

# การบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการ

## การผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### The Manufacturing Personnel Management of OTOP

#### Entrepreneurs in Ayutthaya

สุชาติ ภูริรัตน์<sup>1</sup>, สุภา ใถ้บ้านกาย<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งสิ้น 589 คน โดยมีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน โดยวัดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยคำนวณจากประชากรวิจัยทั้งสิ้น 589 คน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง คือ 238 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 402 คน ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คิดเป็นร้อยละ 168.9 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 402 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 ช่วงอายุ 36-46 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ระดับการศึกษาปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 และประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนใหญ่ ประสบการณ์ 5-10 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 และประสบการณ์ 11-20 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 เท่ากัน โดยพบว่า (1) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านบุคลากร ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการวางแผนการ ( $\bar{x} = 4.41$ ) ด้านการประสานงาน ( $\bar{x} = 4.13$ ) ด้านการสั่งการ ( $\bar{x} = 4.12$ ) ด้านการควบคุม ( $\bar{x} = 4.05$ ) และด้านการจัดการองค์กร ( $\bar{x} = 4.03$ ) ตามลำดับ และ (2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การบริหารจัดการด้านการผลิต ได้แก่การวางแผน

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ (Visionary Leaders)

มหาวิทยาลัย ผู้รับคิชอบบทความ

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาคณคควิอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การจัดการองค์กร การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม กล่าวคือการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการโอท็อป, ผลิตภัณฑ์โอท็อป, การบริหารงานบุคลากร, การผลิต

## ABSTRACT

The independent study on The manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya. The purposes of this study were 1.) To study the level of opinion about the manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya and 2.) To study the relation between individual factors of the manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya. The sample population consisted of 402 people. The statistics used to analyze were descriptive statistics which were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and Chi-Square test.

The results of the study have found that most of the respondents were female consisted of 228 people, which were 56.7%, the 36-46-year-old people consisted of 159 people, which were 39.6, people with a high vocational certificate or diploma consisted of 157 people, which were 39.1%, people with 5-10 years of work experiences consisted of 145 people, which were 36.1%, and people with 11-20 years of work experiences also consisted of 145 people which were 36.1% and found that (1) the level of opinion about the manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya in overall was at a high level ( $\bar{X} = 4.15$ ). When considered in each aspect, it was found that every aspect was also at a high level which was: planning ( $\bar{X} = 4.41$ ), coordination ( $\bar{X} = 4.13$ ), commanding ( $\bar{X} = 4.12$ ), controlling ( $\bar{X} = 4.05$ ), and organization management ( $\bar{X} = 4.03$ ) respectively and (2) the relation of individual factors of opinion about the manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya found that age, gender, educational level, and work experince had the correlative opinion with the level of opinion about the manufacturing personnel management of OTOP entrepreneurs in Ayutthaya at the 0.05 level strategically significant.

Keyword: OTOP Entrepreneurs, OTOP Products, The Personel Management, Manufacturing

## บทนำ

ด้วยสภาพการดำเนินชีวิตของประชาชนไทยในปัจจุบันยังถือได้ว่าประชาชนในระดับรากหญ้ายังมีความเดือดร้อนอันเกิดจากการมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย เป็นผลมาจากการตกงาน ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ กำลังซื้อของคนในประเทศน้อยลงและการพัฒนาประเทศให้มีความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องพัฒนาในระดับรากหญ้าให้สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน (วิภาดา มุกดา, 2557)

จากข้อมูลกรมพัฒนาชุมชน พบว่า สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อป (OTOP) ในปี 2561 มียอดจำหน่ายสูงถึง 1.9 แสนล้านบาท แต่เมื่อดูข้อมูลเชิงลึกจะพบว่า สินค้าโอท็อปที่มีกว่า 20,000 กว่าราย กลับมีสินค้ามากกว่า 40% ของโครงการโอท็อปทั้งหมดที่ยังไม่สามารถก้าวสู่ความเป็นมาตรฐานสากลหรือแข่งขันในตลาดโลกได้ หรือหากเปรียบเทียบยอดจำหน่ายสินค้าโอท็อป กับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (จีดีพี) ในปี 2561 ก็จะคิดเป็นเพียง 1.2% เท่านั้น ซึ่งถือว่ายังน้อยมาก ดังนั้น หากผลักดันสินค้าโอท็อปไทยให้ถูกช่องทาง ก็จะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและประเทศได้มากยิ่งขึ้น (บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, 2563)

ปัญหาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ทุกประเภทมีปัญหาด้านการผลิตสินค้า โดยแต่ละประเภทมีปัญหาด้านการผลิตที่แตกต่างกันไป จะพบว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP แต่ละประเภทมีปัญหาด้านการผลิต ดังนี้

1. ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย มีปัญหาด้านการผลิต ขาดวัตถุดิบ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีทักษะในการผลิต
2. สมุนไพรที่มีชื่ออาหาร ปัญหาด้านการผลิต คุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่
3. เครื่องประดับตกแต่ง และของที่ระลึก ปัญหาด้านการผลิต วัตถุดิบมีราคาแพง ไม่มีทักษะในการผลิต ขาดเทคโนโลยีในการผลิต
4. อาหาร ปัญหาด้านเทคโนโลยีชุมชนยังขาดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีหรือการใช้ความรู้ทางเทคนิคที่ทันสมัยมาใช้เพื่อช่วยในการผลิต
5. เครื่องดื่ม ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านความรู้และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่เพื่อใช้ในการผลิต ต้นทุนการผลิตสูง และขาดแคลนวัตถุดิบ
6. ศิลปะประดิษฐ์ ปัญหาด้านการผลิต ไม่สามารถผลิตได้ทันเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก ต้นทุนการผลิตสูง และขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัย (ธันยมัย เจียรกุล, 2557)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตให้ประสบผลสำเร็จ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## นิยามศัพท์

### 1. ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการOTOP แบ่งเป็น

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหาร จัดการและร่วมรับผลประโยชน์ เช่นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการได้แก่ กลุ่ม ชมรม

ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต หรือมีการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญ บริษัทจำกัด ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต/จ้างแรงงานในชุมชน/ใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วม ได้รับผลประโยชน์ โดยมีสินทรัพย์ลงทุนไม่เกิน 10 ล้านบาท

2. สินค้า OTOP หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเป้าหมายในการสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกฐานะฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยการผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยหลักการพื้นฐานคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลและประชาชนมีการพึ่งพาตนเอง

3. การบริหารงานบุคคล หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับบุคคลในหน่วยงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับความต้องการของหน่วยงาน การบำรุงรักษา การพัฒนาตลอดจนการให้พ้นจากงาน เพื่อให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยความพึงพอใจของบุคคลในหน่วยงานอันประกอบไปด้วยการวางแผนทรัพยากรกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การโอนย้าย การเลื่อนตำแหน่ง การบำรุงรักษาบุคลากร เงินเดือนและค่าจ้าง และการพ้นจากงาน การบริหารงานบุคคลที่ดีย่อจะทำให้องค์กรอยู่ในฐานะได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน และได้รับผลงานมากที่สุด และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกัน

4. การผลิต หมายถึง การนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ อันได้แก่ที่ดิน แรงงาน ทุน ผู้ประกอบการการผลิต ไปผ่านกระบวนการผลิตหรือกรรมวิธีในการผลิต จนกระทั่ง ออกเป็นสินค้าหรือ บริการสำเร็จรูปเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคเช่น อาหารเสื้อผ้า ยารักษาโรค บริการขนส่ง เป็นต้น

### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาการบริหารจัดการด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่

1. ด้านการวางแผน
2. ด้านการจัดการองค์กร
3. ด้านการสั่งการ
4. ด้านการประสานงาน
5. ด้านการควบคุม

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 589 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 402 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ เดือน ธันวาคม 2562 - กุมภาพันธ์ 2563 ภาคเรียนที่1 ปีการศึกษา 2562

### กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

#### ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. การศึกษา
4. ประสบการณ์ทำงาน

ตัวแปรตาม

#### การบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต

1. ด้านการวางแผน
2. ด้านการจัดการองค์กร
3. ด้านการสั่งการ
4. ด้านการประสานงาน
5. ด้านการควบคุม

## สมมติฐานการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 7.1 ผู้วิจัยนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต เพื่อเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต และด้านอื่นๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปในทุกๆด้าน อย่างเหมาะสม
- 7.2. การวิจัยสามารถนำไปพัฒนาต่อสำหรับผู้สนใจ หรือผู้วิจัยอื่นในการบริหารจัดการบุคลากร ในด้านการผลิต ของผลิตภัณฑ์โอท็อปได้อย่างเหมาะสม

