

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม
OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
Factors Affecting the Success of OTOP Bamboo Rice Container Group's Management
in Yang Kham Sub-district, Nong Ruea District, Khon Kaen Province.

ตะวันรอน สักยวน¹ รวีวัฒน์ มั่นทรา¹ เยาวธิดา รัตนพลแสน¹
E-mail: tawanron.su@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ในด้านการจัดการด้านการผลิต ด้านการตลาด และ ด้านการเงิน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานกระติบข้าวบ้านยางคำ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยรวมทั้งสิ้น 100 คน ได้แก่ สมาชิกกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) สถิติที่ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม (T-test) และการเปรียบเทียบความแปรปรวนของประชากรสองกลุ่ม ค่า F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ในภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดการจัดการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตลาด และการผลิต ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการเงิน
2. ผลการเปรียบเทียบสมาชิกมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ การจัดการธุรกิจและ OTOP

Abstract

The objectives of this research are; 1) to survey factors affecting of the success of OTOP bamboo rice container in Yang kham Sub-district, Nong Ruea Distric, Khon Kaen Province, 2) to compared factors affecting of the success on OTOP bamboo container rice in Yang kham Sub-District, Nong Ruea, Khon Kaen province. This research used both quantitative and qualitative approaches. The sampling in this study are the group of 100 members of OTOP. Collecting data by questionnaire. The data analysis techniques used frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses of the study have been tested by t- test and F- test (by One-way ANOVA was used to examine the difference in 3 groups using LSD Method.

The results of the study indicated that factors affecting the success of OTOP on bamboo rice container have high level of aspect, Moreover, this research found that organizational factor, marketing factor and production factor, respectively and financial factor is less. Research found the level of the success factors of bamboo rice container overall classified by personal factors according to gender, age, status, occupation and income found that in overall and in all aspects differently with statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: factors affecting the success, OTOP bamboo rice container, OTOP management

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย



ความเป็นมาของปัญหา

หัตถกรรมหรืองานฝีมือเป็นศิลปะที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น รูปแบบ การใช้วัสดุ และควมมีเอกลักษณ์จากสภาพแวดล้อมรอบตัว อาทิ สภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งถ่ายทอดออกมาเป็นงานหัตถกรรมต่างสะท้อนออกมาในรูปแบบของงานศิลปะ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นผ่านการถ่ายทอดสินค้า หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) โดยมุ่งเน้นกับผู้ประกอบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กับสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีแนวทางการดำเนินงาน โดยบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการ การแก้ปัญหา และพัฒนาคุณภาพการผลิต สินค้า OTOP ทั้งกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มของใช้ของตกแต่งของที่ระลึก กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร กลุ่มผ้าและสิ่งทอ โดยเน้นการถ่ายทอด เทคโนโลยี เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการของภูมิปัญญาท้องถิ่นจะได้รับการติดตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น, 2565) จนถึงการส่งเสริมให้เข้าสู่กระบวนการส่งสินค้าเพื่อขอการรับรองให้ได้คุณภาพและมาตรฐานรองรับกลุ่มสินค้าของกลุ่ม

อำเภอหนองเรือได้เริ่มโครงการโอท็อปกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด เลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบลมาประทับตราว่า "ผลิตภัณฑ์โอท็อป" และจัดหาเวทีในอำเภอและระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์โอท็อป ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ฝ้ายและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหารต่างๆ และทางอำเภอได้ทำโครงการ และประสบความสำเร็จอย่างดี โดยใช้เวลารั้ง 50 ปี เพราะเริ่มทำจากหมู่บ้านเล็กๆ แล้วค่อยขยายออกไปสู่ระดับประเทศ เพราะอำเภอหนองเรือของเราจะเริ่มต้นจากนโยบายของรัฐบาลลงไปสู่ชุมชน แต่ก็ยังไม่เห็นผลชัดเจนในช่วง 1-2 ปีแรก และคงได้เห็นเป็นรูปธรรมในปีที่ 3 - 4 ของรัฐบาลชุดใหม่ สำหรับแหล่งเงินทุนจะมาจากธนาคารประชาชนที่จะจัดตั้งขึ้นและกองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท ที่จะมีการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำหมุนเวียนในหมู่บ้าน ซึ่งประชาชนสามารถนำไปทำผลิตภัณฑ์ตำบลได้การจัดทำโครงการนี้ต้องการให้ชาวบ้านได้พัฒนาภูมิปัญญาให้มีความคิดสร้างสรรค์สู่กระแสโลก และการจำหน่ายจะมีการทำการตลาดสมัยใหม่ผสมผสาน โดยจะให้มีการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างตำบลภายใต้เครือข่ายสหกรณ์ และให้จัดร้านค้าชุมชนริมถนนเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ พร้อมจัดตั้งศูนย์ข้อมูลชุมชน จัดศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในตำบล ตลอดจนเปิดร้านอาหารท้องถิ่นสำหรับแม่บ้าน และทำการตลาดเพื่อเชื่อมชุมชนชนบทและชุมชนเมือง" (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี: 2559)

