

**การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี**
**The product development of One Tumbon One Product (OTOP)
under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi.**

ศราวุธ พจนศิลป์¹
Sarawut Pojjanasin¹

¹ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
¹ Master of Political Science, Stamford International University

บทคัดย่อ

Received: October 16, 2018

Revised: January 2, 2019

Accepted: January 24, 2018

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี (2) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี (3) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 จากทั้งหมด 8 อำเภอ จำนวน 122 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (2) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนของภาครัฐ และนวัตกรรม (3) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ - ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี พิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ - ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP), นโยบายประเทศไทย 4.0

Abstract

This research aimed to study (1) level of product development of One tumbon one product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi (2) level factors of product development of One tumbon one product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi (3) factors of product development causal relationships with product development of One tumbon one product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi. The samples were consisted of 122 Tambon OTOP Operators (OTOP) from 8 districts in Phetchaburi province. Descriptive Statistics were percentage, mean, S.D. Inferential Statistics were chi-square test and multiple regression analysis.

The results of the research could be conclude that; (1) there was at high level on the product development of One Tumbon One Product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi. The rage over the product development of One Tumbon One Product (OTOP) were new OTOP product development, product standards development, packaging development, and product processing development. (3) there was at high level on factors of product development of One tumbon one product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi. The rage over factors of product were creative, technology, government support and innovation (3) factors of product were in causal relationships with product development of One tumbon one product (OTOP) under the policy of Thailand 4.0, Phetchaburi at 0.001 level of significant. These factors of product could be innovative, technology, creative and government support.

Keywords : Product development, One Tumbon One Product (OTOP), Thailand 4.0 policy

ความสำคัญและปัญหา

การสนับสนุน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นหนึ่งในปัจจัยการขับเคลื่อนหลักตามแผนการดำเนินงานของกรมการพัฒนาชุมชน ในปี 2560 และก็นับเป็นปีแรกของการดำเนินงานภายใต้ แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ.2560 – 2564 ที่สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาประเทศในระยะยาว และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 รวมถึงนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย และที่สำคัญคือนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” หรือ “ไทยแลนด์ 4.0” ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเพื่อจัดงานแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นสื่อกลาง ระหว่างผู้ประกอบการ OTOP จากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ได้นำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ของใช้ ของที่ระลึก เสื้อผ้า เครื่องประดับ และสมุนไพรไทย ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากเมืองไปสู่ชนบทได้โดยตรง และยังเป็นกำลังเสริมอนุรักษ์ไว้ซึ่งผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทย ให้คงอยู่กับประเทศไทยสืบไป (คม ชัด ลึก. ข่าวเศรษฐกิจ. 2560, น.1)

จากนโยบายดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการดำเนินการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างหรือใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ จนทำให้เกิดการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงบริการ และการตลาด เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และความไม่สมดุล ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน แต่เนื่องจากการความไม่พร้อมของผู้ผลิตผู้ประกอบการ วัตถุดิบ องค์ความรู้ และขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการต่อยอด หรือขาดทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และความรู้ในด้านบัญชี การตลาด และความคิดสร้างสรรค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการเข้าถึงองค์ความรู้ รวมทั้งเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ อีกทั้งการสืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นของทายาทผู้ประกอบการหรือคนรุ่นใหม่ ไม่มีความต่อเนื่องและพัฒนาได้ตามที่ต้องการ (พิชัย เหลียวเรืองรัตน์, 2550, น.52) ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดเพชรบุรีที่กำลังเป็นอยู่ในขณะนี้ จากการประชุมของ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี ที่ได้ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) จังหวัดเพชรบุรี ผลการประชุมพบว่า ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นจำนวนมาก แต่กลับพบว่าผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ยังไม่เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มการตลาดมากเท่าที่ควร และมีผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หลายรายที่ยกเลิกกิจการไป เนื่องจากปัญหาภายในจากการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เอง และปัญหาจากการบริหารจัดการของทางหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนหรือไม่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทำให้ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หลายรายไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรหรือยกเลิกกิจการไป (รายงานการประชุมครั้งที่ 1, 2558)

