

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการสินค้า OTOP และแนวทางในการแก้ปัญหาการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 6 อำเภอ 52 ตำบล ในจังหวัดนนทบุรี ประชากร จำนวน 156 ราย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมพัฒนาชุมชน ปี 2552 ระดับ 1-5 ดาว กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 113 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป คำนวณหาค่าร้อยละ, $\bar{X}$ และ S.D. ขั้นตอนที่ 2 ใช้การประชุมกลุ่มย่อย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

สภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 50-60 ปี จบการศึกษาระดับระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุด มีประสบการณ์ในการทำงาน 4-6 ปี ผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ อาศัยอยู่อำเภอปากเกร็ด ทำเป็นอาชีพเสริม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,001 บาทขึ้นไป และมีการจดทะเบียนประเภทรายเดี่ยว และเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่ง/ของที่ระลึก มากที่สุดและได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2552

5.1.2 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.1.2.1 ผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนเกี่ยวกับการผลิต พบมากคือการผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มาศึกษาสภาพการผลิตสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพเดิม แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด และมีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป

5.1.2.2 ผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบมากคือการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ผู้ผลิตมีการพัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่ม และตามความต้องการของลูกค้า จำนวน 97 ราย มีการพัฒนาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ จำนวน 72 ราย และมีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า จำนวน 45 ราย

5.1.2.3 ผลិតภักข์และความเข้มแข็งของชุมชนเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน พบมากคือ ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ 5 ปีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 78 ราย ผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ จำนวน 66 ราย และการมีส่วนร่วมกับชุมชนผู้ผลิตมีส่วนร่วมปัจจัยการผลิตแรงงานหรือทุนเพราะส่วนหนึ่งมาจากชุมชนมากที่สุด จำนวน 45 ราย

5.1.2.4 ความเป็นไปได้ทางการตลาด พบมากคือความต่อเนื่องของตลาด มีลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ จำนวน 67 ราย มีแหล่งจำหน่ายหลักเป็นตลาดภายในจังหวัด จำนวน 64 ราย และรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 จำนวน 64 ราย และมีช่องทางการจัดจำหน่ายเองในประเทศ จำนวน 58 ราย ส่วนเรื่องราหรือตำนานของผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิม มีเอกลักษณ์ได้มีการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ จำนวน 80 ราย และมีเรื่องราหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ มีการบันทึก และมีการนำเสนอ (มีเอกสารหรือคำอธิบายประกอบตัวผลิตภัณฑ์) จำนวน 63 ราย

5.1.2.5 คุณภาพผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ พบมากคือมีเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มผช.) จำนวน 107 ราย ผลิตภัณฑ์กลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้หรือตกแต่งหรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มีการพัฒนารูปแบบและการออกแบบอย่างต่อเนื่อง จำนวน 45 ราย และผลิตภัณฑ์และกลุ่มประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม ต้องมีสีธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์และไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่สัมผัสได้ จำนวน 15 ราย

5.1.3 ด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการสั่งการ การจัดองค์การ การควบคุมและการวางแผน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.1.4 ด้านสภาพความพร้อม การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือมีความพร้อมในด้านโทรศัพท์ มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ส่วนการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือมีการรับรองสินค้า การจัดอบรม และการหาวัตถุดิบ

5.1.5 ผลการประชุมกลุ่มย่อย

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมาเป็นแนวทางในการจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชุมพิจารณาเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ สภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากภาครัฐ พบว่ามีแนวทางในการแก้ปัญหาการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีไว้ 4 ข้อ ดังนี้

5.1.5.1 สร้างผู้ประกอบการให้เป็นผู้นำในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

5.1.5.2 หาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนและเป็นระบบ เช่นในการตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละจังหวัดควรจะมองหาศักยภาพของบุคลากรที่จะไปดำเนินงาน

