

# ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี

Organizational Factors Related to The Business Success of OTOP Entrepreneurs  
that have been Ranked as a 5-Star in Nonthaburi Province

ศินาภรณ์ หู้เต็ม\*

Sinaporn Hutem\*

Received : January 19, 2021 Revised : March 25, 2021 Accepted : March 26, 2021

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี 2) ศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 320 คน จังหวัดนนทบุรี เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามสำหรับศึกษาเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha – coefficient) จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี มากที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือด้านภาระงาน ด้านโครงสร้างองค์การ และด้านคน เมื่อพิจารณาความสำเร็จทางธุรกิจที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) อยู่ในระดับมาก ระดับมากที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ ระดับรองลงมา คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจ พิจารณาเป็นรายคู่ อยู่ในระดับสูงมาก มีความสัมพันธ์กันในลักษณะคล้ายตามกันทุกคู่ สูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านคน และด้านภาระงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** ปัจจัยองค์การ ความสำเร็จของธุรกิจสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว

\* อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

\* Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajapruck University

## Abstract

This research aims 1) to study organizational factors affecting the business success of OTOP entrepreneurs who have been selected at a 5-star rating in Nonthaburi Province; 2) to study the business success of OTOP entrepreneurs obtained 5-star selection in Nonthaburi Province; and 3) to study the relationship between organizational factors and business success of OTOP operators who have been selected at 5-star in Nonthaburi Province. The sample used in this study was 320 people who currently live in Nonthaburi Province. A questionnaire tool is conducted for quantitative study as well as in-depth interviews are conducted for qualitative studies. The confidence of the questionnaire was determined by appropriate formula for analyzing the alpha coefficient. According to Cronbach's Alpha Coefficient, the sample test obtained a confidence factor of 0.83. The descriptive statistics were used to analyze distribution of frequency, percentage, mean, and standard deviation. According to Pearson Correlation Coefficient Analysis, the research found that the organizational factors related to the business success of OTOP operators selected at the 5-star rating in Nonthaburi province, technology factor is the most significant factor followed by the workload consecutively. Organizational structure and people factors, when considering business success as measured by the Balance Scorecard, were significant at high level. The highest levels were organizational learning and growth, which followed closely by finance, customer and internal processes consecutively. When considering organizational factors, they were related to business success. While considering factors that had very high relationship with business success factors, we found that technology factor, organizational structure, human side, and workload were statistical significance at the .05 confident level.

**Keywords:** Organization factor, The success of OTOP business at a 5-star rating

## 1. บทนำ

ในปี พ.ศ. 2544 เป็นยุคที่ประเทศไทยกำลังเผชิญกับสภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่สภาพปัญหาความยากจน จึงทำให้รัฐบาลของ ดร.ทักษิณ ชินวัตร ในขณะนั้นจัดให้มี โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TAMBON ONE PRODUCT: OTOP)” ที่มุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม ทั่วทุกภูมิภาคทั้งประเทศให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเพื่อสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance Creativity) 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอข้าสูง จังหวัดขอนแก่น, 2562) ผลิตภัณฑ์ OTOP ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวางซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ผ้าและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับ แฟชั่น ของใช้ในครัวเรือน และอาหาร ปัจจุบันสินค้า OTOP ของไทยเป็นที่ต้องการของตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอาง

เครื่องประดับเงิน เพอร์นิเจอร์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และเคหะสิ่งทอ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ดังเห็นได้จากยอดรวมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2544 ที่มีจำนวน 215.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.90 หมื่นล้านบาท ในช่วงเดือนมกราคม-ตุลาคม 2545 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2547) เนื่องจากความนิยมของชาวต่างชาติในสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยซึ่งมีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะตัว และใช้วัตถุดิบภายในประเทศ อีกทั้งรัฐบาลยังมีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการส่งออกอย่างจริงจัง จนกระทั่งกรมการพัฒนาชุมชน ได้ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณภาพดี มีปริมาณมากพอ และได้รับมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐ สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปลงทะเบียนเพื่อคัดสรรระดับสินค้า 1-5 ดาว เป็นการส่งเสริมการตลาดในระดับต่าง ๆ ยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP แต่ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ OTOP จะผ่านกระบวนการลงมือผลิตของกลุ่มชุมชนทั่วทุกทิศไทยและหลากหลายประเภทของสินค้า ก็มิได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหลายเหล่านั้นจะประสบความสำเร็จ สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับทุกชุมชนเสมอไป เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านั้นยังขาดองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ในการจัดการกับกลุ่มอย่างเป็นระบบ (ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ, 2547: 1) ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดการผลิต และด้านการจัดการกลุ่ม ซึ่งปัญหาทั้ง 3 ด้านนี้มีความสัมพันธ์กัน เช่น หากสินค้าที่ผลิตออกมาไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ความต้องการซื้อต่ำกว่าจำนวนที่ผลิต ส่งผลให้กลุ่มขาดแรงจูงใจในการพัฒนาสินค้า รวมทั้งขาดแรงจูงใจในการจัดระบบการทำงานเพื่อพัฒนากลุ่มให้เกิดความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