กลุ่มจักสานกระติบข้าวบ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ก่อตั้งปี 2541 ประธานกลุ่มคนปัจจุบันคือ นางอ่อนสา หมั่นแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ให้คงอยู่และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวในระยะแรกๆ จะมีเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถไปทำการเกษตรได้และอยู่เลี้ยงลูกหลานที่บ้าน โดยจะทำในช่วงเวลาว่าง ต่อมาเมื่อค่าค่านกลางมารับซื้อถึงหมู่บ้านและต้องการจำนวนมากสมาชิกจึงขยายออกไปสู่คนทุกเพศ วัย ระดมกันในครอบครัวช่วยกันสานเดิมจะสานเฉพาะกระติบข้าวทรงกลมที่ชาวอีสานนิยมใส่ข้าวเหนียวไว้บริโภคแต่ปัจจุบันจะมีรูปทรงให้เลือกมากมาย มีทุกขนาด ใช้สำหรับเป็นของที่ระลึก ที่ใส่เครื่องประดับ เช่น ปิ่นโต ไร่สาย กระติบข้าวรูปหัวใจ นอกจากนั้นก็สานภาชนะต่างๆ ได้ทุกอย่างแล้วแต่ลูกค้าจะโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากเครือข่าย KBO จังหวัดขอนแก่น จากกลุ่มที่มีศักยภาพในด้านการรวมกลุ่ม การสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิม การมีวัตถุประสงค์ในชุมชนซึ่งถือว่ามีส่วนพัฒนาที่สูงสุดในหลายๆ ด้าน อีกทั้งมีความสามัคคี มีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง สมาชิกทุกคนมีฝีมือ ทักษะอันโดดเด่น กลุ่มกระติบข้าวบ้านยางคำ ได้รับการคัดเลือกในการพัฒนาศักยภาพสินค้าไปสู่มาตรฐาน ในโครงการมหกรรมคัดเลือกเครือข่ายองค์ความรู้ (KNOWLEDGE-BASED OTOP: KBO) จังหวัดดีเด่น ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 3 ดาว (ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์: 2562)

อย่างไรก็ตามการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ปัจจัยแห่งความสำเร็จกลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานในการสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรตลอดจนความสัมพันธ์ของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินงานนั้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยศิริญา ตั้งนฤมิตร (2558) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมนั้น เกิดจาก การศึกษาถึงองค์ประกอบของการจัดการ โดยมุ่งศึกษาถึงการจัดการองค์กร การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการเงิน และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในการศึกษาค้นคว้านี้ได้มุ่งศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการองค์กร ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอ หนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าวบ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประเภทการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้วิธีการสำรวจ (Survey research) โดยใช้การเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มสมาชิก OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

2. **ประชากร** ที่ใช้ในการวิจัยรวมทั้งสิ้น 100 คน ได้แก่ สมาชิกกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น (งานพัฒนาชุมชนเทศบาล ตำบลยางคำ, 2564)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาได้ทำการทบทวนวรรณกรรม และตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67-0.70 ซึ่งมากกว่า 0.5 ถือได้ว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นอกจากนี้ได้ทำการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มทอผ้า บ้านก้างปลา อำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวน 30 ชุด พบว่า แบบสอบถามมีค่า Cronbach's Alpha Coefficient อยู่ที่ 0.73-0.91 ซึ่งค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

4. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดของกลุ่ม คือ จำนวน 100 คน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ โดยแบ่งดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ และใช้ตัวเลือก ในลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดองค์กร ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (5 Point Likert Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 0.51 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-Ended Form)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 สถานภาพสมรส จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,000-20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่นดังแสดงในตารางที่ที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการจัดองค์กร	4.42	0.35	มากที่สุด
2. ด้านการผลิต	4.40	0.43	มาก
3. ด้านการตลาด	4.40	0.47	มาก
4. ด้านการเงิน	4.38	0.38	มาก
โดยรวม	4.40	0.31	4.40

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น มีระดับความคิดเห็นของการบริหารจัดการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.31) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้านจากมากไปหาน้อย 2 ลำดับแรกคือ ด้านการจัดองค์กร ($\bar{X} = 4.42$, S.D.=0.35) รองลงมาคือ ด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.40$, S.D.= 0.47) และส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.38$, S.D.= 0.38)