5.1.5.3 มีแหล่งเงินทุนหมุนเวียน และอนุมัติผลเร็ว

5.1.5.4 ให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านมุมมองของผู้บริโภค โฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้ในแนวที่ก่อให้เกิดความชื่นชมสินค้า OTOP ให้มากยิ่งขึ้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบข้อเท็จจริงซึ่งควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต คือการผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด แต่เมื่อมีการใช้ทรัพยากรมากมักจะขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตสอดคล้องกับภูมิศ (2547) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตมีการพัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่มตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด สามารถออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง สอดคล้องกับการประชุมกลุ่มโดยการประยุกต์จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาทั้งในด้านสี สลวดลาย ความคงทน และคุณภาพ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดใจของลูกค้า ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความแตกต่างให้กับสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดจันทบุรีที่ยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและ พัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อยเท่านั้น ทางด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า แต่ส่วนหนึ่งผู้ผลิตยังไม่มีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ ถุง/ขวดบรรจุแบบธรรมดา สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตติยา (2549) และผู้แทนบริษัทชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และพรจิต และคณะ (2546 : 45) พบว่า ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นสากล เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังมีลักษณะเป็นท้องถิ่นมาก ทำให้ไม่เชิญชวนให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อ และทำให้มีปัญหากับความต้องการพัฒนาเพื่อการส่งออก และสอดคล้องกับสุภัทรา (2547 : 201) พบว่าส่วนใหญ่ขาดทักษะในการออกแบบใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (2548) พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลายขาดทักษะการผลิตและมีความคิดเห็น เช่นเดียวกับกัลยา (2550) โครงการวิจัยกระบวนการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ขาดทักษะในการผลิต

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ 5 ปี ขึ้นไป อาจเนื่องจากว่าผู้ผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีนั้นมีการรวมตัวกันตั้งกลุ่มขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางหรือส่งเสริมเกี่ยวกับการให้เห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ทำให้มีความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่น ได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารภายในกลุ่มเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา (2530) พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้คือ การจัดตั้งกลุ่ม องค์กรในชุมชน การบริหารกลุ่ม การสร้างทีมงาน การมีส่วนร่วมของสมาชิก การสรรหากรรมการ โดยเฉพาะผู้นำกลุ่ม ก็เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ โดยเฉพาะการรวมกลุ่มเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากต่อความสำเร็จ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของไจมนัส (2540) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน ได้แก่ การบริหารจัดการ ตัวสมาชิกเอง การมีส่วนร่วมของสมาชิก ความเป็นผู้นำ และยังพบในงานวิจัยของนฤมล (2548) พบว่าการที่ชาวบ้านมีการรวมกลุ่มยาวนานเป็นทางการทำให้มีกลุ่มขนาดใหญ่เกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของนโยบายหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นั้นกลุ่มผ้าไหมตำบลนาโพธิ์ได้รับการคัดเลือก OTOP Product Champion ในระดับ 5 ดาว เพราะผ่านเกณฑ์ตามที่รัฐบาลกำหนดทั้งหมด โดยเฉพาะด้านตำนานความเป็นมาของการรวมกลุ่ม ตำนานของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูปสินค้าจากผ้าไหมทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

การมีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนใหญ่มาจากคนในชุมชน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าแรงงานส่วนใหญ่ที่มีประสิทธิภาพ ภูมิความรู้ และภูมิความชำนาญนั้นจะอาศัยอยู่ภายในชุมชน ซึ่งตรงกับศราวุธ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา แนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่คัดเลือกสมาชิกเป็นบุคคลที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียง กำหนดภาระหน้าที่จากความถนัดหรือความสามารถของสมาชิก สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับร้านค้าชุมชนและมีการแลกเปลี่ยนสินค้า และผลิตสินค้าให้เป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้นและยังสอดคล้องกับฉัตรยาน์ (2549 : 163) พบว่า การใช้กลยุทธ์สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับร้านค้าชุมชนอื่น ๆ และมีการแลกเปลี่ยนสินค้าทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศราวุธ (2547) ที่พบว่า กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นกิจการส่วนบุคคล สหกรณ์ และชุมชน ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับร้านค้าชุมชนอื่น ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน

ยังพบชัดเจนในเรื่องของการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ สอดคล้องกับฉัตรยาน์ (2549 : 165) พบว่า ภาครัฐควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นความจำเป็นในการจัดทำและใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการบริหารอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการสินค้า OTOP นั้น

สามารถเข้าสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน ซึ่งตรงกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เบญจมา (2549 : 48-50) ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี โดยพบว่าการบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเขียนแผนธุรกิจอันเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจได้ โดยเน้นเนื้อหาการอบรมให้ความรู้และแนวคิดด้านการเงินการบัญชี และการจัดทำแผนธุรกิจ เช่นเดียวกันกับสุจิตรา (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีปัญหาการดำเนินธุรกิจในด้านบัญชี