การจัดลำดับขั้นของการมอบดาวตั้งแต่ 1-5 ดาว ให้กับสินค้า OTOP เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตกลุ่มชุมชนมีโอกาสได้รับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเพื่อการส่งออก สามารถเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่ระดับสากล ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านร่วมกันเพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการควรมีทั้งความรู้ ความเข้าใจ ในด้านต่าง ๆ เพื่อพร้อมที่จะรับมือกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและเตรียมตัวให้พร้อมเสมอต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้กิจการอยู่รอดได้และประสบความสำเร็จไปพร้อมๆ กัน ได้ด้วยตนเอง ซึ่งสืบเนื่องมาจากภาครัฐได้ลดบทบาทลงจากที่เคยให้การสนับสนุนเกือบทุกด้าน แต่เปลี่ยนเป็นส่งเสริมให้ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความสามารถผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพในระดับที่ได้มาตรฐาน มีศักยภาพในการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอกได้อย่างเข้มแข็ง

ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจคือ จังหวัดนนทบุรี เป็น 1 ใน 5 จังหวัดปริมณฑลที่มีเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ อีกทั้งยังมีความเจริญไม่แพ้กัน มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมทั้งมีวัฒนธรรมและวิถีแบบไทยดั้งเดิมและไทยผสมผสาน ทำให้มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมามากมาย ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี ก็มีให้เลือกซื้อจำนวนมากและหลากหลายประเภท (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนนทบุรี, 2560) ซึ่งมีทั้งกลุ่มที่ประสบความสำเร็จสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักจนได้รับความนิยม และกลุ่มที่ยังไม่ประสบความสำเร็จก็มีอีกเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรรในระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี เพื่อผลจากการศึกษานั้นนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ จึงได้นำปัจจัยองค์การ ตามแนวคิดของ Owens (2001 อ้างถึงใน เสาวณี ตรีพุทธรัตน์, 2547) ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของแต่ละองค์การ และยังส่งผลต่อทัศนคติ ความพึงพอใจ ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานของบุคลากรเพื่อให้งานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยองค์การตามแนวคิดของ Owens J. ประกอบด้วย 4 ด้านคือ ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านภาระงาน ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์การ และปัจจัยด้าน

เทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยใช้เครื่องมือการประเมินผลความสำเร็จขององค์การแบบสมดุล (Balance Scorecard) ตามแนวคิดของร็อบิร์ต แคปแลน (Robert Kaplan) และ เดวิด นอร์ตัน (David Norton) โดยการประเมินผลความสำเร็จขององค์การประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการปฏิบัติการภายในองค์การ และด้านการเรียนรู้และเติบโต (Kaplan, 1996) ผู้วิจัยหวังว่า ผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสินค้า OTOP รายอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานจนประสบความสำเร็จและได้รับการคัดสรรให้อยู่ในระดับ 5 ดาวต่อไป

## 2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยองค์การสู่ความสำเร็จ

Owens (2001 อ้างถึงใน เสาวณี ตริพุทธิรัตน์ (2547) ได้เสนอปัจจัยภายในองค์การที่สำคัญที่จะทำให้องค์การบรรลุจุดมุ่งหมายทั้งของสังคมและขององค์การ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านภาระงาน (Task) หมายถึง ภาระงานหรือกิจกรรมทั้งหมดที่องค์การต้องดำเนินการ ซึ่งปัจจัยด้านนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี เนื่องจากต้องมีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงเทคนิค วิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน

2. ปัจจัยด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึง แผนผังการปฏิบัติงานขององค์การซึ่งหมายถึงการรวมถึงกฎระเบียบต่าง ๆ อำนาจหน้าที่ สายการบังคับบัญชา การสื่อสาร การวางแผน การประสานงาน การควบคุม และการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยด้านโครงสร้างนี้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีและด้านภาระงาน

3. ปัจจัยด้านคน (People) หมายถึง องค์ประกอบด้านทักษะและความสามารถของสมาชิกในองค์การ และภาวะความเป็นผู้นำ ด้านองค์ประกอบอย่างเป็นทางการขององค์การ เช่น การบริหาร งานบุคคล การให้รางวัล การประเมินผล การสื่อสาร ส่วนองค์ประกอบอย่างไม่เป็นทางการขององค์การ เช่น การมีปฏิสัมพันธ์ที่ไม่ปรากฏในโครงสร้างขององค์การ พฤติกรรมการต่อต้านและการรวมกลุ่ม ทศนคติ ปทัสถาน ความรู้สึก ค่านิยม และสถานภาพของสมาชิกในองค์การ เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology-Information) หมายถึง เครื่องมือเครื่องใช้และวิธีการต่าง ๆ ในการทำงาน รวมถึงความรู้หรือวิทยาการสมัยใหม่ ๆ ซึ่งองค์การนำมาใช้เพื่อความสำเร็จขององค์การ

### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard)

Kaplan and Norton (1996 อ้างถึงใน ตูลา มหาพสุธานนท์, 2554) ให้ความหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard คือ กรอบสมมุติฐานแบบที่ใช้ในการแปลงวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ขององค์การเป็นขั้นตอนการทำงานอย่างต่อเนื่อง หลังจากนั้น จึงแปลงเป็นพันธกิจและกลยุทธ์ เป็นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย เพื่อทำการประเมินผลการปฏิบัติงาน 4 มุมมองด้วยกัน ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านการปฏิบัติการภายในองค์การ และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโตขององค์การ ซึ่งจะถูกระบุในรูปของตัวชี้วัด เพื่อ บ่งบอกให้บุคลากรภายในองค์การได้รับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่จะผลักดันไปสู่ความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต โดยผู้บริหารระดับสูงคาดหวังว่าวิธีการระบุผลลัพธ์และองค์ประกอบที่จะไปสู่ผลลัพธ์ที่องค์การต้องการนี้จะช่วยรวมพลังความสามารถ และความรู้เฉพาะด้านทั้งหมดของบุคลากร มุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายระยะยาวขององค์การได้ ตัววัดผลการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับตัววัดผลการปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่นได้ และช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นถึงผลการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ในเวลาเดียวกัน การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ Balance Scorecard ที่พิจารณาทั้งหมด 4 มุมมอง ได้แก่ (Kaplan & Norton, 1996)

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) และด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตผล (Productivity Improvement) ซึ่งประกอบด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางเกี่ยวกับการเพิ่มรายได้ขององค์กร ตัวชี้วัด (KPI) สำคัญในมุมมองด้านการเงิน เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้และกำไร หรือการเพิ่มยอดขายหรือการลดลงของต้นทุน เป็นต้น

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นแหล่งรายได้ที่ทำให้บริษัทหรือองค์กรมีกำไร ข้อมูลจากลูกค้าช่วยในการปรับกลยุทธ์ในการทำงานให้ทันกับคู่แข่ง โดยเน้นสร้างความพึงพอใจในการให้บริการที่รวดเร็ว คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน ราคาที่เหมาะสมและความรับผิดชอบต่อในการให้บริการ ตัวชี้วัด (KPI) มุมมองด้านลูกค้า เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษาลูกค้าเก่า การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ และกำไรต่อลูกค้า เป็นต้น

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองด้านนี้เน้นการบริหารจัดการภายในองค์กร วิธีในการรักษาลูกค้า พร้อมทั้งดึงดูดหรือแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ซึ่งต้องมีกระบวนการที่ดีในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและบุคลากรในองค์กรในอันจะสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร ดังนั้น ในด้านกระบวนการภายใน มุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการและการทำงานที่ส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจหรือการบริการที่ดียึดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ตัวชี้วัด (KPI) มุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น ผลิตภาพ (Productivity) หรือประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร กระบวนการขนส่งภายใน การเก็บรักษา และวงจรเวลา (Cycle Time) เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมากเพราะเป็นมุมมองของการพัฒนาในอนาคต วัตถุประสงค์ของมุมมองนี้ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ได้แก่ วัตถุประสงค์ด้านการพัฒนาทักษะ ความสามารถของบุคลากรที่เพียงพอ (Skill) ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของบุคลากร (Attitude and Employee Satisfaction) อัตราการลาออกของบุคลากร (Turnover) ส่วนด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ มีตัวชี้วัดคือ ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูล วัฒนธรรมองค์กร การจูงใจและโครงสร้างองค์กร วัตถุประสงค์เกี่ยวกับการจูงใจบุคลากร ตัวชี้วัดคือ จำนวนข้อเสนอแนะของพนักงาน เป็นต้น

