

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ในระดับภาค ประจำปี 2546 โดยทำการศึกษาวิจัยกรณีศึกษาสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 ราย ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้นำกลุ่มมีอายุต่ำสุด 40 ปี และสูงสุด 55 ปี ทั้ง 5 รายเป็นเพศหญิงทั้งหมด โดยจบการศึกษาในระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 4 ราย และระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 1 ราย ระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่มต่ำสุด 3 ปี และสูงสุด 10 ปี จำนวนสมาชิกมีตั้งแต่ 28 ถึง 171 คน ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนประมาณ 20,000 ถึง 500,000 บาท

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาว ในระดับภาค ของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านพื้นฐานชุมชน มีสิ่งที่ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าประสบความสำเร็จ ได้แก่ การขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจังหวัดนครราชสีมา และการสืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้ากับวิถีชีวิตของชุมชน 2) ปัจจัยด้านภูมิหลังและประสบการณ์เดิมของผู้นำกลุ่ม เกี่ยวกับสภาพครอบครัวทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดันทำให้กิจการประสบผลสำเร็จ และ

3) ปัจจัยด้านการดำเนินงานของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาว ซึ่งมีดังต่อไปนี้

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้นำกลุ่มทั้งหมดมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จที่แตกต่างกัน ได้แก่ การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต และความต้องการมุ่งความสำเร็จ

ปัจจัยทางการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการโดยให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน นอกจากนี้ ยังได้รับความช่วยเหลือจากภาคเอกชนในท้องถิ่นในการเงินและสนับสนุนอุปกรณ์การผลิตอีกด้วย

ปัจจัยทางด้านการเข้มแข็งของชุมชน พบว่า แต่ละกลุ่มส่วนใหญ่มีความเข้มแข็ง โดยมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงานระหว่าง 3 - 10 ปี มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ระบบการบริหารจัดการองค์กรประกอบด้วยผู้นำกลุ่มและโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่ม

ปัจจัยทางการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการวางแผนการบริหารงานและการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ เพื่อสะดวกต่อการวางแผน การสั่งการ และการควบคุมเพื่อให้กิจการดำเนินงานสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ปัจจัยทางการตลาด พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีการวางแผนงานทางการตลาด สินค้ามีคุณภาพ มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีแหล่งจำหน่ายสินค้าทั้งภายในจังหวัดนครราชสีมาและตามจังหวัดต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์ออกงานแสดงร้านค้าต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ แต่ละกลุ่มยังขาดการสร้างตราสินค้า

ปัจจัยทางการผลิต พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่สามารถผลิตวัตถุดิบได้เอง และมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนเทคโนโลยีการผลิตจะใช้องค์กรผลิตตามภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว และมีผู้ผลิตเพียง 2 ราย เท่านั้นที่สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ปัจจัยทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดไม่มีการจัดตั้งแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารับผิดชอบโดยตรง แต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจัยทางการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาทางการเงิน มีการวางแผนด้านการเงิน มีความพร้อมในด้านการเงินและสามารถจัดสรรเงินได้ดี เนื่องจากมีภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านการเงินเป็นอย่างดี มีเพียง 2 ราย ที่ขาดการวางแผนด้านการเงิน และมีปัญหาเงินทุนหมุนเวียน

The objective of this study was to study the key success factors of One Tumben One Product (OTOP) champion which have been promoted to regional five-star level in 2003, by focusing on 5 groups of fabric and Garment manufacturers in Nakhon Ratchasima. The data was collected were in-depth interview and observation by the researcher. The data was descriptively analyzed. The results of the study were as followed;

The leaders of the groups were female of between 40-55 years old. Four had Mathayom 3 education and one Mathayom 6. The period of groups establishment was between 3-10 years. The numbers of the group members ranged from 28-171 persons. Total sales per month were between 20,000-500,000 Baht.

The key success factors for regional five-star OTOP product in Nakhon Ratchasima were 1) Community background. The factors which distributed to the success of the product were the consistent expansion of the economy in the Northeast and in Nakhon Ratchasima, and the preservation of weaving and lifestyle of the community. 2) Group leader background and past experiences, which included family, economic and social background. These were critical forces

which led to success in business. 3) OTOP manufacturers operation factors which included the followings;

For entrepreneurship of the group leader, it was found that the group leaders had a variety of entrepreneurial characteristics, such as furthering their knowledge, being creative, learning from past experiences, and being achievement oriented.

For support from various sectors, it was found that most manufacturers were given support by government sectors in consultation and advice on management, production, marketing, and finance. Moreover, they were supported by local private sectors on finance and production materials.

For community strength, it was found that each group had great strength by being in business for 3-10 years, with consistent increase in the number of members. Their organizational administration consisted of leader and group organization structure.

For administrative management, it was found that most OTOP manufacturers were aware of the importance of administration and organization structuring. Their organizations were divided into departments or divisions which allowed for effective planning, directing, and controlling in order to reach their goals.

For marketing, it was found that most manufacturers had marketing planning, consistently improved their products, offered beautiful packaging, had production distribution centers both in Nakhon Ratchasima and in other provinces, as well as promoted their products in trade fairs. However, all manufacturers had no branding establishment for their products.

For production, it was found that most manufacturers were able to produce raw materials and had produced quality products which responded to the customer's needs. As for production technology, they employed existing local wisdom. Only 2 manufacturers had their products guaranteed by the standard of community production.

For product development, it was found that all manufacturers did not establish research and production development divisions; production development was done through local wisdom.

For finance, it was found that most manufacturers had no financial problems. They had good financial planning, had no problem with cash flow, and were good at financial management due to strong supports from both government and private sectors. Only 2 cases lacked financial planning and were faced at problem of working capital.