ความเป็นไปได้ทางการตลาด มีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอลูกค้าส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายเองในประเทศ โดยเฉพาะเมื่อมีการจัดงาน OTOP CITY ที่เมืองทองธานี ในแต่ละครั้งจะมีผู้ผลิตสินค้าในระดับ 3-5 ดาวเท่านั้นถึงจะมีโอกาสเข้ามาขายในงาน ทำให้มียอดขายการจำหน่ายสินค้าเป็นที่พอใจให้กับผู้ผลิตและถูกใจลูกค้า แต่หากภาครัฐสนับสนุนให้โอกาสผู้ผลิตในระดับ 1-2 ดาวเข้ามาจำหน่ายสินค้าในงานก็จะเป็นการส่งเสริมเพิ่มช่องทางการตลาดและเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองในอนาคตเพื่อที่จะก้าวเข้ามาสู่ระดับดาวที่สูงขึ้น สอดคล้องกับทัศนีย์พร (2552) ศึกษาโครงการวิจัย การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ต.ลวงเหนือ อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ พบว่า ในการแสวงหาช่องทางการตลาดใหม่นั้น กลุ่มได้ร่วมกับเครือข่ายกลุ่มบ้านผ้าส่งสินค้าเข้าคัดสรรเพื่อจำหน่ายในงานแสดงสินค้าส่งออกของกรมส่งออก และได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนจังหวัดเพื่อเป็นสินค้าส่งออกที่อิมแพคอารีนาเมืองทองธานี ทำให้การกระจายสินค้าเป็นไปอย่างคล่องตัวมากขึ้น ทั้งนี้ยังได้สอดคล้องกับนันทวัน (2547) พบว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีโพธิ์ประทับช้างประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการฯ กล่าวคือ มุ่งขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเกิดมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น จึงเลือกซื้อของขวัญ ของฝาก และของที่ระลึก เฉพาะที่จำเป็น และเลือกสินค้าเฉพาะที่มีราคาถูกเท่านั้น ประกอบกับผู้ผลิตเจอปัญหาน้ำท่วมอาหารประเภทของหวาน จะได้รับผลกระทบทางด้านวัตถุดิบ เช่น กะทิที่มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิม ทำให้ยอดขายสินค้า OTOP ลดลงไปด้วย นอกจากนั้นแล้วยังพบในเชิงประจักษ์จากการประชุมกลุ่ม พบว่าด้านการตลาดปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการช่วยหาตลาดเอง 60% ภาครัฐ 30% และต่างประเทศ 10% ส่วนใหญ่ทำเป็นแบรนด์ของคนอื่น ซึ่งสอดคล้องกับรัตติยา (2548 : 95) พบว่า ภาครัฐขาดการสนับสนุนในด้านการจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีสถานที่แน่นอน ควรเจาะกลุ่มสินค้าที่สามารถจะพัฒนาและเติบโตไปได้ สามารถนำไปแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับทัศนาวลัย (2547) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าส่วนปัญหาทางด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาการขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาต่ำ และการขาดตลาดรองรับที่แน่นอน แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ การตลาดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นหน่วยงานภาครัฐจะต้องเป็น แก่นนำในการสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาขึ้น และที่สำคัญอย่างยิ่งกลุ่มผู้ผลิตจะต้องให้ ความร่วมมือในการพัฒนานี้ด้วย

เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ มีการบันทึก และมีการนำเสนอ (มีเอกสารหรือคำอธิบาย ประกอบตัวผลิตภัณฑ์) และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและมีการพัฒนาสร้างสรรค์มากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าได้มีหน่วยงานทางภาครัฐเช่นมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งนำโดย วิทยา เมฆจำ ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มาโดยตลอด ซึ่งมีทั้งการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ศึกษาดูงาน ตลอดจนได้พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และพัฒนากระบวนการผลิตไปด้วย (วิทยา, 2550) สอดคล้องกับกุเมศ (2547) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบเดิม ๆ ด้าน เรื่องราวเพราะตำนานผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ของคนในท้องถิ่นมานานสืบทอดต่อกันมาเป็นของที่มี อยู่ในชีวิตประจำวันแต่โบราณ เป็นของขึ้นชื่อของคนในท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับทัศนพร (2552) ยังศึกษาโครงการวิจัย การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการวิเคราะห์ ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ต.หลวงเหิน อ.คอยสะแกด จ.เชียงใหม่ พบว่า นอกจากนี้ยังพบว่าสมาชิก ของกลุ่มอาชีพมีศักยภาพในการพัฒนาตนให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและพร้อมที่จะ ถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นต่อไปด้วยความภาคภูมิใจ ในด้านกระบวนการจัดการความรู้ พบว่า สมาชิกในกลุ่มอาชีพทุกกลุ่มมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพในการ ปฏิบัติงานของตนเพิ่มขึ้น มีการบันทึกองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูป เอกสาร และวีซีดี เพื่อใช้เป็นเรื่องเล่าในการจัดการความรู้ต่อไป

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จังหวัดนันทบุรีได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มพช.) มากที่สุด เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ผ่านเกณฑ์ จึงได้รับการจดทะเบียนเป็นสินค้า OTOP เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับอำนาจ (2553) พบว่ารายงานผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรอง การปฏิบัติราชการของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนนั้นทุกจังหวัดได้จัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีการประสานงานและทำงานร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนระดับจังหวัดและอำเภอในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เช่น ตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน

จังหวัดนันทบุรีนั้นได้รับเครื่องหมาย ออ. น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในกลุ่มประเภท อาหารและเครื่องดื่ม มีขั้นตอนการตรวจสอบค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงเห็นว่าภาครัฐควรส่งเสริม

สนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ การสร้างตราสินค้า การผลิตอาหารปลอดภัยจากสารพิษ ผลิตอาหารแปรรูป ให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้นและสร้างความสามารถในการผลิตที่มีปริมาณมาก ๆ เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารที่สะอาดและปลอดภัยเพื่อให้สามารถลดป้องกันและแก้ไขปัญหาค่าความเสี่ยงของอาหารที่ผลิตภายในประเทศ ได้อย่างตรงเป้าหมาย มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ทางด้านกลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้หรือตกแต่งหรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีการพัฒนารูปแบบและการออกแบบอย่างต่อเนื่องมากที่สุด แต่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและท้องถิ่นหรือภูมิภาคน้อยที่สุด มีความคิดเห็นเช่นเดียวกับกัลยา (2550) โครงการ วิจัยกระบวนการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ด้านการพัฒนาผู้ผลิตในชุมชนขาดทักษะในการผลิตในบางกลุ่ม

กลุ่มประเภทอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีสีธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์และไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่สัมผัสได้มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประธานกลุ่มของแต่ละอำเภอมีประสบการณ์จากการศึกษาดูงาน กับจังหวัดในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้ สอดคล้องกับจิราพร และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง โครงการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพปลาสาม พบว่า สุขลักษณะการผลิตนอกจากสภาพของโรงเรือนเก่าที่ยังต้องซ่อมแซมในบางแห่ง เช่น เพดานมีช่องโหว่วางของไม่เป็นระเบียบและไม่สะอาด ทางโครงการได้แนะนำให้กลุ่มจัดวางสิ่งของให้เป็นระเบียบดูแลรักษาความสะอาดสถานที่ผลิต และอุปกรณ์ให้บ่อยขึ้น ต้องปฏิบัติตามสุขลักษณะการผลิต ได้แก่ ล้างมือให้สะอาด ใช้น้ำร้อนลวกอุปกรณ์ในการผลิต เช็ดโต๊ะทำความสะอาด ภายหลังจากการแนะนำกลุ่มได้มีการปรับปรุงบางส่วน คือ นำวัสดุที่ไม่เกี่ยวข้องออกจากห้องผลิต และจัดวางอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบ ส่วนสถานที่ผลิตชั่วคราวอยู่ในบริเวณที่มีคิติดเป็นสัดส่วน กันฝุ่น และสัตว์เลี้ยงได้

ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ระดับ 1-5 ดาว มีระดับการบริหารจัดการในการสั่งการอยู่ในระดับมากคือมีสภาพภาวการณ์เป็นผู้นำซึ่งตรงกับวรรณ (2544) พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความมั่นคงและใส่ใจในการเรียนรู้ และภูมิความรู้ความชำนาญ ในการบริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จากความสัมพันธ์ทั้งสองที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ สามารถนำไปมาสร้างสมการความสัมพันธ์เพื่อทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการได้