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว

### การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

ในปี พ.ศ. 2547 กอ.นตผ. มีนโยบาย เน้นคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์โดยผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร ต้องได้รับรองมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งได้แก่ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นสำคัญโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มต้องผ่านมาตรฐาน หรืออยู่ในกระบวนการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐานการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้มีโอกาสพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน จึงได้จัดทำโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้น ซึ่งนำมากำหนดเกณฑ์ในการจัดระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Level) ตามค่าการได้คะแนน เป็น 5 ระดับ ดังนี้ (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2562)

ระดับ 5 ดาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มีศักยภาพในการส่งออก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้คะแนนตั้งแต่ 90 - 100 คะแนน

ระดับ 4 ดาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและสามารถพัฒนาสู่สากล ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้คะแนนตั้งแต่ 80 - 89 คะแนน

ระดับ 3 ดาว หมายถึง ผลผลิตงานที่มีคุณภาพระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาว ได้แก่ ผลผลิตงานที่ได้คะแนนตั้งแต่ 70 – 79 คะแนน

ระดับ 2 ดาว หมายถึง ผลผลิตงานที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ ได้แก่ ผลผลิตงานที่ได้คะแนนตั้งแต่ 50 – 69 คะแนน

ระดับ 1 ดาว หมายถึง ผลผลิตงานที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนาได้ยาก ได้แก่ ผลผลิตงานที่ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้า OTOP มีการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น วราภรณ์ ศรีบุญ (2552) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในระดับ 5 ดาว ได้แก่ ผู้นำมีความรู้ ความสามารถในการบริหาร มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาจึงได้รับความร่วมมือและความเชื่อใจจากสมาชิก มีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ มีการผลิตรายต่อเนื่อง วัตถุดิบเพียงพอ แรงงานมีทักษะ มีตลาดรองรับแน่นอน สินค้ามีคุณภาพ มีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงาน มีการจัดทำบัญชีรับ-จ่ายและบัญชีงบดุล มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการดำเนินงานและสามารถปรับตัวได้ ถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่มทั่วถึง สอดคล้องกับ ลักษณะ งามมีศรี และคณะ (2552) ศึกษาเกี่ยวกับ ตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์สินค้า OTOP อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP อันดับแรก คือ คุณภาพดี เป็นที่ยอมรับและราคาไม่แพง เมื่อพิจารณาประกอบกับส่วนประสมการตลาด 7P's ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการผลิตหรือการให้บริการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้าน ความปลอดภัยในการใช้วัสดุจากธรรมชาติในการผลิต ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ หาซื้อง่ายตามร้านขายสินค้าโอท็อปทั่วไป มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก บุคลากรที่มีการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีการจัดเรียงสินค้าไว้อย่างเป็นระเบียบ เลือกซื้อง่าย วิธีการผลิตสินค้าที่ถูกต้องตามมาตรฐานการผลิต GMP สอดคล้องกับ ทศนีย์วรรณ แนนท์ (2554) ได้ศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพการส่งเสริมการขายที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนประกันวินาศภัยในประเทศไทย พบว่า 1) ประสิทธิภาพการส่งเสริมการขาย ด้านการประชุมทางการขาย ความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับการดำเนินงาน โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน 2) ประสิทธิภาพการส่งเสริมการขาย ด้านการแข่งขันทางการขาย มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับการดำเนินงาน โดยรวม ด้านการเงิน 3) ประสิทธิภาพการส่งเสริมการขาย ด้านเครื่องมือการขายสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและการเรียนรู้และพัฒนา และ ธาณี นาคเกิด และระพี กาญจนะ (2554) ได้ศึกษา การพัฒนาระบบการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยอาศัยการวัดผลดุลยภาพ (BSC) กรณีศึกษาโรงงานฉีดพลาสติก โดยนำทฤษฎีการวัดผลดุลยภาพ (Balance Scorecard: BSC) มาใช้ในการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยจัดทำดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพแล้วเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า หลังจากการจัดทำดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพ KPI ในมุมมองด้านการเงิน อัตราการเติบโตของยอดขาย ค่าเฉลี่ย KPI เท่ากับ 2.83% มุมมองด้านลูกค้า จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าค่าเฉลี่ย KPI 8 ครั้ง ความพึงพอใจของลูกค้า ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 87.5 % มุมมองด้านกระบวนการภายในประสิทธิภาพ โดยรวม ลูกค้า ค่าเฉลี่ย KPI เท่ากับ 76.6% และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา อัตราการลาออกค่าเฉลี่ย KPI เท่ากับ 9.51% จึงทำให้เห็นว่า ระบบการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยอาศัย การวัดผลดุลยภาพ (BSC) ทำให้บุคลากรภายในองค์กรได้รับรู้เกี่ยวกับปัจจัยและเป็นแรงผลักดันไปสู่ความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

ส่วนปัจจัยองค์การที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดย พัชรินทร์ ไช้บุญรินทร์ (2548) ได้ศึกษาปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน พบว่า 1) ปัจจัยองค์การในการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยศิลปากร คือลักษณะขององค์การ นโยบายการบริหารและการปฏิบัติและลักษณะของสภาพแวดล้อม และลักษณะของบุคลากร 2) การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษา พบว่า การประเมินคุณภาพ และการควบคุมคุณภาพคือ การตรวจสอบคุณภาพ 3) ปัจจัยองค์การ ได้แก่ ด้านลักษณะสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านความใส่ใจและความผูกพันต่อองค์การ สอดคล้องกับ เสาวณี ตรีพุทธรัตน์ (2547) ได้ศึกษา ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพในการนำหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2544 ไปใช้ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยองค์การทั้งสี่ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ภาระงาน คน และเทคโนโลยี ต่างร่วมกันพยากรณ์ความมีประสิทธิภาพของการนำหลักสูตรไปใช้ได้ ร้อยละ 54.40 โดยปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความมีประสิทธิภาพของการนำหลักสูตรไปได้อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านโครงสร้าง

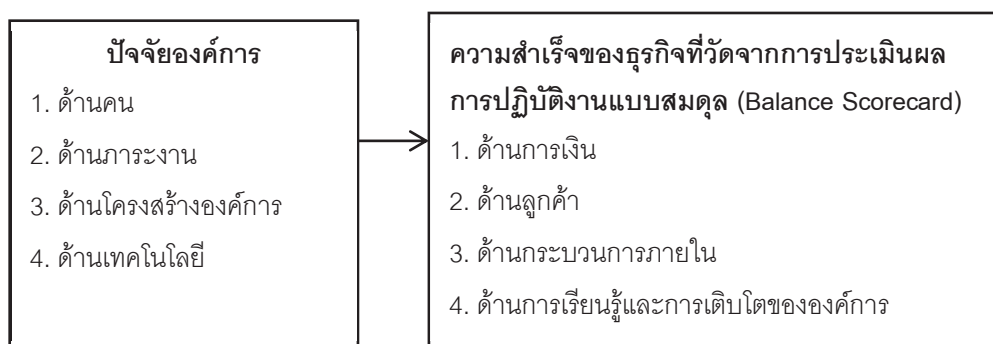
#### กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้ตัวแปรจากปัจจัยองค์การ ประกอบด้วย ด้านคน ด้านภาระงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านเทคโนโลยี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเชื่อมโยงในการวิเคราะห์ให้เห็นถึงความสำเร็จทางธุรกิจที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ

#### รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

##### ตัวแปรอิสระ

##### ตัวแปรตาม



#### 2.5 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยองค์การที่ประกอบด้วย ด้านคน ด้านภาระงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี

### 3.การดำเนินการวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มงานสินค้า OTOP จังหวัดนนทบุรี ที่จดทะเบียนไว้กับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนนทบุรี ณ ปี 2560 จำนวน 5,624 ราย (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนนทบุรี, 2559)

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) จาก Schumacker and Lomax (2010) ที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายและได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ซึ่งมีตัวแปรพหุ คือจำนวน 5-20 คนต่อ 1 ตัวแปร และในการวิจัยขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องมีจำนวนรวมอย่างน้อย 100 คน (สุวิมล ว่องวาณิช และ นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2546) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 20 คนต่อ 1 ตัวแปร ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรทั้งสิ้น 8 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ 160 คน ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างย่อย 2 กลุ่ม ทำให้กลุ่มตัวอย่างรวม 320 คน เพื่อให้มีกลุ่มตัวอย่างกระจายอยู่ในทุกกลุ่มย่อยจึงทำให้การเปรียบเทียบมีความน่าเชื่อถือ (Roscoe, 1975)

### 3.2 เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยตรวจสอบเครื่องมือและได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ชุด โดยใช้สูตรวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นผลการวัดที่ยอมรับได้และมีความถูกต้องมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (บุญธรรม กิจปรีดาภิรต, 2553) จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83

### 3.3 คุณลักษณะของตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรต้น คือปัจจัยองค์การ ตามแนวคิดของ Owens (2001) ซึ่งประกอบด้วย ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านภาระงาน ด้านคน ด้านเทคโนโลยี ส่วนตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งวัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) 4 มุมมอง (Kaplan & Norton, 1996) ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้เป็นแบบพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ และนำมาวิเคราะห์โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ประกอบด้วยการให้ความสำคัญในการตัดสินใจต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยใช้หลักเกณฑ์คือ

|                  |             |            |
|------------------|-------------|------------|
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 4.21 - 5.00 | มากที่สุด  |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 3.41 - 4.20 | มาก        |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 2.61 - 3.40 | ปานกลาง    |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 1.81 - 2.60 | น้อย       |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 1.00 - 1.80 | น้อยที่สุด |

## 4. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 4.1 สรุปผลการวิจัย

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนนทบุรี ณ ปี 2560 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 41-49 ปี ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ส่วนใหญ่อาชีพหลักเกษตรกรรม ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000- 4,000 บาท

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จ พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยองค์การอยู่ในระดับมาก ดังนี้

**ตาราง 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

| ปัจจัยองค์การ        | $\bar{X}$ | SD   | แปลผล |
|----------------------|-----------|------|-------|
| ด้านคน               | 4.05      | 0.67 | มาก   |
| ด้านการงาน           | 4.10      | 0.71 | มาก   |
| ด้านโครงสร้างองค์การ | 4.10      | 0.72 | มาก   |
| ด้านเทคโนโลยี        | 4.12      | 0.70 | มาก   |
| <b>รวม</b>           | 4.10      | 0.65 | มาก   |

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย มากที่สุดคือด้านเทคโนโลยี ( $\bar{X}$  = 4.12) รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์การ ( $\bar{X}$  = 4.10) ด้านการงาน ( $\bar{X}$  = 4.10) และด้านคน ( $\bar{X}$  = 4.05)

**ตาราง 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ต่อความสำเร็จทางธุรกิจที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล (Balance Scorecard) โดยภาพรวม

| ความสำเร็จธุรกิจ                      | $\bar{X}$ | SD   | แปลผล     |
|---------------------------------------|-----------|------|-----------|
| ด้านการเงิน                           | 4.19      | 0.65 | มาก       |
| ด้านลูกค้า                            | 4.13      | 0.69 | มาก       |
| ด้านกระบวนการภายใน                    | 4.11      | 0.70 | มาก       |
| ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ | 4.21      | 0.67 | มากที่สุด |
| <b>รวม</b>                            | 4.16      | 0.63 | มาก       |

จากตาราง 2 พบว่า ความสำเร็จทางธุรกิจที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล (Balance Scorecard) โดยภาพรวม พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.16) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ( $\bar{X}$  = 4.21) ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.19) ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.13) และด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.11)

**ตาราง 3** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรีโดยรวม

| ปัจจัยองค์การ        | r      | Sig.  | ระดับความสัมพันธ์ |
|----------------------|--------|-------|-------------------|
| ด้านคน               | 0.832* | 0.000 | มาก               |
| ด้านภาระงาน          | 0.821* | 0.000 | มาก               |
| ด้านโครงสร้างองค์การ | 0.872* | 0.000 | มาก               |
| ด้านเทคโนโลยี        | 0.900* | 0.000 | มากที่สุด         |
| รวม                  | 0.915* | 0.000 | มากที่สุด         |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยองค์การ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจโดยรวม มีค่าความสัมพันธ์กันมาก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด เท่ากับ 0.915 เมื่อพิจารณาทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้ายคลึงกันทุกคู่ ซึ่งปัจจัยองค์การ ด้านเทคโนโลยี กับความสำเร็จทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากที่สุด เท่ากับ 0.900 รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างองค์การ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.872 ด้านคน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.832 และด้านภาระงาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.821 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### 4.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำผลที่ได้มาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

4.2.1 ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ด้านเทคโนโลยี คือ ธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตสินค้าและบริการ 2) ด้านภาระงาน คือ สมาชิกของกลุ่มถูกประเมินผลงานอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ 3) ด้านโครงสร้างองค์การ คือ ธุรกิจมีการกระจายอำนาจให้แก่สมาชิกตามระดับต่าง ๆ อย่างเหมาะสม 4) ด้านคน คือ สมาชิกในกลุ่มมีทักษะความสามารถและมีความพึงพอใจในสินค้าที่กลุ่มเป็นผู้ผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยองค์การที่นำสู่ความสำเร็จของ Owens (2001) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวณี ตรีพุทธรัตน์ (2547) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องมือ เครื่องใช้ และวิธีการต่าง ๆ ในการทำงาน รวมถึงความรู้หรือวิทยาการสมัยใหม่ ซึ่งองค์การนำมาใช้ และมีการกำหนดภาระงาน เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ เพื่อให้คนในองค์การในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยสำคัญทางด้านธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ วรณพนา นามสีฐาน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วยเครื่องมือเครื่องใช้และวิธีการต่าง ๆ ในการทำงาน รวมถึงความรู้และวิทยาการสมัยใหม่นำมาเพื่อความสำเร็จขององค์การและยังรวมถึงสภาพที่เอื้อต่อการปฏิบัติการ การกำหนดโครงสร้างองค์การเพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ กฎระเบียบ การวางแผนการปฏิบัติงาน การตัดสินใจมีการกำหนด ภาระหน้าที่ให้คนในองค์การรับผิดชอบ

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยองค์การ พบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี ที่วัดจากการปฏิบัติงานของ

องค์การแบบสมดุล (Balance Scorecard) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์กันมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาณี นาคเกิด และระพี กาญจนะ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการวัดผล การปฏิบัติงาน โดยอาศัยการวัดผลดุลยภาพ (BSC) พบว่า ประสิทธิภาพ ในมุมมองด้านการเงินมีอัตราการเติบโต ของยอดขาย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.83% มุมมองด้านลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 87.5 % มุมมอง ด้านกระบวนการภายในประสิทธิภาพโดยรวม ลูกค้า เท่ากับ 76.6% และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา อัตราการ ลาออกค่าเฉลี่ย เท่ากับ 9.51% การวัดผลการปฏิบัติงานองค์การสามารถนำมาปรับปรุงสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้องค์การประสบผลสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดมากยิ่งขึ้น การวัดผลการปฏิบัติงาน แบบดุลยภาพนี้ไม่จำกัดเฉพาะองค์การทางธุรกิจเท่านั้น สอดคล้องกับ เสาวณี ตรีพุทธรัตน์ (2547) ที่ได้ศึกษา สภาพ ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ในการนำหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ไปใช้ในโรงเรียนสังกัด สำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยองค์การทั้งสี่ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ภาระงาน คน และเทคโนโลยี ต่างร่วมกันพยากรณ์ความมีประสิทธิภาพของการนำหลักสูตรไปใช้ได้อย่างละ 54 และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วราภรณ์ ศรีบุญ (2552) พบว่า ปัจจัยองค์การด้านปัจจัยองค์การ ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะบุคลากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดำเนินงานตามแผนและการนำมาปรับปรุงงาน

4.2.3 ปัจจัยองค์การที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับ คัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี โดยรวม มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ( $r = 0.915$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณา ทั้งในภาพรวม และรายคู่ มีความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้ายคลึงกันทุกคู่ ซึ่งปัจจัยองค์การ ด้านเทคโนโลยี กับความสำเร็จทางธุรกิจ โดยรวม มากที่สุด ( $r = 0.900$ ) รองลงมา คือ ด้านโครงสร้างองค์การ ( $r = 0.872$ ) ด้านคน ( $r = 0.832$ ) และด้านภาระงาน ( $r = 0.821$ ) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีในระดับมาก เนื่องจาก ความสำเร็จส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีมาใช้ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องปรับตัวและทำความเข้าใจ กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับ ชัยพจน์ ช่างแต่ง (2552) ที่ได้ศึกษาปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอก ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.49 และเรวัตม์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2553) ปัจจัยสภาพแวดล้อม องค์การที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยีเนื่องจากธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ด้านการผลิต ด้านการบริการ และด้านการสื่อสาร อย่างสม่ำเสมอ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำกลุ่มงานประดิษฐ์จากดินไทย บัณฑิตวรวิทย์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า องค์การประสบความสำเร็จ เพราะมีการนำเทคโนโลยี เครื่องมือเครื่องใช้และวิธีการต่าง ๆ ในการทำงาน รวมถึง ความรู้และวิทยาการสมัยใหม่นำมาเพื่อความสำเร็จ ทำให้ลูกค้ามีการบอกต่อ ส่วนปัจจัยด้านการผลิตพบว่าสินค้า เพียงพอต่อการจำหน่าย สินค้ามีความปลอดภัยและมีคุณภาพน่าเชื่อถือ เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและมีความพึงพอใจ

## 5. ข้อเสนอแนะ

### 5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับ คัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี สามารถเสนอแนะรายละเอียดที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยองค์การ ด้านเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านภาระงาน และด้านคน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว ผู้ประกอบการควร

ให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ โดยเฉพาะปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีค่าความสัมพันธ์มากที่สุดจากปัจจัยทั้ง 4 ด้าน อีกทั้งควรมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรและด้านภาระงาน เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน ควรมีการกระจายอำนาจให้พนักงานตามระดับต่าง ๆ อย่างเหมาะสมให้อำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.2 ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบสมดุล (Balance Scorecard) ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร โดยเฉพาะปัจจัยด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรมีค่าความสัมพันธ์สูงที่สุดจากในปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ผู้บริหารควรส่งเสริมทักษะต่าง ๆ ของสมาชิก ในกระบวนการทำงาน เพื่อเป็นการลดการสูญเสียของทรัพยากร และเป็นการเพิ่มขึ้นของรายได้ ทั้งยังเป็นการสร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีในการทำงานให้กับสมาชิกในองค์กร

## 5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายไปในเขตพื้นที่ในภาคอื่น ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคใต้ เนื่องจากปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแต่ละพื้นที่อาจมีความแตกต่างกัน

## เอกสารอ้างอิง

- จินตนา สระทองขาว. (2554). ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาระดับคณะวิชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยญา แว่นทิพย์ และคณะ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารการเมืองการปกครอง, 6(1), 66-81.
- ชัยพนธ์ ช่างแต่ง. (2552). การศึกษาปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ตุลา มหาวสุวานนท์. (2554). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : พี เอ็น เค แอนด์ สกาย พรินต์ติ้ง.
- ทัศนีย์วรรณ แนนทางดี. (2554). ผลกระทบของประสิทธิภาพการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนประกันวินาศภัยในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธานี นาคเกิด และระพี กาญจนะ. (2554). การพัฒนาระบบการวัดผลการปฏิบัติงานโดยอาศัยการวัดผลดุลยภาพ (BSC) กรณีศึกษา โรงงานฉีดพลาสติก. วิทยานิพนธ์ปริญญา วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ. (2547). คู่มือการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ : สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). เทคนิคการสร้างเครื่องมือและรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์การพิมพ์.
- พัชรินทร์ ใต้บุญรินทร์ (2548). ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์: Strategic Management. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ถึงทรัพย์การพิมพ์.

- ลักษมี งามมีศรี และคณะ. (2552). การศึกษาการตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วรรณพาน นามสีฐาน. (2555). ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรภรณ์ ศรีบุญ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ (รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2547). ผลงานสำคัญของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2547 (ตุลาคม 2546-เมษายน 2547). ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563, จาก [http://www.ops.moc.go.th/ewt\\_news.php?nid=229&filename=index](http://www.ops.moc.go.th/ewt_news.php?nid=229&filename=index)
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสูง จังหวัดขอนแก่น. (2562). หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563, จาก <https://district.cdd.go.th/samsung/services/>
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนนทบุรี. (2559). ลงทะเบียนผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP). ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561, จาก <https://nonthaburi.cdd.go.th/>
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2562). กรอบการดำเนินงาน แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2562-2565. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563, จาก <https://cep.cdd.go.th/>
- สุวิมล ว่องวาณิช และนางลักษณ วิรัชชัย. (2546). แนวทางการให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวณี ตรีพุทธรัตน์. (2547). ปัจจัยองค์การที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพในการนำหลักสูตร การศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ไปใช้ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ฐานภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุสิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy to Action*. Boston : Harvard Business School Press.
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. (1973). *Organization and Management*. 4<sup>th</sup> ed. New York : McGraw-Hill Book.
- Owens, J. (2001). *Organizational Behavior in Education: Instructional Leadership and School Reform* (7<sup>th</sup> ed). Boston : Allyn & Bacon.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* 2<sup>nd</sup> edition. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- Schumacher, R.E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling: SEM*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Steers, R. M. (1973). *Organizational Effectiveness: A Behavioral View*. San Marino : Good Year Publishing Company Inc.
- Steers, R. M. (1991). *Introduction to Organization Behavior*. New York : Harper Collin Publishers Inc.