

สังเคราะห์งานวิจัยปีการศึกษา 2554

เรื่อง

“ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่:
กรณีศึกษา อำเภอสันทราย”

**The Business Achievement Factors of Five Star OTOP Product Champion (OPC) Entrepreneur within
Chiangmai Province: Case Study at Sansai District**

ศุภธนิศร์ เต็มสงวนวงศ์ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
Supathanish Termsnguanwong Marketing Program PAYAP University, Chiangmai

การสังเคราะห์ (Synthesis)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานในแต่ละด้าน ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว (ที่มีระดับคะแนนใกล้เคียง 5 ดาว) ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่และเพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดการสร้างแผนธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจำนวน 13 ราย

ผลการวิจัย พบว่า

1. **ด้านการบริหารจัดการ** เมื่อพิจารณาแล้วกล่าวได้ว่าเป็นไปตามทฤษฎีการจัดการ คือ มีการวางแผน มีการจัดองค์กร มีการนำ และมีการควบคุม

1.1 **ด้านการวางแผน** จะเห็นได้ว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะมีการวางแผนซึ่งนับได้ว่าเป็นผลดีต่อธุรกิจที่จะต้องมีความยืดหยุ่นสูงในแง่ที่สามารถทบทวนหรือปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ อีกทั้งส่วนใหญ่ยังมีการกำหนดเป้าหมายและขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อให้มีทิศทางการทำงานเป็นไปตามแผนเดียวกันและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้า และแผนส่วนใหญ่มักเป็นแผนระยะสั้น ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่ทราบและเข้าใจว่าการวางแผนและแผนงานช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองไปในอนาคต ซึ่งเป็นโอกาสแสวงหาประโยชน์ให้สำเร็จลุล่วงตามมุ่งหมายไว้ และช่วยให้ทราบปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางป้องกันและลดภาวะความเสี่ยงให้น้อยลง

1.2 **ด้านการจัดองค์กร** จะเห็นได้ว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะมีการแบ่งฝ่ายงาน กระจายงานออกเป็นหน้าที่ มีการมอบหมายงานตามความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ มีการประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะมีการแบ่งฝ่ายงานโดยอาศัยหลักเกณฑ์จากการพิจารณาตามหน้าที่ออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายการผลิต ฝ่ายบุคคล ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายตลาด เป็นต้น อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีการแบ่งฝ่ายงานอย่างชัดเจนแต่ทุกฝ่ายงานก็มีการประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วสันต์ เสือขำ (2547) ที่พบว่า ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค : กรณีศึกษาสินค้าประเภทอาหาร ของจังหวัดเชียงใหม่ ประจำปี 2546 ส่วนใหญ่มีการจัดวางโครงสร้างองค์กร แบ่งการบริหารออกเป็นแผนกหรือฝ่ายต่าง ๆ มีการกระจายอำนาจไปสู่แผนกหรือฝ่ายต่าง ๆ เพื่อประโยชน์เรื่องของการคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

1.3 **ด้านการนำ** จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่ใช้ภาวะผู้นำซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกหรือพนักงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ และนิยมสั่งการแบบไม่เป็นทางการไปยังผู้ปฏิบัติโดยตรงเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกหรือพนักงานขัดถามได้ ซึ่งช่วยลดปัญหาการเข้าใจที่ไม่ตรงกัน หรือ ความไม่ชัดเจนให้หมดไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่

พบว่า การสั่งการด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยผู้สั่งการและผู้รับคำสั่งสามารถโต้ตอบซักถามซึ่งกันและกันได้ ช่วยลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานลงได้ ในขณะที่ความร่วมมือจากพนักงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่นตรงตามที่คาดหวังไว้ ส่วนมากจะใช้การเพิ่มสิ่งจูงใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น ค่าจ้าง หรือ สวัสดิการสังคมต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) พบว่า วิธีการจูงใจสมาชิกให้ตั้งใจทำงาน จะทำโดยจัดอบรมให้ความรู้และการเพิ่มเปอร์เซ็นต์การขายสินค้าให้แก่สมาชิก

1.4 ด้านการควบคุม จะเห็นได้ว่า ธุรกิจทั้งหมดจะมีการควบคุมการดำเนินงานภายในองค์กร มีการเปรียบเทียบกับผลงานที่ออกมากับมาตรฐานที่ตั้งไว้ โดยวิธีการควบคุมและติดตามแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ชุมชนทุกประเภทมีการควบคุมและติดตามการทำงาน โดยเครื่องมือควบคุมและติดตามการทำงาน ของชุมชน จะใช้ปริมาณ คุณภาพของสินค้าหรืองาน และเวลาในการทำงาน

2. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เมื่อพิจารณาแล้วกล่าวได้ว่าเป็นไปตามทฤษฎี คือ มีการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม และการพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การรวมพลัง และการธำรงรักษา การพิจารณาสภาพการพ้นจากงาน

2.1 ด้านการสรรหา จะเห็นได้ว่าธุรกิจมีการเปิดรับสมัครอยู่ตลอดเวลา โดยใช้วิธีการขอความร่วมมือจากสมาชิกเดิมหรือการบอกต่อ ซึ่งคุณสมบัติที่พิจารณาคือ ภูมิปัญญาและประสบการณ์ รวมถึงความชำนาญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่าชุมชนกลุ่มมีสมาชิกเพียงพอเป็นส่วนใหญ่ มีนโยบายรับสมัครสมาชิกตลอดเวลา และบางกลุ่มก็มีนโยบายรับสมัครเมื่อมีงานเท่านั้น

2.2 ด้านการคัดเลือก จะเห็นได้ว่าหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกคนเข้าทำงานคือ ความชำนาญและประสบการณ์ การคัดเลือกลักษณะนี้ถือได้ว่าใช้ระบบอุปถัมภ์เป็นหลัก เนื่องจากสภาพงานส่วนมากเป็นงานที่ต้องใช้แรงงาน ในระบบคุณธรรมก็จะมีพิจารณาจาก ประวัติ การทดลองปฏิบัติงาน การสัมภาษณ์ และประสบการณ์การทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ในการรับสมัครใหม่ชุมชนทุกชุมชนมีแนวทางการกำหนดคุณสมบัติที่แตกต่างกัน โดยบางกลุ่มจะไม่มีกำหนดคุณสมบัติสมาชิกใหม่ แต่บางกลุ่มก็พิจารณาจากความสามารถและประสบการณ์

2.3 ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ใช้วิธีการฝึกอบรมในสถานที่แบบไม่เป็นทางการ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และทักษะความสามารถในการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่ธุรกิจจะมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิกหรือพนักงานแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ในการทำงานส่วนใหญ่จะมีการจูงใจให้สมาชิกตั้งใจทำงานด้วยการจัดการอบรมให้มีความรู้และประสบการณ์มากยิ่งขึ้น และจะมีการประเมินผลการทำงานของสมาชิก โดยดูจากปริมาณงานและคุณภาพงานเป็นส่วนใหญ่

2.4 ด้านการจ่ายค่าตอบแทน จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะกำหนดค่าตอบแทนตามความสามารถของสมาชิกหรือพนักงาน โดยจะพิจารณาจำนวนวัน เวลาทำงาน หรือ ชิ้นงานที่ทำได้ พบว่ามีการให้สวัสดิการสังคม เช่น ให้ค่ารักษาพยาบาล ประกันสังคม เป็นต้น เป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้สมาชิกหรือพนักงานปฏิบัติให้สามารถปฏิบัติงานด้วยดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อารดา มงคลโรจน์ สกุล (2546) ที่พบว่า การจ่ายค่าตอบแทนการทำงานแก่พนักงาน หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคือ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน และส่วนใหญ่ได้ให้สวัสดิการอื่นแก่พนักงานที่นอกเหนือจากเงินเดือนหรือค่าจ้าง

3. ด้านการบริหารการผลิต เมื่อพิจารณากล่าวได้ว่าเป็นไปตามทฤษฎีการบริหารการผลิต กล่าวคือ

3.1 ด้านการวางแผนการผลิต โดยคาดการณ์ผลิตสินค้าให้พอดีกับความต้องการหรือผลิตตามคำสั่งซื้อ และมีการบริหารสินค้าคงคลังที่ดีจะทำให้ลดการสูญเสียต้นทุนในการเก็บรักษาและต้นทุนจมได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง (2546) ที่กล่าวไว้ว่า ชุมชนส่วนใหญ่วางแผนการผลิตโดยใช้กลยุทธ์การกำหนดจำนวนการผลิตสินค้าเท่ากับจำนวนความต้องการสินค้าและไม่มีการเพิ่มหรือลดจำนวนสมาชิกเพื่อรองรับการผลิตและเก็บสินค้าคงเหลือในบางช่วงเวลา