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าวบ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น เมื่อจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจ	ชาย (N = 30)		หญิง (N = 70)		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการจัดองค์กร	4.44	0.35	4.39	0.36	0.56	0.85
2. ด้านการผลิต	4.41	0.44	4.39	0.42	0.13	0.97
3. ด้านการตลาด	4.44	0.50	4.31	0.40	1.38	0.20
4. ด้านการเงิน	4.37	0.40	4.41	0.34	-0.62	0.88
โดยรวม	4.42	0.42	4.38	0.38	0.52	0.89

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยภาพรวม และทุกด้าน ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.21	0.10	0.84	0.43
	ภายในกลุ่ม	97	12.05	0.12		
	รวม	99	12.26			
2. ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	2	0.75	0.37	2.06	0.13
	ภายในกลุ่ม	97	17.61	0.18		
	รวม	99	18.36			
3. ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.19	0.10	0.42	0.66
	ภายในกลุ่ม	97	21.93	0.23		
	รวม	99	22.12	0.10		



ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
4. ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.08	0.04	0.27	0.77
	ภายในกลุ่ม	96	14.04	0.15		
	รวม	98	14.12	0.04		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.17	0.08	0.90	0.41
	ภายในกลุ่ม	96	9.09	0.09		
	รวม	98	9.25			

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยภาพรวม และทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการเปรียบเทียบสมาชิกมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่า ในภาพรวม และทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ปัจจัยที่จะสร้างความสำเร็จของกลุ่มเกิดจากการจัดองค์กร มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตลาด และด้านการผลิต ขณะที่ด้านการเงินเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มน้อยที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการภายในก่อนเพื่อสร้างความเข้มแข็งและนำไปสู่ การสร้างการตลาด และการผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านการจัดองค์กร พบว่า ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างสมาชิก และมีการกำหนดหน้าที่แต่ละบุคคล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมาชิกส่วนใหญ่มีความรับผิดชอบหน้าที่ของแต่ละบุคคลเป็นอย่างดี มีความรักใคร่ซึ่งกันและกัน ตลอดจนการทำงานร่วมกันและมีการประสานงานอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความสัมพันธ์ของบุคคลเกิดจากการรวมกลุ่มขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รัชดาภักดียิ่ง (2563) ได้ทำการศึกษากการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการบริหารจัดการ (Management) จะพิจารณาภาพรวมในด้านการ วางแผน การจัดองค์กร การนำ/สั่งการ และการควบคุม โดยด้านการวางแผน ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน จะต้องมีการดำเนินการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานอย่าง ชัดเจนทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพรวมทั้งมีการนำ/ควบคุมให้การดำเนินการเป็นไปตาม แผนที่วางไว้โดยเน้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมาย และทิศทางของกลุ่มรวมทั้งมีส่วนร่วมในด้านการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ของกลุ่มเพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเข้าใจร่วมกัน

2. ด้านการผลิต พบว่า มีผู้ดูแลควบคุมในการผลิต และมีความหลากหลายในการออกแบบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่มีสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกัน มีการคิดสร้างสรรค์แปรรูปผลิตภัณฑ์ตามค่านิยมของกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ และมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ และมีการจัดการตารางที่เวลาในการผลิตภัณฑ์ให้เสร็จตามเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ขวัญภมลดอนขวา และชนิดา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอาชีพควรมีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ แผนการผลิต และกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน พร้อมทั้งจัดบันทึกข้อมูลผลการดำเนินงาน และการใช้ข้อมูลในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตน และภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมอาชีพไหมแก่เยาวชน เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานประเภทของสินค้าที่กลุ่มผลิตประเภทอาหารมีการจัดการตารางที่เวลาในการผลิตให้เสร็จตามเวลาที่กำหนด (สุทธิเวช แสงจันทร์ 2559)