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าว จะเห็นได้ว่า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดเพชรบุรีควร มีปรับปรุงการพัฒนาภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนนโยบายและนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ผู้ประกอบการ และประชาชน ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวางเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้องค์กร ผู้ประกอบการ และประชาชนรับรู้ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ในฐานะผู้วิจัยซึ่งที่ เป็นนักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ผู้รับผิดชอบงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความสนใจศึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย

ไทย 4.0 ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี เพื่อจะได้พัฒนาและปรับปรุงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ได้แก่ (1) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT ใหม่ (3) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และ 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 สามารถตอบสนองความต้องการขององค์กร ผู้ประกอบการ และประชาชนได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิง เหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผล กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยี
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนจากภาครัฐ
6. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0
7. แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) นวัตกรรม มาจากทฤษฎีของ โจเซฟ ชัมปีเตอร์ (Joseph Schumpeter, 1934) 2) เทคโนโลยี มาจากทฤษฎีของ เลย์ตัน (Layton, 1994, p.33 – 35) 3) ความคิดสร้างสรรค์ มาจากทฤษฎีของ เดวิส (Davis, 1973) 4) การสนับสนุนของภาครัฐ มาจากแนวคิดของ กระทรวงมหาดไทย (2560)

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 1) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ 3) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และ 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาจากแนวคิดของ กรมการพัฒนาชุมชน (2560)

ขอบเขตการวิจัย

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 397 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Samuel B.Green (1991,p.109–110) ได้กลุ่มตัวอย่าง 122 คน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร เพื่อตัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากข้อมูลผู้ประกอบการทั้งหมดแยกตามอำเภอ เพื่อแบ่งตามสัดส่วนแต่ละอำเภอของผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี จาก 8 อำเภอ ได้แก่ 1) อำเภอเมืองเพชรบุรี 2) อำเภอท่ายาง 3) อำเภอบ้านลาด 4) อำเภอบ้านแหลม 5) อำเภอเขาย้อย 6) อำเภอชะอำ 7) อำเภอแก่งกระจาน และ 8) อำเภอหนองหญ้าปล้อง จำนวน 397 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้วิจัย เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) นวัตกรรม 2) เทคโนโลยี 3) ความคิดสร้างสรรค์ และ 4) การสนับสนุนของภาครัฐ จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิด มีการประเมินค่าแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert scale) กำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

ค่าคะแนน 5	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติมากที่สุด
ค่าคะแนน 4	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติมาก
ค่าคะแนน 3	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติปานกลาง
ค่าคะแนน 2	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติน้อย
ค่าคะแนน 1	หมายถึง	ระดับการปฏิบัติน้อยที่สุด

เกณฑ์สำหรับการแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยวิซิต อู๋อัน (2548 : 81) ได้กำหนดแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้สูตร คำนวณพิสัย (range) ดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการแปลผลดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	การปฏิบัติมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	การปฏิบัติมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	การปฏิบัติปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	การปฏิบัติน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	การปฏิบัติที่น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 1) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และ 4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 20 ข้อ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นการสอบถามระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิด มีการประเมินค่าแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert scale) กำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

ค่าคะแนน 5	หมายถึง	ระดับการพัฒนามากที่สุด
ค่าคะแนน 4	หมายถึง	ระดับการพัฒนามาก
ค่าคะแนน 3	หมายถึง	ระดับการพัฒนานปานกลาง
ค่าคะแนน 2	หมายถึง	ระดับการพัฒนาน้อย
ค่าคะแนน 1	หมายถึง	ระดับการพัฒนาน้อยที่สุด

เกณฑ์สำหรับการแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยวิจิต อ้วน (2548 : 81) ได้กำหนดแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้สูตร คำนวณพิสัย (range) ดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการแปลผลดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	การพัฒนามากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	การพัฒนามาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	การพัฒนานปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	การพัฒนาน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	การพัฒนาน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วยข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทำการตรวจสอบแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบพิจารณาความถูกต้อง ตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเชิงเนื้อหา รวมถึงภาษา และสำนวนที่ใช้ในแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแล้วนำมาปรับปรุง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน โดยนำผลของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกัน คำนวณหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of item Objective Congruence : IOC) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, น. 249)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 ท่าน

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

+ 1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิระบุข้อคำถาม (ประเด็นการสัมภาษณ์) นั้น “ใช้ได้” คือ เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิ “ปรับปรุง” ว่าข้อคำถามนั้นเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่

-1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิระบุข้อคำถามนั้น “ใช้ไม่ได้” คือไม่เหมาะสมและไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้ จากการคำนวณหาค่า IOC ครั้งนี้ ได้เท่ากับ 1.00

3. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Try – Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากรและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย โดยกลุ่มบุคคลที่ทดลองใช้แบบสอบถามครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี ที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามในภาพรวมทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.833 ดังนี้

สูตรการคำนวณค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

α = ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n = จำนวนข้อทั้งหมดในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามแต่ละข้อ

S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามทั้งฉบับ

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นครั้งสุดท้ายเพื่อตรวจสอบและแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำฉบับที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์แล้วมาลงเลขรหัส (Code)

2. นำแบบสอบถามที่เสร็จแล้ว มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณค่าทางสถิติและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบคำถามให้ตรงตามประเด็นที่ต้องการและวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียงและนำผลการวิเคราะห์มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูลและเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยแบ่งสถิติออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) และปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3. ส่วนข้อมูลแบบสอบถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถาม แล้วจึงทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท (Content Analysis Technique)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการพัฒนาอยู่ในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับดังนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.34) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.29) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.39) และการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.28)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.39) ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.37) การสนับสนุนของภาครัฐ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.37) และนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.32)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี				
	B	S.E.	สปส. Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	1.167	0.174	-	6.714***	0.000
1. นวัตกรรม	0.351	0.058	0.482	6.020***	0.000
2. เทคโนโลยี	0.267	0.050	0.440	5.372***	0.000
3. ความคิดสร้างสรรค์	0.511	0.035	0.804	14.789***	0.000
4. การสนับสนุนของภาครัฐ	0.391	0.045	0.623	8.731***	0.000

หมายเหตุ $R^2 = 0.621$

*** $P \leq 0.001$

$F = 196.574$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี โดยพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 61.80 – 62.10 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ความคิดสร้างสรรค์ ($\beta_{\text{ความคิดสร้างสรรค์}} = 0.804$, Sig. = 0.000) การสนับสนุนของภาครัฐ ($\beta_{\text{การสนับสนุนของภาครัฐ}} = 0.623$, Sig. = 0.000) นวัตกรรม ($\beta_{\text{นวัตกรรม}} = 0.482$, Sig. = 0.000) และเทคโนโลยี ($\beta_{\text{เทคโนโลยี}} = 0.440$, Sig. = 0.000) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.621 หมายความว่าปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรีร้อยละ 62.10

ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นขั้นตอนการพัฒนาที่ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งทางด้านนวัตกรรม ที่มีการปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงต่อยอด เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตนำนวัตกรรมสู่ตลาด ด้านเทคโนโลยี มีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และศาสตร์อื่น ๆ มาผสมผสานและประยุกต์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำเทคโนโลยีสำเร็จรูปมาส่งเสริมการขาย และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต และแก้ปัญหาหาผลิตภัณฑ์ ด้านความคิด

สร้างสรรค์ ที่มีความสามารถในการคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่จากเดิม โดยมีการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ไม่ซ้ำกับผู้อื่น สร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เปิดใจกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่ ๆ และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุน กำกับ ดูแลให้เกิดการพัฒนา การบริหารงานที่ดี สนับสนุนงบประมาณอย่างเต็มที่ และต่อเนื่อง เชื่อมโยงบูรณาการกับ SMEs และให้สถาบันการเงินเข้ามามีส่วนร่วม เน้นการส่งออกสินค้าให้ออกสู่ตลาดโลกให้มากขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์ รวมถึงสนับสนุนการสร้าง Outlet และตลาดประชา รัฐ เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ โจเซฟ ชัมปีเตอร์ (Joseph Schumpeter, 1934) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 4 ประเภท ('4Ps' of innovation) คือ (1) Product innovation : การเปลี่ยนแปลงใน "ผลิตภัณฑ์หรือบริการ" ขององค์กร (2) Process innovation การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด (3) Position innovation : การเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้รับรู้ใหม่ (4) Paradigm innovation : การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์นวัตกรรมองค์กรให้เปลี่ยนแปลงกรอบความคิด (Change in Mental Model) สอดคล้องกับแนวคิดของ เลย์ตัน (Layton, 1994, p.33 – 35) อธิบายลักษณะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามแนวคิดวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสังคม ดังนี้ เรียนรู้วิทยาศาสตร์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตของ ตนเองในโลกที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์เพื่อจัดการกับปัญหาด้าน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้ สามารถนำความรู้ไปแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างชาญฉลาด และจัดประสบการณ์และทักษะความชำนาญ เพื่อสามารถ ตัดสินใจเลือกอาชีพด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ เดวิส (Davis, 1973) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความ คิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใจสำนึก ระหว่างแรงขับทางเพศ (Libido) กับความรู้สึกรับผิดชอบทางสังคม (Social conscience) (2) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการเสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ (3) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม คิดว่าความคิดสร้างสรรค์เป็น สิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้คือผู้ที่มีสัญชาตญาณ คือรู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตนมนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่และมีการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่ (4) ทฤษฎีอูต้า (AUTA) ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ กระทรวงมหาดไทย (2560) เป็นนโยบายที่สำคัญนโยบายหนึ่งที่รัฐบาล มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับพี่น้องในชนบท ภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาผสมผสานกับภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษสืบทอดให้กับลูกหลาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น จุดเด่น และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ตั้งแต่ด้านความรู้สมัยใหม่ เทคนิคการผลิต การใช้บรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญมัย เจียรกุล (2557, น.172) วิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ผลการการวิจัยพบว่า ด้านเทคโนโลยี และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ OTOP ต้องพร้อมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ในกระบวนการผลิต พร้อมลงทุนในเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตและช่วยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ทันตามความต้องการของตลาด

โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีใช้อาหาร ผู้ประกอบการต้องยกระดับความรู้ความสามารถของแรงงานในการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น อีกทั้งในอนาคตแรงงานมีทักษะอาจมีไม่เพียงพอ จึงมีแนวโน้มที่ต้องใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาทดแทนแรงงานคนบางส่วนด้วย และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐสำหรับในส่วนของรัฐนั้น มีหลายหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมฤทธิ์ จำรงค์ (2557, น.64) วิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมบริหารจัดการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติกาล ก้อนแปง (2556, น.9) วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจคงทนของนักศึกษา ปวช.3/4 แผนกวิชาการท่องเที่ยว ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบซินเนคติคัล (Synetics Instruction Model) ในรายวิชาการโรงแรมภายหลังจากการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการ ซินเนคติคัล ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ต่างจากก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี มีการพัฒนากระบวนการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ มีการวางแผน อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ ผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปในทางที่ดีกว่าเก่า ซึ่งประกอบด้วยหลักสำคัญ 4 ประการ คือ การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ กรมการพัฒนาชุมชน (2560) กล่าวถึงหลักเกณฑ์และแนวทางการใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP ไว้ว่า ความเป็นมาตามที่ กระทรวงมหาดไทยได้มอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชนดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับประชาชน ด้วยการสนับสนุน ส่งเสริม ให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีศักยภาพทางการผลิต การบริหารจัดการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน โดยกำหนดให้มีการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีศักยภาพทางการตลาดสูงชันนั้น ประกอบด้วย (1) การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตสดที่มีในท้องถิ่นแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและไม ใช้อาหารจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา สร้างมูลค่าเพิ่ม ได้เป็นอย่างดี โดยกรมส่งเสริมการเกษตร ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้การดูแลการบริหารจัดการกลุ่ม ประสานงานด้านถ่ายทอดความรู้ วิชาการ การพัฒนาต่าง ๆ (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ เป็นการพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา ทุกคนในองค์กรสามารถมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เนื่องจากทุกคนมีความสามารถในด้านความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในตัว (3) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือการบรรจุและคุ้มครองป้องกัน บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ อำนวยความสะดวก ดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ (4) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีแนวทางการดำเนินงานกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดย มสอ. จะให้การรับรองด้วยการอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และตรวจติดตามผลโดยมีการเก็บตัวอย่างมาทดสอบ สำหรับค่าใช้จ่ายในการทดสอบตัวอย่างทางโครงการจะให้การสนับสนุนทั้งหมด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุปรานี ระวังดี และคณะ (2558, น.71) วิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ในจังหวัดยโสธร ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของคณะกรรมการต่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร จังหวัดยโสธร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรีรินทร์ ชันดีวิณะกุล

(2558, น.77) วิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีตราสินค้า มีนโยบายการสั่งซื้อและสำรองวัตถุดิบ มีวิธีการจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานโดยนำไปแปรรูปเป็นสินค้าอื่น มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยการสุ่มตรวจสินค้าเป็นบางชิ้น และตรวจทุกครั้งที่เกิดผลผลิต แต่ไม่มีการกำหนดจำนวนการผลิต สินค้าของกลุ่มร่วมกัน ไม่มีการใช้เทคโนโลยี หรือเครื่องจักรในการผลิต สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นพวรรณ ชิวอารี (2555, น.91) วิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่แปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ใหม่แปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ด้านการบรรจุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและพบว่า บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยปกป้องรักษาผลิตภัณฑ์เมื่อได้รับแรงกระแทกจากการขนส่งบรรจุได้ง่ายและจัดเรียงได้เป็นระเบียบนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวที่มีลักษณะเดียวกัน อีกทั้ง

ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี พิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และด้านการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นขั้นตอนการพัฒนาที่ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โจเซฟ ชัมปีเตอร์ (Joseph Schumpeter, 1934) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 4 ประเภท ('4Ps' of innovation) คือ (1) Product innovation : การเปลี่ยนแปลงใน “ผลิตภัณฑ์หรือบริการ” ขององค์กร (2) Process innovation การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด (3) Position innovation : การเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้รับรู้ใหม่ (4) Paradigm innovation : การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศนวัตกรรมการให้เปลี่ยนแปลงกรอบความคิด (Change in Mental Model) สอดคล้องกับแนวคิดของ เลย์ตัน (Layton, 1994, p.33 – 35) อธิบายลักษณะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามแนวคิดวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสังคม ดังนี้ เรียนรู้วิทยาศาสตร์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองในโลกที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์เพื่อจัดการกับปัญหาด้าน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้ สามารถนำความรู้ไปแก้ปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างชาญฉลาด และจัดประสบการณ์และทักษะ ความชำนาญ เพื่อสามารถ ตัดสินใจเลือกอาชีพด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ เดวิส (Davis, 1973) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 4 กลุ่ม คือ (1) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับทางเพศ (Libido) กับความรู้สึกผิดชอบทางสังคม (Social conscience) (2) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการเสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ (3) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม คิดว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้คือผู้ที่มีศักยภาพแห่งตน คือรู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตนมนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่และมีการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่ (4) ทฤษฎีอูต้า (AUTA) ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์นั้น

มีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของ กระทรวงมหาดไทย (2560) เป็นนโยบายที่สำคัญนโยบายหนึ่งที่รัฐบาล มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับพี่น้องในชนบท ภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาผสมผสานกับภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษสืบทอดให้กับลูกหลาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น จุดเด่น และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ตั้งแต่ด้านความรู้สมัยใหม่ เทคนิคการผลิต การใช้บรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยมัย เจียรกุล (2557, น. 172) วิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ผลการการวิจัยพบว่า เทคโนโลยี และการสนับสนุนจากภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัมฤทธิ์ จำนงค์ (2557, น. 64) วิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการการวิจัยพบว่า นวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติกาล ก้อนแปง (2556, น. 9) วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจคงทนของนักศึกษา ปวช.3/4 แผนกวิชาการท่องเที่ยว ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบซินเนคติคัล (Synetics Instruction Model) ในรายวิชาการโรงแรมหลังจากการจัดการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการ ซินเนคติคัล ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้แบบซินเนคติคัล (Synetics Instruction Model) มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาผลการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจคงทนของนักศึกษา ปวช.3/4 แผนกวิชาการท่องเที่ยว ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบซินเนคติคัล (Synetics Instruction Model) ในรายวิชาการโรงแรมหลังจากการจัดการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการซินเนคติคัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยได้ค้นพบประเด็นและปัญหาต่าง ๆ ที่น่าสนใจและนำมาสู่การวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ต้นนโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จัดประชุมชี้แจงเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ต้นนโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี ให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี
2. ให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ต้นนโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ
3. ประชาสัมพันธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ต้นนโยบายประเทศไทย 4.0 ให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2560 ของจังหวัดเพชรบุรี ได้รับทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