3.2 ด้านการเลือกสถานที่ตั้งโรงงาน จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่มีโรงงานเป็นของธุรกิจเองที่ใกล้แหล่งแรงงาน และแหล่งวัตถุดิบ สะดวกต่อการขนส่ง

3.3 ด้านการจัดซื้อและควบคุมวัสดุ วัตถุดิบส่วนใหญ่จะมาจากภายในท้องถิ่น โดยเกณฑ์การเลือกผู้ขายจะพิจารณาจากคุณภาพ ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ ราคาและการคัดเลือกจากความคุ้นเคยกับเจ้าของธุรกิจหรือประธานกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่พบว่า การผลิตมีความสำคัญยิ่งต่อธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การคัดเกรด การผลิต ไปจนถึงการบรรจุหีบห่อ

3.4 ด้านการควบคุมคุณภาพ ทุกธุรกิจมีการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธส แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีการจัดแยกและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ และมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้าทุกหน่วย ทุกเวลาที่การผลิตเหมือนกัน

3.5 ด้านการซ่อมบำรุงระบบการผลิต สำหรับการซ่อมบำรุง ดูแลรักษาวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่จะเป็นการซ่อมบำรุงเมื่อเกิดปัญหา

4. ด้านการบริหารการเงินและบัญชี เมื่อพิจารณาแล้วกล่าวได้ว่าเป็นไปตามทฤษฎีการบริหารการเงินและบัญชี กล่าวคือ

4.1 ด้านการวางแผนการเงิน ธุรกิจส่วนใหญ่จะไม่มีแผนด้านการบริหารการเงินและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธส แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนี้มีชุมชนเพียงบางส่วนที่ได้ดำเนินงานทางการเงินและบัญชีตามแนวคิดทางการบริหารการเงินและชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนทางการเงิน

4.2 ด้านการจัดการเงินทุน พบว่าส่วนใหญ่ธุรกิจจะระดมทุนจากสมาชิกหรือจากเงินออมส่วนตัว มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตต์ไธส แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ชุมชนมีแหล่งเงินทุนมาจากสมาชิกในชุมชนโดยการให้สมาชิกร่วมลงทุนและมีแหล่งเงินทุนมาจากหน่วยงานรัฐบาล และจัดหาเงินทุนด้วยวิธีอื่น ๆ

4.3 ด้านบัญชี พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจนิยมบันทึกบัญชีโดยมีการทำบัญชีแบบง่าย ๆ งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม และบางธุรกิจทำบัญชีครัวเรือน โดยใช้สมุดบันทึกและคอมพิวเตอร์ และให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีเป็นผู้จัดทำ และบางธุรกิจมีการจ้างสำนักบัญชีเพื่อประกอบการยื่นภาษีเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่พบว่า ส่วนใหญ่จะนิยมบันทึกข้อมูลด้านการเงินและการบัญชีของบริษัทลงในสมุดบัญชี แต่ก็มีบางส่วนที่บันทึกทั้งในสมุดและระบบคอมพิวเตอร์

5. ด้านการบริหารการตลาด เมื่อพิจารณาแล้วกล่าวได้ว่าเป็นไปตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด กล่าวคือ จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าหลักส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทย ส่วนลูกค้ารองเป็นลูกค้าในประเทศ

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นว่าตัวผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมาจากการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาเดิมจากท้องถิ่นและการออกแบบสร้างสรรค์ใหม่ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนี้การออกแบบและพัฒนาสินค้ายังต้องการความรู้ ความชำนาญเป็นอย่างมากเพื่อให้สินค้าออกมาตรงตามกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จึงมีตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตต์ไธส แก้วบุญเรือง (2546) ที่พบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการวางแผนที่จะพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ แต่มีแนวทางที่แตกต่างกันออกไปซึ่งอาจจะทำโดยออกแบบตามคำสั่งของลูกค้าหรือตามความคิดเห็นของสมาชิกหรือคู่แข่ง

5.2 ด้านราคา จะเห็นว่าทั้งหมดจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเอง ทั้งนี้ทุกธุรกิจคำนึงถึงต้นทุนที่เสียไปเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไวกวิท นรพัลลภ (2546) ที่พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งราคาสินค้าตามราคาของตนเองกำหนดเป็นหลัก

5.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า พื้นที่จำหน่ายมีทั้งภายในจังหวัด ต่างจังหวัด และต่างประเทศ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีตั้งแต่จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ไปจนถึงพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก เพื่อให้ผู้บริโภคพบเห็นสินค้าทุกพื้นที่ ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศกร ทวีสุข (2544) ที่พบว่า เมื่อพิจารณาช่องทางการจำหน่ายสินค้าของ

ผู้ประกอบการลำไยอบแห้ง พบว่า เกือบทั้งหมดอยู่ในฐานะผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าป้อนสู่ตลาด โดยมีบริษัทตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าส่ง ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่นิยมใช้การโฆษณา จัดแสดงสินค้าในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายไปยังต่างประเทศได้อย่างกว้างขวางและยังเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัวด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ สิวลา วงศ์ไพบูลย์วัฒนา (2543) ที่พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้วิธีการลดราคาสินค้าและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

ปัญหาที่พบในธุรกิจ ส่วนใหญ่กังวลเรื่องสถานการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงส่งผลต่อความไม่ปลอดภัยในการซื้อสินค้าของลูกค้า สภาพเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลต่อยอดขายสินค้าลดลง สภาพภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบันและอนาคตที่รุนแรง ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ขาดความรู้และความชำนาญด้านการเงินและบัญชี ด้านการตลาด ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ไม่เพียงพอ วัตถุดิบมีราคาแพง มีความรู้น้อยในการบันทึกบัญชี ขาดแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ วสันต์ เสือขำ (2547) พบว่า ผู้ประกอบการบางรายขาดการวางแผนในการดำเนินงานที่ชัดเจน ขาดเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย ขาดสภาพคล่องทางการเงิน สถาบันทางการเงินไม่ปล่อยเงินกู้ ผู้ประกอบการบางรายขาดความเข้าใจในระบบบัญชีและการเงิน ไม่มีแผนการตลาด ไม่มีสถานที่ในการจัดจำหน่าย มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะปัญหาด้านการตลาดที่พบในผู้ประกอบการจะเห็นได้ว่าเกือบทุกกิจการมีปัญหา คือ ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ขาดสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และขาดความรู้ในการทำการส่งเสริมการขายในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิจัยกลับไปถ่ายทอดให้แก่ผู้ประกอบการได้รับทราบจากการจัดประชุมกลุ่มผู้ประกอบการโดยความร่วมมือประสานงานของฝ่ายพัฒนาชุมชน อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการทางการตลาดเบื้องต้นและการบริหารตราผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประชุม และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับแนวทางการเขียนแผนธุรกิจเบื้องต้นเพื่อนำเสนอต่อผู้ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนต่อไป

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภายในกิจการควรจัดให้มีกิจกรรมพบปะกันแบบไม่เป็นทางการ ให้มากขึ้น เพราะกิจกรรมนี้จะทำให้สมาชิกมีโอกาสร่วมคิด ร่วมปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมทั้งมีส่วนร่วมใน การแก้ปัญหา และมีโอกาสขยายทักษะความรู้ด้านต่าง ๆ ให้กว้างออกไป

1.2 ควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยทั้งตัวผู้ผลิตสินค้าเอง รวมทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้วย

2. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 ควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตสินค้าพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานในระดับที่สูงขึ้นซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า OTOP อันจะช่วยให้ยอดในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น

2.2 ควรจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการขยายช่องทางการตลาดการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางออกไป เหมือนกับสินค้าทั่ว ๆ ไป

2.3 รัฐบาลควรจัดหาแหล่งเงินทุนกู้ยืมให้แก่ผู้ผลิตสินค้าที่ขาดเงินทุน รวมทั้งให้ การฝึกอบรมด้านวิชาการในทุกด้านเช่น การเงินบัญชี การตลาด การบริการทรัพยากรมนุษย์ และ การผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการจะได้มีความรู้นำไปพัฒนา และ ปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้ารับการคัดสรรสุดยอด OTOP เช่น การบริหารจัดการ การติดตามการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น
2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ประเภทต่าง ๆ
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัญหาการผลิตสินค้าระหว่างผู้ผลิตสินค้าชุมชนกับผู้ประกอบการ SME ทั้งนี้เพื่อให้เกิดแนวทางการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรมที่ยั่งยืน
4. ควรนำเอาผลวิจัยไปต่อยอดในเขียนแผนธุรกิจ