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product : OTOP)

(อัญชัญ จงเจริญ, 2555) หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่เด่นอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลนั้น แนวคิดนี้เป็นการเน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และพัฒนาคุณภาพการผลิตของชุมชน ให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดสากลอันจะส่งผลให้รากฐานของเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งต่อไป (ธวัชชัย กฤติยาภิชาติกุล, 2547 : 71) ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลักให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก

### 2. แนวคิดและนโยบายโอท็อป

(วรรณิ งามขจรกุลกิจ, 2554 : 11)โอท็อป เป็นนโยบายที่สำคัญนโยบายหนึ่งที่รัฐบาลของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานให้กับพี่น้องในชนบท ภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาผสมผสานกับภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษสืบทอดให้กับลูกหลาน และนำมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามีจุดเด่น จุดเด่น และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย และเป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ตั้งแต่ด้านความรู้สมัยใหม่ เทคโนโลยีการผลิตการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

(นันทกานต์ สายปิ่น, 2555 : 8) Henri J. Fayol เป็นวิศวกรเหมืองแร่ชาวฝรั่งเศส ได้สร้างผลงานทางแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารซึ่งมุ่งที่ผู้บริหารระดับสูง โดยศึกษาทฤษฎีที่เป็นสากลและได้เขียนหนังสือ Industrial General Management เสนอแนวคิดและกำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารของผู้บริหาร ดังนี้หน้าที่ของนักบริหาร (Management Functions) มีดังนี้

1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมการวางแผนการทำงานขององค์กรไว้ล่วงหน้า

2 การจัดองค์กร(Organizing) หมายถึง การที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร

3 การสั่งการ(Directing) หมายถึง การที่ผู้บริหารจะต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่ดีเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรดำเนินการไปตามเป้าหมาย

4 การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การที่มีผู้บริหารมีหน้าที่เชื่อมโยงต่าง ๆ ขององค์กรให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน

5 การควบคุม (Controlling) หมายถึง การที่ผู้บริหารคอยควบคุมและกำกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้

(อรรถธรรม ลีลาเกียรติวัฒน์, 2560 : 10) เฮนรี ฟาโยล (Henry Fayol : 1841-1925) ได้เขียนเกี่ยวกับหน้าที่ทางการบริหาร(Management function) อันประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ(Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุมงาน (Controlling) หรือ POCCE

(ประกาย ขวัญหลาย, 2557: 11) Fayol (1929อ้างถึงใน สุรพลเศรษฐบุตร, 2553) วิศวกรและนักอุตสาหกรรมชาว ฝรั่งเศส และ Gantt (1901อ้างถึงใน สุรพลเศรษฐบุตร, 2553) เสนอแนวคิดที่มีลักษณะเป็นสากลสำหรับนักบริหาร โดยกล่าวถึงองค์ประกอบขั้นมูลฐานของการบริหาร (Primary functions of management) ได้แก่ POCCE ประกอบด้วยกระบวนการบริหาร 5 ขั้นตอน ดังนี้

- (1) การวางแผน (Planning)
- (2) การจัดองค์กร (Organizing)
- (3) การบังคับบัญชา (Commanding)
- (4) การประสานงาน (Coordinating)
- (5) การควบคุม (Controlling)

### 4 แนวคิดด้านบริหารจัดการองค์กรในระดับหน้าที่ (Functional Analysis)

(อัญชัญ จงเจริญ, 2554 :33) การจัดการองค์กร (Organizing) คือการตัดสินใจเลือกวิธีการในการจัดแบ่งกลุ่ม กิจกรรมและทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรออกเป็นหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบ เพื่อให้การประสานงานกัน ระหว่างกลุ่มกิจกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยมาตรฐานของ มจก. ข้างต้นมีความสอดคล้อง กับแนวคิดด้านบริหารจัดการธุรกิจในส่วนของการวิเคราะห์การจัดการองค์กรในระดับมาตรฐานด้านการบริหารการจัดการด้านการผลิตและงานสนับสนุน การผลิตการวิเคราะห์ด้านการตลาด ได้แก่มาตรฐานด้าน

การบริหารจัดการตลาด/ ลูกค้านักวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้แก่วิธีมาตรฐานด้านการบริหารจัดการด้านบัญชี/ การเงินการวิเคราะห์ด้าน โครงสร้างองค์กรและบุคลากร ได้แก่การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิกรวมถึงการ ปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน

## 5 แนวคิดด้านการผลิต

(พจนานาม สำนักรเกษตรกิจ, 2550:6) เซาว์ โรจนแสง (2540) ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านการผลิตว่าเป็น องค์ประกอบหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เปลี่ยนปัจจัยการผลิต (Input) ต่าง ๆ ได้แก่เงินทุน แรงงาน เครื่องจักร ที่ดิน วัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิต ให้เป็นผลผลิต (Output) ซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้ เป็นผลผลิต เรียกว่า Conversion process การจัดการด้านการผลิต ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1.การวางแผน (Planning) ในการจัดการผลิตจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ ประสงค์ นโยบายแผนงาน ตลอดจน วิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งครอบคลุมถึงการกำหนดกลยุทธ์แผนปฏิบัติงาน การพยากรณ์ ความ ต้องการการวางแผนกำลังการผลิต ทำเลที่ตั้งการวางผังโรงงาน ตลอดจนการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ ของบุคคล

2.การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการกำหนดรูปแบบและความสัมพันธ์ของหน่วยงานการผลิต ตลอดจนกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของ บุคคล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.การควบคุม (Controlling) ในการจัดการผลิตต้องคอยตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานเป็น ไป ตามแผนที่กำหนดไว้และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์

## ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 589 คน โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่า ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 238 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ 402 คน คิดเป็นร้อยละ 168.9 ของขนาดประชากร การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบ บังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive Statistics Analysis )

ส่วนที่ 1 ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่ และ หาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากร (POCCC) นำมาวัดค่าคะแนนเฉลี่ย และวัดการกระจาย โดยหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้เกณฑ์ มาตรฐานประมาณค่า(Rating Scale)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน( Inferential Statistics Analysis )



วิเคราะห์สมมติฐานของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไอทอป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance) และทดสอบสมมติฐาน การบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไอทอป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไอทอป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายและส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 36-46 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุระหว่าง 25-35 ปี อายุ 46 ปีขึ้นไป และมีอายุน้อยกว่า 25 ปี ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา มากที่สุด รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาตรี มีมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือปวช. และสูงกว่าปริญญาตรีตามลำดับ และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5-10 ปีมากที่สุด รองลงมาประสบการณ์ในการทำงาน ระหว่าง 11-20 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปีตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของ  
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต  
ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม ทั้ง 5 ด้าน

การบริหารจัดการด้านการผลิต	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านการวางแผน	4.41	0.55	มาก
ด้านการจัดการองค์กร	4.03	0.52	มาก
ด้านการสั่งการ	4.12	0.51	มาก
ด้านการประสานงาน	4.13	0.40	มาก
ด้านการควบคุม	4.05	0.49	มาก
รวม	4.15	0.49	มาก

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการด้านการผลิต ของ  
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15  
(SD=0.494) เมื่อพิจารณาบุคคลในแต่ละด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการวางแผน มี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (SD=0.55) ด้านการประสานงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (SD=0.40) ด้านการสั่งการ มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.12 (SD=0.51) ด้านการควบคุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (SD=0.49) ด้านการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03  
(SD=0.52) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 2

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิตของผู้ประกอบการ  
ผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวม

ปัจจัยส่วนบุคคล	$X^2$	Sig.
1.เพศ	108.10	0.00*
2.อายุ	376.75	0.00*
3.ระดับการศึกษา	322.04	0.00*
5.ประสบการณ์การทำงาน	392.03	0.00*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้านเพศ อายุ ระดับ  
การศึกษา และประสบการณ์ทำงานมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการ  
ผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ทำงาน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ได้แก่ ด้านการวางแผน การจัดการองค์กร การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา การบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปมีระดับความแรกขงคิดเห็นที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการ วางแผนมาก ( $\bar{X}=4.41$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิสารัตน์ สังข์เสื่อและพลดา เชนพลมมาตย์ (2559). ได้ศึกษา การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย. จากการศึกษาพบว่า การวางแผนคือหัวใจหลักเป็นขั้นตอนกลุ่ม ซึ่งตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งกลุ่ม ล้วนต้องอาศัยกลไกการวางแผนเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มมาอย่างต่อเนื่องประเด็นการวางแผนขึ้นอยู่กับกำหนดและจัดการภายในกลุ่ม โดยประเด็นการวางแผนหลัก ได้แก่ การวางแผนด้านการผลิต และการวางแผนด้านการตลาด ซึ่งการวางแผนการวางแผน ต้องมีการวางแผนเป็นอย่างดีภายใต้เงื่อนไขเพื่อกำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงทำให้สังเกตเห็นสภาพความเป็นระเบียบและให้ความสำคัญไปกับการวางแผน

### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของการบริหารจัดการบุคลากรด้านการผลิต ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปมีระดับความคิดเห็นที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการองค์กรน้อย ( $\bar{X}=4.03$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์พิสุทธิ อ้วนถ้ำ, ชมพูนุท โมราชาดิ และกัญญา จึงวิมุติพันธ์ (2560) ได้ศึกษา การพัฒนาศักยภาพการค้าเนออนงานกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(โอท็อป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มโอท็อป ที่ควรได้รับการพัฒนา คือ ด้านการบริหารจัดการองค์กร เนื่องจากกลุ่มโอท็อปขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มโอท็อป ผู้ประกอบการจึงควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

### รายการอ้างอิง

ชั้นขมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. มหาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 179-181.

นพวรรณ พุทธภูมิพิทักษ์. (2561). การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยตัวแบบการ  
ประเมินความเสี่ยงตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ .มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.สาขามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ.

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร.(2562). 3 จุดอ่อน “โอท็อปไทย”.ค้นคว้าเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563.

<https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/decoding-the-success-of-thai-local-brand/>

ปณิดา พงษ์พันธ์.(2556).ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของ องค์การบริหาร  
ส่วนตำบลหนองบัว อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี.มหาวิทยาลัยบูรพา.สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ  
และภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ.22-23.

ประกาย ขวัญหลาย.(2557).การบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน.มหาวิทยาลัยบูรพา.สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.วิทยาลัยการบริหารรัฐ  
กิจ.8-11.

พจนานา สมัครเจตรกิจ.(2550).ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการหัตถกรรมไม้มะม่วง บ้านสันเข้าแคบกลาง  
ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.มหาลัยแม่โจ้.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขา  
บริหารธุรกิจ.18-19.

พิมพ์พิสุทธิ์ อ้วนล้ำ, ชมพูนุท โมราชาติ และกัญญา จึงวิมุติพันธ์. (2560). การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่ม  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(โอท็อป) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร.มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.  
วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์.

ไพบุลย์ ญาณกิตติกร.(2562).การจัดการ.วารสารบริหารธุรกิจและบัญชี.มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์. (2558). ผลิตภัณฑ์ OTOP กับการเข้าสู่เส้นทาง ACE. มหาลัยเวสเทิร์น.คณะมนุษย  
ศาสตร์ และสังคมศาสตร์,109-110.

วิทยา เมฆงำ. (2554). รูปแบบศูนย์การเรียนรู้ด้านกระบวนการผลิตของกลุ่ม OTOP ที่น้อมนำหลักปรัชญาของ  
เศรษฐกิจพอเพียงสู่คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วิภาดา มุกดา. (2557). แนวทางบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก. มหาลัย  
ราชภัฏสวนดุสิต.คณะวิทยาการจัดการ,191.

วรางคณา ผลประเสริฐ.(2550).การจัดการเชิงกลยุทธ์กับการบริหารงานสาธารณสุข. มหาวิทยาลัยมหิดล,7-8.

นันทกานต์ สายปิ่น.(2555).การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามตัวชี้วัด-คำรับรองการปฏิบัติราชการของ  
กรมส่งเสริม-การปกครองท้องถิ่น กรณีศึกษา-เทศบาลตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.  
บริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

สุภาพร พรหมมะเริง.(2561).แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). ข้อมูลสถิติสินค้า *OTOP*.ค้นคว้าเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2563.  
[http://osthailand.nic.go.th/masterplan\\_area/knowledge.html](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/knowledge.html).

อรรพรรณ ลีลาเกียรติวิช. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.การจัดการทั่วไป.10.

อัญชัญ จงเจริญ. (2555). พัฒนารูปแบบ และมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า *OTOP* และของฝาก  
ชุมชน จังหวัดระนอง.มหาลัราชภัฏสวนสุนันทา,5

อริยาภรณ์ มูลพงษ์.(2548).การดำเนินงานของผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว กรณีศึกษา  
หัตถกรรมตีลายแผ่น โลหะประดับเครื่องไม้ ตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.6-7, 28