1. ด้านการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมให้นำผลผลิตในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ แล้วจัดการคุณภาพการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาแปรรูปผลิตภัณฑ์ ควรถ่ายทอดความรู้วิชาการ

เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการประสานงานทางด้านการตลาดเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปแล้ว

2. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ ควรนำวัตถุดิบที่เหลือมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต แล้วออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ตลอดจนพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ และมีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผลิตภัณฑ์

3. ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ควรพัฒนาหีบห่อของผลิตภัณฑ์ ให้รูปทรงเด่นชัด หาได้ง่าย และสามารถช่วยในการเก็บรักษาป้องกันการเน่าเสีย เอื้ออำนวยในความสะดวกต่อการขนส่ง ดึงดูดความสนใจผู้บริโภค ตลอดจนการบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

4. ด้านการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ควรมีข้อกำหนดด้านคุณภาพที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่เชื่อถือ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเป็นสินค้ามีคุณภาพมีศักยภาพในการส่งออก เป็นที่ยอมรับระดับประเทศสามารถพัฒนาสู่สากล ตลอดจนได้รับการคัดเลือก จากคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ เป็นสินค้าที่นำมาตราฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมาพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

2. ควรทำการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ในทุกจังหวัด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี เช่น ภาวะผู้นำ ความรู้ความเข้าใจ การบูรณาการ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). *การยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP สู่อุตสาหกรรม*. สืบค้น 12 ตุลาคม 2560, จาก <http://cddcenter.cdd.go.th>.

กระทรวงมหาดไทย. (2560). *ส่วนพัฒนายุทธศาสตร์สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์*. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย. คม ชัด ลึก. ข่าวเศรษฐกิจ.(2560). *พช. สนองนโยบายโอท็อปสร้างชาติ*. สืบค้น 15 ตุลาคม 2560,

จาก <http://www.komchadluek.net/news/economic/265231>

ฉันทย์มัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP. *วารสารนักบริหาร Executive Journal*, 34(1), 177-191.

นพวรรณ ชิวอารี. (2555). *การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่แปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ใหม่แปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิชัย เหลี้ยวเรืองรัตน์ (2550). *การพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องของผู้ประกอบการในชุมชนเพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน* (รายงานวิจัย). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.

- รัตติกาล ก้อนแปง. (2556). *การพัฒนาผลการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และความเข้าใจของตนเองของนักศึกษา ปวช. 3/4 แผนกวิชาการท่องเที่ยว ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบซินเนคติกส์ (Synetics Instruction Model) ในรายวิชาการโรงแรมภายหลังจากการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการซินเนคติกส์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.*
- รายงานการประชุม. (2558). *การประชุมเชิงปฏิบัติการผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ครั้งที่ 1. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดเพชรบุรี.*
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.*
- ศรินทร์ ชันดีวัฒนกุล. (2558). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.*
- สัมฤทธิ์ จำนงค์. (2557). *ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- Davis, G. A. (1973). *The school wide enrichment model: Developing creative andproductive giftedness. In Canlangelo, N., and Davis, G. A. Handbook of GiftedEducation 184–203. United State of American: Pearson Education.*
- Greenl,G.B. (1991). How Many Subjects Dose It Take to Do a Regression Analysis? *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 109–110. Retrieved March 18, 2018, from http://research.kbu.ac.th/home/journal/pdf/journal_v15_no1.pdf
- Layton. (1994). *Research in education* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Schumpeter J. (1934). *The Theory of Economic*. New York Cambridge : Harvard University Press.