

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี
Knowledge innovation and potential of entrepreneurs One Tambon One
Product in the province of Suphanburi

ทศพล ปรีชาศิลป์¹

¹ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี
ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130 โทรศัพท์ 0816334645 E-mail: tosapon_pr@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่มธุรกิจ OTOP ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 140 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน F-test (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า และประสบการณ์การทำงาน 5 – 10 ปี และธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอและเครื่องจักสานทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 10,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-7 ปี จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 20 คน และรายได้สุทธิต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท

ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มให้ความสำคัญกับความคิดของลูกค้าในการออกแบบสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ เช่น กลุ่มให้ความสำคัญของการนำวิธีการใหม่มาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ เช่น กลุ่มมีนโยบายในการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นคุณภาพองค์กร

ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ เช่น กลุ่มสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงตามต้องการของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น กลุ่มเชื่อมั่นและยึดถือการมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยส่วนรวม ภาพลักษณ์องค์กรของกลุ่ม ได้รับการยอมรับจากสังคมว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยิ่งและด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ เช่น กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดข้อมูลในการดำเนินงานให้พนักงานได้รู้ เพื่อพนักงานมีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการ

ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้าน

ความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการและด้านศักยภาพทางการเงินแตกต่างกัน ($p < 0.05$)

คำสำคัญ: นวัตกรรม, ศักยภาพ, หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Abstract

This study aimed to examine Knowledge innovation and potential of entrepreneurs One Tambon One Product in the province of Suphanburi by using a questionnaire for collecting data from OTOP business group chairpersons in Suphanburi and interviewing with the sample of 140 chairpersons. The statistics used for analyzing the collected data were percentage, means, standard deviation, and F-test (ANOVA).

The results of the study revealed that most of the OTOP business entrepreneurs were female, aged 30-40 years, were married, completed lower-secondary education or lower, and had 5-10 years of work experience. Most of the OTOP business was the business type of clothing, textile, and basketry. The beginning funds were less than 10,000 baht. Business performance periods were 5-7 years. The number of clerks was smaller than 20; and net monthly incomes were less than 15,000 baht.

The business entrepreneurs agreed with having innovative capability as a whole and in each of all these aspects at a high level: innovative capability such as the groups gave the importance to customer, ideas in goods designs or products; service innovative such as the groups gave the importance of implementing new techniques in services to customers; and in process innovative such as the groups had organizational quality-oriented management policy.

The business entrepreneurs agreed with having competitive potentials as a whole and in each of all these aspects at high level : quality of products and

service such as the groups could provide quality services for customers and which met the customer, needs; enterprise image and responsibility such as the groups were confident in and upheld having responsibility for the society, as a whole the organizational image of the groups were accepted by the society that the organization had excellent image ; and potentials in capacity to cultivate talent such as the groups promoted and supported to have transference of data concerning work performance to clerks so that the clerks would understand the purposes and goals of the business.

The business entrepreneurs with different types of business agreed differently with having innovative capability as a whole in these aspects: service innovative, process innovative and management innovative. The business entrepreneurs with different types of business agreed differently with having competitive potentials as a whole in these aspects: organizational image and responsibility, potentials in capacity to cultivate talent, and financial potentials ($P < .05$).

Keywords: Innovation, potential of entrepreneurs, OTOP

1. บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขึ้นเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลได้ช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย หรือ อินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและเพิ่มมูลค่าเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของชุมชน โดยการเป็นศูนย์พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่และแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงแสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคกลาง และการวิจัยพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าระดับ 5 ดาว เพื่อไปสู่

วิสาหกิจชุมชน และพัฒนา SMEs ตลอดจนการพัฒนา ระบบการตลาดให้สินค้าสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนระดับรากหญ้า และนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามแนวนโยบายของรัฐบาล

จังหวัดสุพรรณบุรีมีการดำเนินธุรกิจชุมชนเป็นจำนวนมาก แต่ยังมีธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับ 5 ดาวจำนวนน้อย จังหวัดสุพรรณบุรีโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด จำเป็นต้องเร่งพัฒนาธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพ ในด้านการแข่งขัน สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงคือ ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของธุรกิจ ควรมีการศึกษาระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพของธุรกิจ และนำไปสู่ศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสุพรรณบุรี

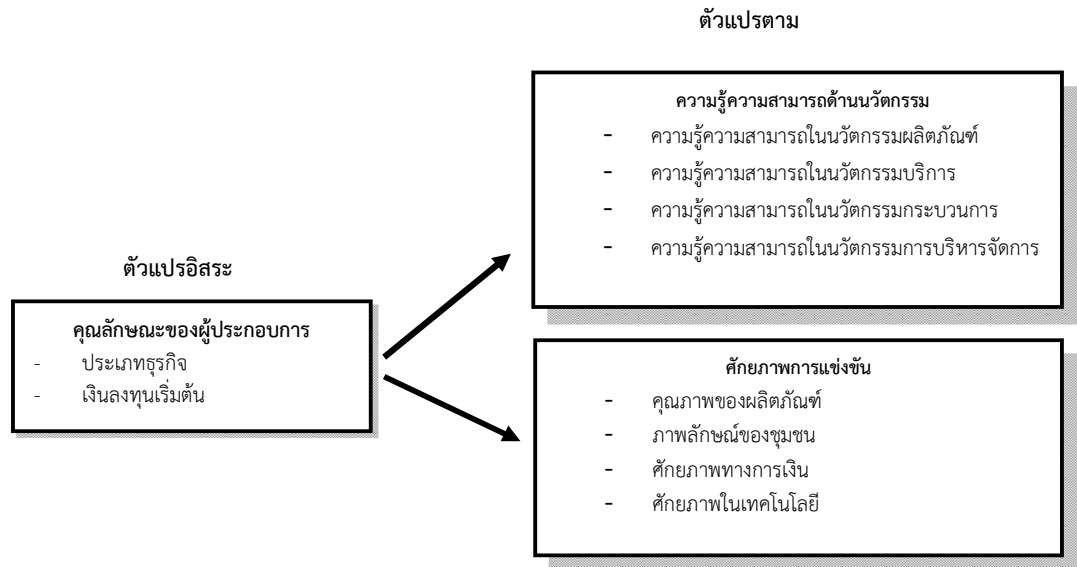
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี

3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีประเภทธุรกิจ เงินทุนเริ่มต้น แตกต่างกัน

4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีประเภทธุรกิจ เงินทุนเริ่มต้น แตกต่างกัน

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยสังเคราะห์แนวคิด ของ Hatten[1] และ อนิรุทธ์ [2] พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อศักยภาพของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินงาน

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนกลุ่มธุรกิจ OTOP ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 184 คน [3]

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนกลุ่มธุรกิจ OTOP ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 126 คน โดยเปิดตารางของทาโร ยามานะ Taro Yamane [4] แต่เพื่อให้งานวิจัยได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 140 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกกลุ่มธุรกิจ OTOP ออกตามประเภทของธุรกิจ แล้วจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชาชนกลุ่มธุรกิจ OTOP ตามสัดส่วน จากนั้นจึงสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการจับสลาก

4.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามความวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) , ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) , ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดย ศึกษา นิยาม ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ความหมาย และ ขอบข่ายของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและศักยภาพการแข่งขัน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3

ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย (Content Validity) แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างเนื้อหา กับแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสอบถามที่พัฒนาไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนกลุ่มธุรกิจ OTOP ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวมอยู่ที่ 0.8212

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมครั้งนี้อย่างต่อเนื่องและวิธีการ โดย ดำเนินการจัดเตรียมแบบสัมภาษณ์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีและประชาชนกลุ่มธุรกิจ OTOP ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ทำการรวบรวมแบบสอบถาม จำนวน 140 ฉบับ และได้ฉบับที่สมบูรณ์ จำนวน 123 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87.8 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha- Coefficient Method) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน F – test (ANOVA)

5. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3.86	0.52	มาก
2. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ	3.84	0.50	มาก
3. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ	3.78	0.60	มาก
4. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมการบริหารจัดการ	4.15	0.49	มาก
โดยรวม	3.91	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับระดับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมการบริหารจัดการ ($\bar{x}$ = 4.15) รองลงมาคือ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 3.86)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

ศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ	4.02	0.63	มาก
2. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อ	4.01	0.52	มาก
3. ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ	3.96	0.54	มาก
4. ด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี	3.53	0.74	มาก
5. ด้านศักยภาพทางการเงิน	4.06	0.73	มาก
โดยรวม	3.92	0.42	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านศักยภาพทางการเงิน ($\bar{x}$ = 4.06) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ($\bar{x}$ = 4.02)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม	แหล่งของความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	1.904 54.722	0.476 0.275	1.731	0.145
2. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	3.066 48.002	0.767 0.241	3.178	0.015*
3. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	3.784 71.392	0.946 0.359	2.637	0.035*
4. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	2.794 47.814	0.699 0.240	2.907	0.023*
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	2.697 40.726	0.674 0.205	3.294	0.012*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถ ด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมและ เป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีเงินทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน

ความรู้ความสามารถ ด้านนวัตกรรม	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	3.511 53.115	1.170 0.266	4.407	0.005*
2. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	2.286 48.782	0.762 0.244	3.124	0.027*
3. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	4.579 70.597	1.526 0.353	4.324	0.006*
4. ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	4.639 45.969	1.546 0.230	6.727	0.000*
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	3.262 40.162	1.087 0.201	5.141	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถ ด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน

ศักยภาพการแข่งขัน	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านคุณภาพของสินค้า และบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	2.736 78.363	0.684 0.394	1.737	0.143
2. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	5.110 51.276	1.277 0.258	4.958	0.001*
3. ด้านศักยภาพในการ สนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	5.408 55.930	1.352 0.281	4.810	0.001*
4. ด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูล ข่าวสารด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	2.157 109.070	0.539 0.548	0.984	0.417
5. ด้านศักยภาพทางการเงิน	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	5.815 103.669	1.454 0.521	2.790	0.028*
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 199	2.234 35.290	0.558 0.177	3.149	0.015*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อ ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ และด้านศักยภาพทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับศักยภาพการแข่งขัน ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการและด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นแตกต่างกัน

ศักยภาพการแข่งขัน	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	10.685 70.414	3.562 0.352	10.117	0.000*
2. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	2.722 53.663	0.907 0.268	3.382	0.019
3. ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	5.728 55.610	1.909 0.278	6.867	0.000*
4. ด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	8.587 102.640	2.862 0.531	5.577	0.001*
5. ด้านศักยภาพทางการเงิน	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	2.661 106.882	0.887 0.534	1.661	0.177
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	3 200	5.045 32.479	1.682 0.162	10.356	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบ ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการและด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับศักยภาพการแข่งขัน ด้านศักยภาพทางการเงินไม่แตกต่างกัน

6. การอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมจัดการ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันกระบวนการทางธุรกิจมีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหรืออุตสาหกรรมได้นำกระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อปรับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความพยายามอย่างยิ่งที่ปรับกระบวนการผลิต การวางแผน และการปรับกระบวนการด้านการตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม[5] กล่าวว่า นวัตกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดในอนาคตที่จะทำให้กิจการสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรืออาจกล่าวได้ว่าองค์กรต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมและการดำเนินงานที่สร้างสรรค์ เช่น การออกแบบสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ วิธีการตลาดแบบใหม่ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น และเพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจ

ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพทางการเงินโดยรวม ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบ ด้าน

ศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ ด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี และด้านศักยภาพทางการเงิน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากศักยภาพในการแข่งขัน นั้น สามารถสะท้อนภาพของกิจกรรมการดำเนินงานหรือผลดำเนินงานของธุรกิจได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Waheedduzzman และ Ryans [6] กล่าวว่า แนวคิดเรื่องศักยภาพการแข่งขันเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวินัยที่แตกต่างกัน เช่น การเปรียบเทียบเรื่องข้อได้เปรียบต่าง ๆ หรือมิติด้านศักยภาพการแข่งขันด้านราคา มิติด้านกลยุทธ์และการบริการ และมีมิติด้านภูมิหลังและสังคม โดยศักยภาพในการแข่งขันจะมีการจัดการได้อย่างอิสระ ไม่อิสระ หรือจำเป็นต้องมีตัวกลางในการจัดการซึ่งขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคนที่จะมองในลักษณะเช่นไร ดังนั้น ศักยภาพทางการเงินจึงมีความจำเป็นต่อการดำรงธุรกิจมาก

ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน เนื่องจากธุรกิจแต่ละประเภทมีกิจกรรมการดำเนินงานที่ต่างหากกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการให้บริการสิ่งใหม่ ๆ ที่ต่างจากเดิมหรือการบริการเหนือคู่แข่ง ความสามารถคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการที่ความชัดเจน และมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ

เข้ามาใช้ในการทำธุรกิจ หรือแม้กระทั่งการทำงานเป็นทีม การใช้กลุ่มคุณภาพงาน สอดคล้องกับแนวคิดของเอมอร์ กฤษณะรังสรรค์ [7] กล่าวว่า การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หรือแบบทีมเป็นสิ่งจำเป็น เมื่อมีกลุ่มย่อมมีการพูด การฟัง การคิด และการปฏิบัติจึงเกิดการประชุมระดมสมองทำงานเป็นทีม แนวคิดนี้ทำให้เชื่อว่า การทำงานเป็นทีมก่อให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อการเรียนรู้ก่อให้เกิดนวัตกรรม ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นผลมาจากการเรียนรู้ด้วยการทำงานเป็นทีม

ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน เนื่องจากธุรกิจมีการลงทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน จึงทำให้ธุรกิจมีองค์การระดับแผนกงานและระดับบุคคลมีนวัตกรรมที่ต่างกัน นวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีต้องสร้างให้เกิดขึ้นในองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของพงษ์ ภาวิจิตร [8] กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการแข่งขันนำมาซึ่งคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ประสิทธิภาพของนวัตกรรมสามารถเพิ่มราคาได้ พลังแห่งสติปัญญาหรือภูมิปัญญานำมาซึ่งคุณค่าเพิ่ม ราคาเพิ่ม โดยเป็นเรื่องที่สัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายลดลง เพิ่มราคาให้สูงขึ้น และสร้างคุณค่าเหนือราคา

ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อ ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ ด้านศักยภาพทางการเงินแตกต่างกัน เนื่องจากกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการของประเภทของธุรกิจมีโครงสร้างองค์การ การดำเนินงานและกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น ธุรกิจแต่ละประเภทจึงมีศักยภาพทางการแข่งขันแตกต่างกัน จึงทำให้มีการมุ่งเน้นเพื่อการอยู่รอดและแสวงหาความสามารถพิเศษ กลยุทธ์ที่รวดเร็วกว่า รูปแบบวิธีการแปลกใหม่พัฒนาความได้เปรียบและศักยภาพการแข่งขัน เพิ่มทักษะ ความรู้ความสามารถ และเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับองค์กร นำประโยชน์จากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และประเภทธุรกิจต่าง ๆ ยังเป็นแรงจูงใจให้เกิดความสนใจในการเข้าร่วมลงทุน เกื้อหนุนกันในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต เทคโนโลยี การเงิน และบุคลากร ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ เสน่ห์ จัญไร [9] กล่าวว่า การแข่งขันโดยใช้ศักยภาพส่งเสริมกิจการและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงภาพลักษณ์ของกิจการให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องกิจการได้รับการยอมรับจากสังคมและองค์กรภายนอกกว่าเป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์และเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศ กิจการเชื่อมั่นถึงการมีกระบวนการรับสมัครงานที่ดีจะทำให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพ นอกจากนี้กิจการยังมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และมีการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเหล่านั้นไว้กิจการมีความสามารถอย่างยิ่งในการรักษาระดับของต้นทุนในการดำเนินงานของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเงินทุนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้าน

คุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบต่อ ด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ และด้านศักยภาพทางการเงินแตกต่างกัน เนื่องจากธุรกิจที่มีการลงทุนจดทะเบียนด้วยจำนวนเงินที่แตกต่างกัน มีผลกับความสามารถของกิจการในด้านต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพในการผลิต เครือข่ายทางธุรกิจ รวมถึงแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวชี้วัดและช่วยเหลือในการจัดการและปรับปรุง ซึ่งต้องใช้ความชำนาญจึงจะสามารถสร้างคุณค่าคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร นอกจากนี้ ธุรกิจต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถของศักยภาพการแข่งขันอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผุสดี พลสารมย์ [10] ความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจส่งออกของประเทศไทยที่เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมทางการตลาดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ควรดำเนินการพร้อมกับการสร้างตราหือ การพัฒนากระบวนการดำเนินงานใหม่ต้องให้ความสำคัญกับการใช้ระบบสารสนเทศและการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ การแสวงหาตลาดใหม่ควรมุ่งตลาดเฉพาะ (Niche Market) การนำกลยุทธ์ของนวัตกรรมมาใช้ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย นอกจากนี้การมีวิสัยทัศน์ความรู้ทางด้านการตลาดระหว่างประเทศและการมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทส่งออก ถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดของประเทศไทย ดังนั้น ศักยภาพการแข่งขันในเรื่องการลงทุนจึงจำเป็นและมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี คำนึงถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมากขึ้น เพื่อให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้า

7.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ควรส่งเสริมให้บุคลากรภายในกลุ่ม คำนึงถึงความสำคัญของนวัตกรรมด้านต่าง ๆ โดยจัดให้มีการอบรมหรือกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่และนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน

7.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ควรนำนวัตกรรมด้านต่าง ๆ มาใช้เพื่อพัฒนา ส่งเสริม ภาพลักษณ์ และความรับผิดชอบต่อกลุ่ม เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น

7.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ควรส่งเสริมให้บุคลากรภายในกลุ่ม จัดทำข้อมูลของผลิตภัณฑ์และลูกค้า เพื่อใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกระบวนการและการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อให้เป็นมาตรฐานที่ถูกต้องและผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในคุณค่าของสินค้าและบริการ

7.5 ผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรนำความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมและศักยภาพการแข่งขันไปใช้ในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] Hatten,Thimothy S. (2011, Jun. 5)“Small Business Administration”. [Online] Available : <http://www.narinukul.ac.th/wipa/wipa3.htm>
- [2] อนิรุทธ์ ผงคลี. 2551. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพทางการตลาดกับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [3] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี. 2553. ทำเนียบผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.สุพรรณบุรี:สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี.
- [4] อีรวุฒิ เอกะกุล. 2550 . ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.กรุงเทพฯ : วิทยาออฟเซตการพิมพ์.
- [5] สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการผลิต. (5 มกราคม 2554). [ระบบออนไลน์]<<http://www.oie.go.th>>
- [6] Waheedduzzman, A.N.M. and JJ. Ryans.(2007) “Definition, Perspective and Understanding of International Competitiveness : A Quest for A Common Ground,” Competitive Review.6(2).
- [7] เอมอร ฤกษ์รังสรรค์. 2552. รูปแบบการคิดและรูปแบบการเรียนรู้. กรุงเทพฯ:
- [8] พงษ์ ภาวิจิตร. 2552.นวัตกรรมทางธุรกิจ ยุทธวิธีสู่ความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง.กรุงเทพฯ:ดำรงชัยการพิมพ์.
- [9] เสน่ห์ จัยโต. 2551.การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่.นนทบุรี :สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [10] ผุสดี พลสารมัย. 2549. การศึกษาปัญหาและสร้างความได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของการส่งออกไทย.