การจัดองค์กรมีการพิจารณาสิ่งที่ต้องทำแต่ผู้ผลิตยังไม่มี ความชัดเจนในการแยกงานออกเป็นงานย่อย และมีการควบคุมคุณภาพสินค้า แต่ไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการควบคุมพนักงาน ในขณะปฏิบัติงาน กับสอดคล้องกับอุดมรัศม์ (2545) สาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบการวางแผนการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ไม่มีการศึกษากำลังการผลิตที่แท้จริงไม่มีหน่วยงานวางแผนการผลิตและผู้รับผิดชอบโดยตรง

ผู้ผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีมีการวางแผนการใช้วัตถุดิบ สอดคล้องกับ ศราวุธ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา แนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของ กลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยผลการวิจัย พบว่า มีการกำหนด รายละเอียดวัตถุดิบที่ต้องการอย่างชัดเจนและครบถ้วน พัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่เดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับอุดมรัศม์ (2545) ได้ศึกษาสภาพการทำงาน และปัญหาการวางแผนการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพ และหาแนวทางแก้ไข โดยการศึกษาวิธีการ ทำงานการวางแผนและควบคุมการผลิต การจัดทำรายการผลิตและประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยในการปรับปรุงระบบการทำงาน ทั้งนี้ถ้าหากการจัดการวัตถุดิบขาดประสิทธิภาพจาก สภาพที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการทำงานล่วงเวลามากและการส่งมอบเกิดความล่าช้า มีความคิดเห็น เช่นเดียวกับกัลยา (2550) โครงการวิจัยกระบวนการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ด้านการพัฒนาผู้ผลิตในชุมชนมีปัญหาขาดวัตถุดิบ

ผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เป็นลำดับสุดท้าย รวมถึงแต่กลุ่มผู้ผลิตยังไม่มีแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน และยังต้องการพัฒนาความเป็นผู้นำ ให้เป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐกับกลุ่มผู้ผลิตที่มีความพร้อมความตรงต่อ เวลาเพราะจะเป็นการขยายตัวในการสร้างเครือข่าย และการทำงานเป็นทีมจะประสบความสำเร็จได้ อย่างยั่งยืน ซึ่งมีความเห็นตรงกันกับงานวิจัยของรัตติยา (2548 : 95) พบว่าภาครัฐขาดการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์ทางด้านเงินทุน และการหาช่องทางการตลาด การจัดหาสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้น สอดคล้องกับการประชุมกลุ่มพบว่าผู้ผลิตสินค้า OTOP อยากให้ภาครัฐส่งเสริม มุมมองของประชาชนให้มีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านมุมมองของผู้บริโภค ให้หุดมองว่า สินค้า OTOP เป็นสินค้าของรากหญ้า หรือพื้นบ้านเป็นตลาดล่างแล้วจะมีมาตรฐานกระบวนการ ผลิตที่ไม่ดีพอเพียงไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร อาจจะส่งเสริมให้เกิดความนิยมและรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ สินค้า OTOP ที่ผลิตขึ้นในประเทศเพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคในประเทศให้สูงขึ้น โดยการใช้ วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้ในแนวที่ก่อให้เกิดความชื่นชม ให้มากยิ่งขึ้น

จะเห็นว่าด้านการบริหารจัดการสินค้า OTOP ทั้ง 4 ข้อมีปัญหาในเรื่องของการวางแผน การประชาสัมพันธ์ และการวางแผนการจัดหาเงินทุน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่างบประมาณสนับสนุน

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการหาช่องทางการตลาดไม่เพียงพอ เช่น ควรจะมีสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ แผ่นพับหมู่บ้าน OTOP ต้นแบบ แผ่นพับประกวดบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับทัศนวิสัย (2547) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการผลิตระยะยาวที่ชัดเจน การผลิตขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่สั่งซื้อและปริมาณเงินทุนของกลุ่มและมีปัญหาทางด้านการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ความไม่เพียงพอของเงินทุนและยังพบชัดเจนจากการประชุมกลุ่มพบว่า ผู้ประกอบการบางรายยังขาดการบริหารจัดการในองค์การเพราะยังกลัวที่จะรับกับความเปลี่ยนแปลงใหม่ที่จะเกิดขึ้น และผู้ประกอบการยังไม่มีการพัฒนาในด้านคน ต้องมีความเป็นผู้นำในบางรายการส่งเสริมพาณิชย์พาไปออกงานใหญ่ ๆ ไม่ได้ต้องมีความพร้อมในการพัฒนาทักษะอีกมาก สอดคล้องกับอรรถวรรณ (2551) พบว่า สินค้า OTOP สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยมีสิ่งที่ต้องการให้หน่วยงานราชการสนับสนุนเพิ่มเติม คือ ด้านการผลิตการตลาด และด้านการบริหารจัดการเงินทุนหรือแหล่งการเงินอื่น ๆ มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับรัตติยา (2548 : 93) พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่อยู่ที่การบริหารจัดการทางการเงินเพราะผู้ผลิตในกลุ่มมีความรู้มีเงินทุนน้อยขาดแหล่งเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำทำให้การดำเนินการในการขยายตลาดทำได้ยาก เนื่องจากไม่มีความรู้ทางการเงินงานทางธุรกิจ และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มจำนวนการผลิตให้มากขึ้น มีความเห็นตรงกันกับงานวิจัยของรัตติยา (2548 : 95) พบว่าภาครัฐขาดการสนับสนุนทางด้านเงินทุน และการหาช่องทางการตลาด การจัดหาสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า OTOP ขาดการอบรม ทั้งนี้ทัศนพร (2552) ศึกษาโครงการวิจัยการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ และศักยภาพชุมชน ตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อย่างไรก็ตามในการประกอบธุรกิจนั้น การบริหารจัดการถือว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารงาน บริหารคน หรือการบริหารทรัพยากร ถ้าในกลุ่มองค์กรมีการบริหารจัดการที่ดีมีคุณภาพก็จะทำให้ธุรกิจเหล่านั้นประสบความสำเร็จ สามารถบริหารงานให้ลุล่วงไปด้วยดีตามความต้องการได้ และยังถ้ากลุ่มองค์กรนั้น ๆ มีการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ธุรกิจขององค์กรนั้นมีความเข้มแข็ง และมีความมั่นคงมากยิ่งขึ้นด้วย

สภาพความพร้อมในการดำเนินงาน ในการจัดหาเทคโนโลยีการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งตรงกับวิไลวรรณ (2546) ศึกษางานไม้แกะสลักเป็นงานที่ไม่สามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมาก พบว่า สินค้าที่ผู้ประกอบการไม่สามารถที่จะไปแข่งขันได้คือเรื่องเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากงานไม้แกะสลักคืองานที่ใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตต่ำ เน้นด้านแรงงานที่มีฝีมือและทักษะความชำนาญค่อนข้างสูงและฝึกฝนมานาน ซึ่งปัจจุบันมีช่างประเภทนี้น้อยมาก และการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมอยู่ในลำดับสุดท้าย เนื่องจากผู้ผลิตไม่มีเงินทุนในการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับทัศนพร

(2552) พบว่า ผู้ผลิตต้องพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความแตกต่างจากสินค้าดั้งเดิม วิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชนในด้านการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการการตลาด และการเงินของกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และยังมีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลสนับสนุนในด้านเงินทุนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และยังพบชัดเจนในงานวิจัยของสุจิตรา ศึกษาเรื่องการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีปัญหาการดำเนินธุรกิจในด้านการผลิต และการเงิน

การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการรับรองสินค้าให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาก รองลงมาการจัดอบรมและให้คำปรึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ในด้านการรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะทุกต้นเดือนทางกรมการพัฒนาชุมชนของจังหวัดนนทบุรีจะมีการประชุมประจำเดือนทุกเดือน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมได้แก่หัวหน้าพัฒนาการชุมชน ประธานกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ใน 6 อำเภอ ในบางครั้งจะมีทั้งวิทยากรที่มีความชำนาญแนะนำจากหน่วยงานต่าง ๆ มาให้คำแนะนำ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบระหว่างการผลิต การออกแบบลวดลาย/การให้สี การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนให้คำปรึกษาตอบข้อซักถาม/วิธีการพินิจผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติโดยวิทยา (2550) ที่ยังมีการให้คำปรึกษาและบูรณาการการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับ พรบ.มาตรา 7 และ 8 ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยการพัฒนาในด้านปรับปรุงกระบวนการผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ตราสัญลักษณ์ และการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ให้ความรู้ไปควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอเพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป จึงทำให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ทำให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นจำนวนมาก และยังได้รับการคัดสรรในระดับดาวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับฉัตรชัย (2549 : 165) พบว่า ควรพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการผลิตสินค้าถือเป็นฐานสำคัญต่อความอยู่รอดของการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และต้องส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสมัยใหม่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนและสร้างมาตรฐานสินค้าให้ต่อเนื่องพร้อมทั้งให้ความรู้ และฝึกฝนทักษะแก่กลุ่มผู้ผลิตสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญนำ (2543 :153) ที่ได้ศึกษาบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น: การวิจัยรายกรณีสถาบันราชภัฏเพชรบุรี พบว่าบทบาทด้านการปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยีในท้องถิ่นนั้นแต่ก็ยังไม่มีการดำเนินการที่ชัดเจน เป็นเพียงความพยายามในการจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้คิดประดิษฐ์เครื่องมือทางเทคโนโลยีขึ้นมาใช้ในท้องถิ่น

ภาครัฐส่งเสริมการหาวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตสินค้าอยู่ในระดับน้อยซึ่งอยู่ในลำดับสุดท้าย สอดคล้องกับรัตติยา (2548 : 95) พบว่า ภาครัฐควรให้ความรู้ทางด้านการหาวัตถุดิบอื่นทดแทนที่กำลังจะขาดแคลนในปัจจุบัน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนส่งเสริมผู้ผลิตสินค้า OTOP ในประเภท อาหาร และเครื่องดื่ม ช่วยพัฒนาการบริหารจัดการ ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้รับการรับรอง ออ. เพิ่มขึ้น และให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการในส่วนของการวางแผนในระบบบัญชีเพราะ ปัจจุบันผู้ผลิตมีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ยังไม่เป็นระบบ เช่นการจัดให้มีคลินิกให้ปรึกษาแนะนำ ตอบข้อซักถาม

5.3.2 ในด้านสภาพความพร้อมในการดำเนินงานผู้ประกอบการสินค้า OTOP ยังขาดการรวม กลุ่มกันในกลุ่มชนบทประชาสัมพันธ์ ควรพัฒนาผู้นำในกลุ่มให้มีความเข้มแข็งในการหาเครือข่าย เพื่อหาช่องทางการตลาดการแบ่งงานกันภายในกลุ่มชุมชนในการจัดหาเทคโนโลยีการผลิตเกี่ยวกับการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

5.3.3 ในด้านการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐควรจัดหาผู้เชี่ยวชาญให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ใน 5 ประเภท เพื่อในช่วยฝึกอบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญต้องแนะนำให้มีความรู้กระบวนการจัดการในการหาวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตไปด้วย

5.3.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมสนับสนุนงานวิจัยการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการบูรณาและถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนในชุมชนไม่ให้สูญหาย เช่น การสืบทอด ภูมิปัญญารุ่นต่อรุ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

5.3.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงแต่ละ ชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยจัดนิทรรศการ การหาตลาดโดยการจัดตั้งร้านค้าที่เป็นประจำจำหน่ายสินค้า OTOP โดยเฉพาะในแต่ละจังหวัด หรือบูรณาการกับหน่วยงานทางการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการหาช่องทางจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์เพิ่มให้มากขึ้น

5.3.6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคให้เกิดความนิยมและรู้คุณค่าของสินค้า OTOP ของไทยที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย เพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคในประเทศให้สูงขึ้น โดย วิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทางสถานีโทรทัศน์ หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้ในแนวที่ ก่อให้เกิดความชื่นชมในสินค้าของไทย

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 การศึกษาหลักสูตรการจัดการเทคโนโลยีแบบมีส่วนร่วมกับผู้ผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตเข้าสู่ SMEs

5.4.2 การศึกษาปัจจัยของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีที่ประสบความสำเร็จ

5.4.3 การเพิ่มทักษะในกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพเพื่อพัฒนาสินค้า OTOP ประเภท อาหารและเครื่องดื่มสู่การรับรอง ออ. ในจังหวัดนนทบุรี

5.4.4 การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า OTOP สู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในจังหวัดนนทบุรี