การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province.

คุณัญญาฐ์ คงนาวัง[1*]

Kununya Khongnawung[1*]

Received : September 3, 2024; **Revised :** September 21, 2024; **Accepted :** September 23, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาปัญหา ความต้องการและศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 180 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นไทล์ โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี่และมอร์แกน (1970) จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 123 คน และผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล/กลุ่มเป้าหมาย โดยคัดเลือกจากผู้ที่เป็นคณะกรรมการของกลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลจนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 9 คน และ

---

[1]คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ; Faculty of arts and science. Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand.

*Corresponding Author; e-mail : kununyakunun@gmail.com

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

สนทนากลุ่มย่อย จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและประเด็นสนทนากลุ่มย่อย สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย โดยนำเสนอเป็นความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.44) ; (SD = 1.04) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สภาพการดำเนินงานด้านการวางแผนธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.38) ; (SD = 0.82) รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร ($\bar{x}$ = 4.14) ; (SD = 0.94) และด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ($\bar{x}$ = 1.81) ; (SD = 1.37) ประเด็นปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้า พบว่า 1) ยังขาดความเข้าใจต่อการวางแผนธุรกิจ 2) มีข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ 3) ขาดการเรียนรู้การสืบค้นข้อมูลใหม่ๆ ประเด็นแนวทางการพัฒนานั้นภาครัฐจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทสนับสนุนส่งเสริม ให้ความรู้ และเป็นพี่เลี้ยง

คำสำคัญ (Keywords) : ศักยภาพ, การแข่งขันทางการค้า, ผู้ประกอบการ, สินค้า OTOP

Abstract

This research aimed to 1) study the operating conditions of OTOP product producers in Na Siao Subdistrict, Mueang Chaiyaphum District, Chaiyaphum Province; 2) study the problems, needs, and competitive potential of OTOP product producers; and 3) determine the guidelines for enhancing the competitive potential of OTOP product producers. The population and sample consisted of 180 people. The sample size used in this research was determined at a 95 percentile confidence level using the sampling table of Krejci and Morgan (1970). The sample size was 123 people. The researcher selected informants/target groups from the committee members of the three entrepreneur groups who cooperated in providing information until the research process was completed. In-depth interviews were conducted with 9 people and focus group discussions with 18 people. The research instruments included questionnaires, semi-structured interviews, and focus group

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

discussions. The statistics used were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results of the in-depth interviews and focus group discussions were synthesized and presented as an essay.

The research results found that the overall operating conditions of OTOP product producers in Na Siao Subdistrict, Mueang Chaiyaphum District were at a high level ($\bar{x}$ = 3.44) ; (SD = 1.04). When considering each aspect, the operating conditions of business planning were at the highest level ($\bar{x}$ = 4.38) ; (SD = 0.82), followed by communication ($\bar{x}$ = 4.14) ; (SD = 0.94) and knowledge of technology and innovation ($\bar{x}$ = 1.81) ; (SD = 1.37). The issues, needs and competitiveness of trade found that 1) there was still a lack of understanding of business planning, 2) there were limitations in communicating through online channels, 3) there was a lack of learning to search for new information. In terms of development guidelines, the government sector needs to play a role in supporting, promoting, providing knowledge and being a mentor.

Keywords : Potential, Trade Competition, Entrepreneurship, OTOP Products

บทนำ (Introduction)

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชนและการสนับสนุนของภาครัฐในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น ผลิตภัณฑ์ไม่ได้

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

หมายถึงตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น กรมพัฒนาชุมชน, 2563)

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP นับว่าเป็นรากฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ รัฐจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาในด้านต่างๆ ของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าว ซึ่งในเขตพื้นที่ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ บ้านนาไก่เซา หมู่ 6 มีสมาชิกจำนวน 60 คน บ้านนาวัง หมู่ 10 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 55 คน และบ้านนาเสียว หมู่ 11 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 65 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปที่ขึ้นทะเบียนจากกรมพัฒนาชุมชน และปรากฏข้อมูลบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภททอผ้าไหม ผ้าฝ้าย ซึ่งเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาคุณภาพของสินค้าและเกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP แต่เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น อีกทั้งยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ตั้งแต่ช่วงเกิดวิกฤติโรคระบาด COVID-19 เป็นต้นมา ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ต้องปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสร้างความได้เปรียบทางการค้าของกลุ่มต่อไป

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้า และกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

2. เพื่อศึกษาปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

3. เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยครอบคลุมเรื่องตามลำดับ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ดำเนินการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ เกี่ยวกับปัญหาความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่ม

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ บ้านนาไก่เซา หมู่ 6 บ้านนาวัง หมู่ 10 และบ้านนาเสียว หมู่ 11 จำนวนทั้งสิ้น 180 คน ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ทั้งสิ้น 123 คน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) จากคณะกรรมการกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 9 คน ซึ่งคัดเลือกจากตัวแทนกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน รวมจำนวน 9 คน

2.2 ดำเนินการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เพื่อกำหนดแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบล
นาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ข้าราชการ คณะกรรมการและตัวแทนสมาชิก จากกลุ่มผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาจากตัวแทนคณะกรรมการกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน สมาชิก 3 คน รวมจำนวน 18 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้ใช้แบบสอบถามโดยได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยสร้างแบบ Rating Scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่ม ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนธุรกิจ 2) ด้านการสื่อสาร 3) ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview Form) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และตำแหน่ง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการวางแผนธุรกิจ ด้านการสื่อสาร และด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 ประเด็นจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามที่ใช้เป็นแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่ม

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

ผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนธุรกิจ 2) ด้านการสื่อสาร และ 3) ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการประสานกับผู้นำชุมชน ประธานกลุ่ม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับสมาชิกกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการประสานกับผู้นำชุมชน ประธานกลุ่ม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของกลุ่ม โดยคัดเลือกจากผู้ที่เป็นคณะกรรมการของกลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลจนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

การสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยประสานกับผู้นำชุมชน ประธานกลุ่ม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า จากกลุ่มผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล/กลุ่มเป้าหมาย จากตัวแทนคณะกรรมการกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน สมาชิก 3 คน รวมจำนวน 18 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

2. ข้อมูลความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม เกี่ยวกับข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่ม ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนธุรกิจ 2) ด้านการสื่อสาร 3) ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่ม ประกอบด้วย 1) ด้านการวางแผนธุรกิจ 2) ด้านการสื่อสาร และ 3) ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย โดยนำเสนอเป็นความเรียง

ผลการวิจัย (Research Results)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ เกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่ม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 123 ฉบับ มาทำการวิเคราะห์ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามการประเมินด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จำนวน 123 คน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 มีอายุ 50-59 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 มีอาชีพเกษตรกรรม จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 97.6 มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และมีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0

ตอนที่ 2 การประเมินด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ

การประเมินด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาความต้องการและศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ ในภาพรวมคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{x}$ = 3.44) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนธุรกิจ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{x}$ = 4.38) รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร ($\bar{x}$ = 4.14) และด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม ($\bar{x}$ = 1.81)

ด้านการวางแผนธุรกิจ คะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{x}$ = 4.38) เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ การกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และเป้าหมายของกลุ่มมีความชัดเจน ($\bar{x}$ = 4.63) รองลงมาคือ ทิศทางการเติบโตของกลุ่มมีความเป็นไปได้ ($\bar{x}$ = 4.51)

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

ด้านการสื่อสาร คะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{x}$ = 4.14) เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านสามารถแสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะกับกลุ่มได้ตลอดเวลา ($\bar{x}$ = 4.45) รองลงมาคือ ท่านทราบและเข้าใจการดำเนินงานของกลุ่ม ($\bar{x}$ = 4.35)

ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม คะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ “น้อย” ($\bar{x}$ = 1.81) เมื่อพิจารณารายประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ สามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยี/นวัตกรรมมาเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม จนถึงขั้นกระจายสินค้าและบริการสู่ตลาด ($\bar{x}$ = 1.84) รองลงมาคือ ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี/นวัตกรรม จากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ($\bar{x}$ = 1.82)

ปัญหาความต้องการและศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบล นาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

ด้านการวางแผนธุรกิจ พบว่า มีปัญหาที่สำคัญอยู่ 3 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ยังขาดความรู้ความเข้าใจต่อการวางแผนธุรกิจ จึงทำให้การกำหนดวิสัยทัศน์ การวางเป้าหมายของกลุ่ม ส่งผลกระทบต่อระบบการดำเนินงานที่ไร้จุดหมาย และส่งผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่ยั่งยืน 2) พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ขาดการประชุมในช่วงประมาณ 4 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการนัดหมายประชุมของสมาชิก เป็นระยะเวลานานและ 3) พบว่ามีปัญหาและข้อจำกัดด้านการตลาดไม่สามารถหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ไม่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าได้อย่างชัดเชน และส่งผลทำให้ไม่ทราบว่าสินค้าที่ผลิตมาแล้วนั้นจะขายให้ใครเป็นหลัก จากสภาพปัญหาด้านการวางแผนธุรกิจ ทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าว สรุปได้ว่า เมื่อการดำเนินงานดังกล่าวขาดความต่อเนื่องจึงส่งผลทำให้สมาชิกภายในกลุ่มอาจแยกย้ายไปประกอบอาชีพอื่นได้ และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มได้

ด้านการสื่อสาร พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีปัญหาที่สำคัญอยู่ 2 ประการด้วยกัน ประการแรก คือ ข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออไลน์ในด้านข้อมูลที่เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก ประการที่ 2 คือ ศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งอาจเกิดจากความรู้ความสามารถของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร จากประเด็นดังกล่าว

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในด้านการสื่อสาร ในช่วงสถานการณ์ปกติ สมาชิกกลุ่มสามารถติดต่อสื่อสารโดยมีวิธีการนัดหมายประชุมในรูปแบบปกติได้ แต่เนื่องจากเกิดสถานการณ์โควิด 19 ทำให้การติดต่อสื่อสารเปลี่ยนรูปแบบเป็นการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ ซึ่งมีข้อจำกัดทำให้สมาชิกกลุ่มขาดการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลทำให้สมาชิกบางคนเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่นหรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของสมาชิกในกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ได้ จึงทำให้กลุ่มสมาชิกดังกล่าวไม่ทราบการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

ด้านองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี/นวัตกรรม พบว่า มีปัญหาที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ขาดการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นการพัฒนาสินค้าจากความคิดสร้างสรรค์ ขาดการเรียนรู้การสืบค้นข้อมูลใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นวิธีการผลิต เพื่อนำมาสร้างศักยภาพให้แก่กลุ่มสมาชิกของผู้ผลิตสินค้า OTOP จากสภาพปัญหาดังกล่าว สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ให้ทันสมัย ซึ่งเกิดจากการขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยี ส่งผลทำให้ไม่สามารถค้นคว้าและนำองค์ความรู้ที่ได้จากการค้นคว้ามาประยุกต์ใช้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

ด้านการตลาด ควรส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการส่งเสริมการตลาด และการขายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรหาฐานลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และมีการรจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

ด้านการขาย กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรได้รับการส่งเสริมให้มีความรู้ด้านการส่งเสริมการขายเรียนรู้เทคนิคการขายด้วยวิธีการจูงใจที่จะเสนอราคาพิเศษ หรือการจูงใจผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างยอดขายในทันที ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ ยังขาดการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ เช่น คูปอง ส่วนลด การแลกซื้อ การจัดโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น ซึ่งในการส่งเสริมการขายเป็นหัวใจสำคัญที่จะกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

ด้านการผลิต/สั่งซื้อสินค้า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรส่งเสริมและให้ความรู้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อสินค้าให้มีตัวเลือกมากขึ้น อีกทั้งควรส่งเสริมการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และมี

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

การขอรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อสินค้าและภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมวัสดุ อุปกรณ์ ที่เหมาะสมตามหลักมาตรฐานเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP นำไปใช้และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานต่อไป

ด้านการเงิน กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งทุนที่เหมาะสมและสนับสนุนส่งเสริมให้มีความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการให้การสนับสนุนงบประมาณ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เกิดความต่อเนื่อง

ด้านการสื่อสาร กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรได้รับความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีในการเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารของกลุ่มอย่างถูกต้องเหมาะสม และควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามามีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เกี่ยวกับเทคนิคการสื่อสารของกลุ่ม เพื่อส่งเสริมและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ และสมาชิกของกลุ่ม

ด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมทางความคิดให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่มากกว่าการนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP และควรได้รับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ในการนำเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ มาใช้ในการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ทั้งในด้านการผลิต ด้านการตลาด เป็นต้น เพื่อให้เกิดการทำงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จากการประเมินด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP การประเมินด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาความต้องการ และศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ ในภาพรวม คะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{x}$ = 3.44) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนธุรกิจ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{x}$ = 4.38) รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร ($\bar{x}$ = 4.14) และด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

($\bar{x}$ = 1.81) สอดคล้องกับ จีราวัฒน์ มันทรา. (2559) การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมผ้าไหม ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผ้าไหม ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น มีกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในแข่งขันสูงสุดคือ สินค้าและบริการมีคุณภาพ รองลงมาคือการให้บริการมีความทันสมัย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการนำระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้

สภาพปัญหา ความต้องการ และศักยภาพ 1) ด้านการวางแผนธุรกิจ พบว่า มีปัญหาที่สำคัญอยู่ 3 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ ประเด็นแรก กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ยังขาดความรู้ความเข้าใจต่อการวางแผนธุรกิจจึงทำให้การกำหนดวิสัยทัศน์ การวางเป้าหมายของกลุ่ม ส่งผลกระทบต่อระบบการดำเนินงานที่ไร้จุดหมายและส่งผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่ยั่งยืน ประเด็นที่ 2 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ขาดการประชุมในช่วงประมาณ 4 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการนัดหมายประชุมของสมาชิกเป็นระยะเวลานานและประเด็นที่ 3 พบว่า มีปัญหาและข้อจำกัดด้านการตลาด ไม่สามารถหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวไม่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อสิ้นค้าได้อย่างชัดเชน และส่งผลทำให้ไม่ทราบว่าสินค้าที่ผลิตมาแล้วนั้นจะขายให้ใครเป็นหลัก จากสภาพปัญหาด้านการวางแผนธุรกิจ ทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าว สรุปได้ว่า เมื่อการดำเนินงานดังกล่าวขาดความต่อเนื่องจึงส่งผลทำให้สมาชิกภายในกลุ่มอาจแยกย้ายไปประกอบอาชีพอื่นได้ และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มได้ 2) ด้านการสื่อสาร พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีปัญหาที่สำคัญอยู่ 2 ประการด้วยกัน ประการแรก คือ ข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ในด้านข้อมูลที่เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก ประการที่สอง คือศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งอาจเกิดจากความรู้ความสามารถของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร จากประเด็นดังกล่าว สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในด้านการสื่อสาร ในช่วงสถานการณ์ปกติ คณะกรรมการ และสมาชิก สามารถติดต่อสื่อสาร มีรูปแบบวิธีการนัดหมายประชุมในรูปแบบปกติได้ แต่เนื่องจากเกิดสถานการณ์โควิด 19 ทำให้การติดต่อสื่อสารเปลี่ยนรูปแบบเป็นการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ ซึ่งมีข้อจำกัดทำให้คณะกรรมการและสมาชิกขาดการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลทำให้สมาชิกบางคนเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น หรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของสมาชิกในกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบออนไลน์ได้ จึงทำให้กลุ่มสมาชิกดังกล่าวไม่ทราบการประชาสัมพันธ์แนวปฏิบัติตามแผนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP และ 3) ด้านองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี/นวัตกรรม พบว่า มีปัญหาที่สำคัญคือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ขาดการ

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

แลกเปลี่ยนนวัตกรรมในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นการพัฒนาสินค้าจากความคิดสร้างสรรค์ ขาดการเรียนรู้การสืบค้นข้อมูลใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นวิธีการผลิต เพื่อนำมาสร้างศักยภาพให้แก่กลุ่มสมาชิกของผู้ผลิตสินค้า OTOP จากสภาพปัญหาดังกล่าว สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ให้ทันสมัย ซึ่งเกิดจากการขาดทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีมีจำนวนน้อยรายส่งผลทำให้ไม่สามารถค้นคว้าและนำองค์ความรู้ที่ได้จากการค้นคว้ามาประยุกต์ใช้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์ (2565) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคการประกอบการ คือ ด้านการบริหารจัดการ กำลังคนไม่เพียงพอ กลุ่มขาดทักษะในการผลิต ด้านการตลาดไม่มีองค์ความรู้เพียงพอไม่สามารถทำการตลาดด้วยสื่อสมัยใหม่ได้ ด้านการผลิต วัตถุดิบไม่เพียงพอ สถานที่ผลิต วัสดุและอุปกรณ์ส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการผลิต และด้านการเงิน ไม่มีแหล่งทุนหรือสถาบันทางการเงินที่ให้ผู้ประกอบการได้มีสิทธิ์ได้รับบริการ แนวทางการพัฒนา หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาให้องค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน

แนวทางการพัฒนาด้านการวางแผนธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า การพัฒนาภาครัฐจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทที่เพิ่มมากขึ้นในการสนับสนุนส่งเสริม ให้ความรู้ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เพื่อให้การวางแผนธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีประสิทธิภาพ มีความรู้และความเข้าใจการพัฒนาธุรกิจของตนเอง ผลการวิจัย พบว่า 1) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด ควรส่งเสริมการพัฒนาผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการส่งเสริมการตลาด และการขายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรหาฐานลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และมีการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP 2) แนวทางการพัฒนาด้านการขาย กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรได้รับการส่งเสริมให้มีความรู้ด้านการส่งเสริมการขาย เรียนรู้เทคนิคการขายด้วยวิธีการจูงใจที่จะเสนอราคาพิเศษ หรือการจูงใจผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างยอดขายในทันที ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ ยังขาดการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ เช่น คูปอง ส่วนลด การแลกซื้อ การจัดโปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น ซึ่งในการส่งเสริมการขายเป็นหัวใจสำคัญที่จะกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น 3) แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต/สั่งซื้อสินค้า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรส่งเสริมและให้ความรู้กับกลุ่ม

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

ผู้ผลิตสินค้า OTOP ได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ ให้มีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งควรสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และมีการขอรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อสินค้า และหน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมวัสดุอุปกรณ์ ที่เหมาะสมตามหลักมาตรฐานเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP นำไปใช้และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานต่อไป 4) แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งทุนที่เหมาะสมให้กับผู้ผลิตสินค้า OTOP และสนับสนุนส่งเสริมให้มีความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการให้การสนับสนุนงบประมาณ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เกิดความต่อเนื่อง 5) แนวทางการพัฒนาด้านการสื่อสาร กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ควรได้รับความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีในการเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารของกลุ่มอย่างถูกต้องเหมาะสม และควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามามีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เกี่ยวกับเทคนิคการสื่อสารของกลุ่ม เพื่อส่งเสริมและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ และสมาชิกของกลุ่ม 6) แนวทางการพัฒนาด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมทางความคิดให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่มากกว่าการนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP และควรได้รับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ในการนำเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ มาใช้ในการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ทั้งในด้านการผลิต ด้านการตลาด เป็นต้น เพื่อให้เกิดการทำงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับวราพร โภชน์เกาะ (2558) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูง ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลูกค้าที่แน่นอน แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ได้แก่ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรู้จักและจดจำในตราสินค้า กลุ่มชุมชนควรมีการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จัก 2) ด้านราคา พบว่าราคายังไม่ผ่านการแปรรูปไม่แตกต่างจากราคาตลาดทั่วไป กลุ่มชุมชนมีความต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทำให้กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าหากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ผ่านการแปรรูปจะสามารถเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายได้ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มยังขาดความรู้ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เมื่อผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วยังไม่เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์ได้มีการออกบูธในช่วงเทศกาลในระดับชุมชนยังไม่เป็นที่แพร่หลาย และสอดคล้องกับ

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

กัลยรัตน์ พินิจจันทร์และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจังหวัดยะลา พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจังหวัดยะลา มีศักยภาพทางการบริหารจัดการแต่ละด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการบริหาร จัดการต้องอาศัยการพัฒนาโดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ 1)ด้านการตลาด ควรจัดให้ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน 2)ด้านการผลิต ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิต และมีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ 3)ด้านการเงินและบัญชี ควรจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการทำงบการเงิน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมการใช้จ่าย และมีความสามารถบริหารจัดการทางด้านการเงินและบัญชีมากขึ้น 4)ด้านการจัดการ ควรอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ส่งเสริมการศึกษาดูงานให้เกิดความรู้และทักษะทางการบริหารแก่สมาชิกกลุ่ม และ5)ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของสมาชิกมีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานมากขึ้น

ความรู้ใหม่ (New Knowledge)

1. จากการศึกษา ได้ค้นพบแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการ โดยพบว่า การพัฒนาจำเป็นต้องมีหน่อยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีที่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ในการสนับสนุนส่งเสริม ให้ความรู้ และเป็นพี่เลี้ยงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เพื่อให้การวางแผนธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีประสิทธิภาพ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงานให้เกิดความชัดเจน และเข้าใจการพัฒนาธุรกิจของตนเอง

2. จากการศึกษา ได้ฐานข้อมูลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ อันได้แก่ ความรู้ความเข้าใจด้านการส่งเสริมการตลาด การวางแผนธุรกิจ เทคนิคการขายด้วยวิธีการต่างๆ การส่งเสริมพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษา เรื่อง การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในบริบทของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อื่น จะมีความแตกต่างตามลักษณะของพื้นที่ หากหน่วยงาน หรือองค์กร นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์จะต้องคำนึงถึงสภาพบริบทในพื้นที่ต่างๆ ตามลักษณะการดำเนินการ และสภาพการดำเนินการที่มีความแตกต่างกัน

1.2 หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว และคำนึงถึงความต้องการจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP อย่างเป็นกระบวนการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1.3 หน่วยงานภาครัฐควรประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน เพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพในการพึ่งพาตนเองให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับของผลิตภัณฑ์ของชุมชน สู่มาตรฐานสากล

2.2 ควรศึกษาถึง ด้านหุ้นส่วนเพื่อการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่กำหนดให้มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน เป็นคณะกรรมการเพื่อให้เกิดการวางระบบการบริหารองค์กรอย่างมีกลยุทธ์

เอกสารอ้างอิง (References)

กัลยรัตน์ พินิจจันทร์. (2561). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจังหวัดยะลา.** วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 13(2) พฤษภาคม – สิงหาคม 2561.

จีราวัฒน์ มันทรา. (2559). การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมผ้าไหม ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น: วารสารธรรมทรรศน์ ปีที่ 16 (ฉบับที่ 3) ประจำเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2559.

วราพร โภชน์เกาะ. (2558). การพัฒนาศักยภาพการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูง ตำบลหมื่นไวยอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมากรณีศึกษาฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว: การประชุมหาดใหญ่วิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 6 26 มิถุนายน 2558 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน: วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ปีที่ 4 (ฉบับที่ 5) กันยายน – ตุลาคม 2565.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาสวนกวาง จังหวัดขอนแก่น กรมพัฒนาชุมชน. (2563). ประวัติความเป็นมาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2567 จาก https://district.cdd.go.th/khaosuankwang/services.

Krejcie, R.V. & D.W. Morgan. (1970). “Determining Sample Size for Rescarch Activities”. Educational and Psychological Measurement. 30(3) 607-610.

Citation : Khongnawung, K. (2024). Improving the Commercial Competitive Potential of Entrepreneurs in the OTOP Product Manufacturing Group, Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. **Journal of Local Governance and Innovation.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59

Citation : คุณัญญาฐ์ คงนาวัง. (2567). การยกระดับพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ตำบลนาเสียว อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.** 8(3) : 187-204; DOI : https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.59