3. ด้านการตลาด พบว่า มีการสำรวจสอบถามความพึงพอใจและมีการขายสินค้าหลากหลายช่องทาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าส่วนใหญ่ มีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ และลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย ให้อิสระลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการ และสินค้าทุกชนิดเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สัญญา เคนาภูมิ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า มีกลยุทธ์เชิงรุกโดยการพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่ระดับประเทศและระดับสากล มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการกระจายสินค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ฉวีฉานันท์ นิติวัดนะ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขององคค์วิสาหกิจชุมชน พบว่า การตลาดเป็นหนึ่งในกระบวนการที่ช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจนั้นประสบความสำเร็จ การนำเอาความต้องการของลูกค้าเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ผสมผสานกับภูมิปัญญาจะส่งเสริมให้การดำเนินการของกลุ่มประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการเงิน พบว่า มีการแบ่งผลกำไรอย่างเป็นธรรมให้กลุ่มหรือสมาชิกและมีการจัดทำบัญชี ทั้งนี้เพราะว่าสมาชิกกลุ่มจักสานกระติบข้าวมีการบริหารจัดการเงินอย่างเป็นระบบ มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย และมีการวางแผนงบประมาณดำเนินงานอย่างชัดเจน ซึ่งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทราญทอง เลิศเปียง (2560) เรื่องการทำบัญชีส่วนบุคคล เพื่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล กรณีศึกษา นักศึกษาวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า การทำบัญชีส่วนบุคคล มีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินการใช้จ่ายเงินสำหรับทุกคน ซึ่งการทำบัญชีส่วนบุคคล เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล นักศึกษาจำนวน 40 คน ของวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปางที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความสามารถในการบันทึกบัญชีรับจ่าย และมีการวางแผนการเงินส่วนบุคคลตามแนวคิดการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลและบริหารจัดการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนคือกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ วางแผนหาเงิน/เปลี่ยนงาน เริ่มเก็บเงินออม ควบคุมการใช้จ่ายเงิน บริหารภาระหนี้สิน และจัดสรรเวลาเพื่อหาความรู้และความเข้าใจในการลงทุน ดังนั้นควรมีฝึกอบรมการทำบัญชีส่วนบุคคลให้กับนักศึกษาทุกคนทุกภาคการศึกษา ฝึกอบรมให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เพื่อเป็นการสร้างนิสัยทางการเงินที่ดี มีชีวิตที่ดีและมีความสุขในบั้นปลายชีวิต

5. ผลการเปรียบเทียบสมาชิกมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้เพราะว่าสมาชิกกลุ่มจักสานกระติบข้าวแนวคิดในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนที่ชัดเจน ผู้นำที่เข้มแข็งมีวิสัยทัศน์ที่ดีทำให้กลุ่มมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันในการบริหารกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP การจักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านการจัดองค์กร ควรมีการแบ่งหน้าที่ปฏิบัติงานตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคลให้ชัดเจน เช่น กลุ่มสมาชิกผู้ชาย จัดหาอุปกรณ์ และสมาชิกกลุ่มผู้หญิงเป็นผู้จักสานกระติบข้าว
2. ด้านการผลิต ในการบริหารจัดการควรจัดหาจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือ มีการคิดสร้างสรรค์ตามค่านิยมนำมาช่วยในกระบวนการผลิตมีความหลากหลายในการออกแบบในการพัฒนาสินค้า เพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบลวดลายใหม่ ออกแบบรูปทรงใหม่
3. ด้านการตลาด ควรมีการวางแผนงาน วิเคราะห์การปรับปรุงการแบ่งตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การเจาะจงกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์
4. ด้านการเงิน ควรมีการวิเคราะห์แหล่งเงินทุนจากหน่วยงานรัฐ/ท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนเงินลงทุน ในขบวนการผลิต หรือใช้ในการบริหารจัดการกลุ่ม หมุนเวียนสำรองเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การสร้างความได้เปรียบจากแข่งขันธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

2. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริหารการจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
3. การศึกษาเกี่ยวกับเครื่องและเทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วยในการผลิตการศึกษาการดำเนินงานจัดการธุรกิจของกลุ่ม OTOP จักสานผลิตภัณฑ์กระติบข้าว บ้านยางคำ ตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญกมล ดอนขวา และชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ (2556). การจัดการโซ่อุปทานของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าไหม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: ม.ป.ท.
- ฉันทมานันท์ นิติวัดนะ. (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอช้างสูง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสุทธิปริทัศน์. 29 (91): 220 - 238.
- ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. (2562). งานพัฒนาชุมชนเทศบาล ตำบลยางคำ. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564 จาก, [www.yangkham local.go.th](http://www.yangkham.local.go.th)
- ทรายทอง เลิศเปียง. (2560). เรื่องการทำบัญชีส่วนบุคคล เพื่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล กรณีศึกษา นักศึกษาวิทยาลัย อินเทอร์เน็ตลำปาง จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 4(6), 15-26.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- รัชดา ภักดิ์ยิ่ง (2563). การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดขอนแก่น. *Journal of Buddhist Education and Research*, 6(1), 175-189.
- วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. (2559). การตลาด. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564 จาก, <https://th.wikipedia.org/wiki>
- ศิริญา ตั้งนฤมิตร. (2558). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัย บัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สัญญา เคนาภูมิ (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการแพรวา กาฬสินธุ์*. 2(2), 68-84.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น. (2565). หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://district.cdd.go.th/muang-khonkaen>.
- สุทธิเวช แสงจันทร์. (2559). แก้ปัญหาพัฒนาการผลิต ยกกระดับศักยภาพผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs เพื่อรายได้ที่ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2564 จาก <http://www.sptn.dss.go.th>
- สุวัฒน์ นิลดา. (2553). การศึกษาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ร้านจำหน่ายสินค้า ศูนย์บริการทางหลวงเขาโพธิ์ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์. สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา คณะศิลปศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหิดล.