

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เป็นโครงการ เพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของวิสัยทัศน์รวมภายใต้ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อวางรากฐานการพัฒนาประเทศให้เข้มแข็ง ยั่งยืน สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างรู้เท่าทันโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาคุณภาพทางเศรษฐกิจ ยกระดับคุณภาพชีวิต การบริหารจัดการที่ดีและลดความยากจน (กรมพัฒนาชุมชน. 2545 : 1)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีการคิดค้นและพัฒนาทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และความต้องการของตลาดสากล โดยท้องถิ่นจำต้องพึ่งตนเองเป็นหลัก ต้องมีความคิดสร้างสรรค์และใช้ทรัพยากรที่หาได้ในท้องถิ่นของตนเองเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้

ดังนั้นโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นแนวทางส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน ยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อจะให้แพร่หลายไปทั่วโลก

การผลิตมิดอร์ญุกมีประวัติอันเนิ่นนานนับเนื่องมาแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นเคียงคู่กับประวัติศาสตร์ของชาติไทย มิดอร์ญุกเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับชุมชนจากการผลิตและจำหน่ายมิด รวมทั้งอัญญุกยังมีความสำคัญในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อันสำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มิดอร์ญุกและชุมชน/ตลาดมิดอร์ญุกมีศักยภาพอย่างยิ่งในการพัฒนาให้เป็นแหล่งการผลิตมิดที่สำคัญของประเทศ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับชุมชน และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวนมาก มิดอร์ญุกเป็นหนึ่งในสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีชื่อเสียง

การผลิตมิดอร์ญุกเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ มีการพัฒนาการผลิตและการบริหารจัดการมาโดยตลอดตามกาลเวลาและความสามารถของผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตแต่ละราย

ทำให้การพัฒนาในภาพรวมยังขาดเอกภาพและเป้าหมายที่ชัดเจน กระบวนการบริหารจัดการหลายด้านไม่สามารถแก้ปัญหาในปัจจุบันได้ สำหรับปัญหาของผู้ผลิตที่เกิดขึ้นได้แก่ วัตถุดิบในการผลิตมีราคาแพง เนื่องจากวัตถุดิบบางชนิดจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ (วินัย รวยเจริญ, 2549 : สัมภาษณ์) พ่อคนกลางที่รับผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายครคราคา ตลาตในการจำหน่ายไม่มากพอ ผู้ผลิตบางส่วนเห็นว่าควรพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบมีดอร์ญญุกให้ดีขึ้น และราคาสินค้าแพงกว่าคู่แข่ง (บุญสม สวยสด และคณะ, 2543 : 88) ทำให้มีความจำเป็นจะต้องมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบเป็นองค์รวมเชื่อมต่อกันทั้งระบบ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตมีดอร์ญญุกเข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจะได้เข้าสู่ขบวนการบริหารจัดการของ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การบริหารจัดการที่เป็นระบบทั้งประเทศ จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการแข่งขัน มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าชุมชน มีการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาด ตลอดจนส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว/หมู่บ้านท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีจุดหมายที่จะศึกษาการบริหารจัดการและข้อมูลทั่วไปของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญญุก ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ระดับการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการศึกษาดังกล่าวคาดว่าจะประโยชน์สำหรับผู้ผลิตมีดอร์ญญุกสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำข้อมูลจากการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ซื้อมีดอร์ญญุกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เลือกซื้อมีดอร์ญญุกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ มีดอร์ญญุกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญญุกของลูกค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญญุกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

6. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่ออรรถุญิกของลูกค้า โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

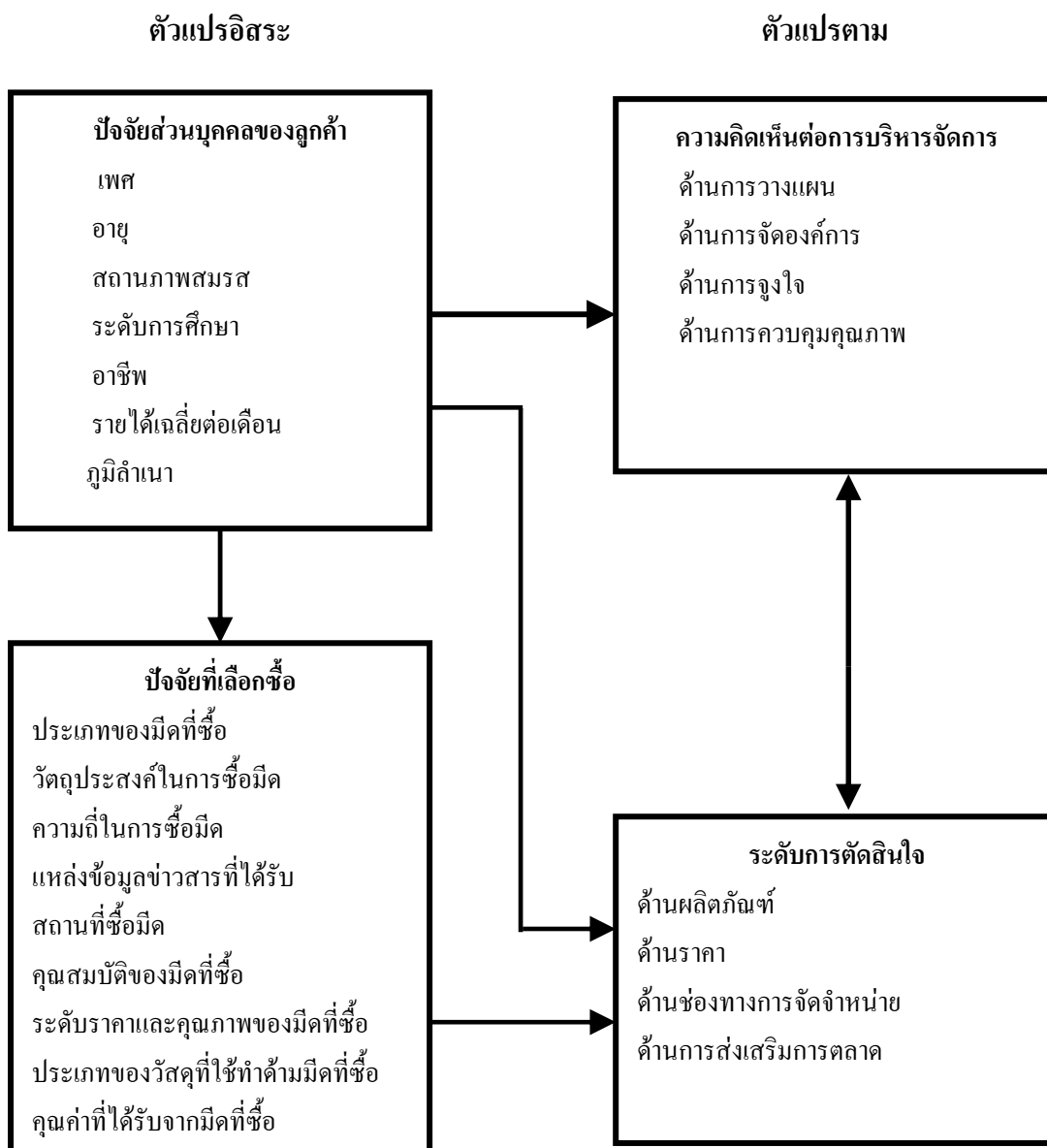
7. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่ออรรถุญิกของลูกค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อ

8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่เลือกซื้อที่มีต่ออรรถุญิกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการตัดสินใจซื้อที่กับระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการที่มีต่ออรรถุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### **กรอบแนวคิดการวิจัย**

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการที่มีต่ออรรถุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อมิดอัญญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยที่เลือกซื้อที่มีต่อรัฐผูกแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานข้อที่ 5 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ต้องการศึกษปัจจัยและการตัดสินใจซื้อของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยได้กำหนดขอบเขตวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตของประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำที่มาเที่ยวชมและเลือกซื้อที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตร W.G.Cohran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

2. ขอบเขตของเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยและการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐผูกที่มีต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีตัวแปรที่ต้องศึกษา ดังนี้

#### 2.1 ตัวแปรอิสระที่ศึกษา ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนา

2.1.2 ปัจจัยที่เลือกซื้อที่มีต่อรัฐผูก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ประเภทของมิดที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อมิด ความถี่ในการซื้อมิด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สถานที่ซื้อมิด คุณสมบัติของมิดที่ซื้อ ระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ ประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ และคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ

#### 2.2 ตัวแปรตามที่ศึกษา ได้แก่

2.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมคุณภาพ

2.2.2 ระดับการตัดสินใจ ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการคิดที่เป็นเหตุเป็นผลในการประเมินทางเลือกซื้อเมล็ดธัญญาธิโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยในครั้งนี้ได้สอบถามลูกค้าที่มาเที่ยวชมและเลือกซื้อเมล็ดธัญญาธิโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริเวณตลาดธัญญาธิร้านผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดธัญญาธิที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ร้านนายวินัย รวยเจริญ) ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ขอบเขตด้านเวลา คือ ระยะเวลาที่ทำการสำรวจและศึกษาจำนวน 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2550

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเมล็ดธัญญาธิโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า ที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เมล็ดธัญญาธิให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

2. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจซื้อเมล็ดธัญญาธิโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

3. ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า ที่สามารถนำไปปรับปรุงการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์** หมายถึง โครงการสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีการคิดค้นและพัฒนาทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และความต้องการของตลาดสากล

**เมล็ดธัญญาธิ** หมายถึง มีชนิดต่างๆที่ผลิตขึ้นโดยผู้ผลิตหรือกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดธัญญาธิที่เข้าร่วมในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และได้รับอนุญาตให้ติดตราหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไว้บนผลิตภัณฑ์ หรือบนกล่องวัสดุที่ใช้หีบห่อ

**ผู้ผลิตหรือกลุ่มผู้ผลิตมีดอร์ญญิก** หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตมีดอร์ญญิก(นายวินัย รวยเจริญ) และผู้ผลิตหรือกลุ่มผู้ผลิตมีดอื่น ๆ ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง สถานภาพและลักษณะเฉพาะส่วนตัวของแต่ละบุคคล โดยประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิภานา

**การบริหารจัดการ** หมายถึง การบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจและด้านการควบคุมคุณภาพ

**ระดับการตัดสินใจ** หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการคิดที่เป็นเหตุเป็นผลในการประเมินทางเลือกซึ่งพิจารณา 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัย** หมายถึง ปัจจัยที่ลูกค้าเลือกซื้อมีดอร์ญญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ประเภทของมีดที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อมีด ความถี่ในการซื้อมีด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สถานที่ซื้อมีด คุณสมบัติของมีดที่ซื้อ ระดับราคาและคุณภาพของมีดที่ซื้อ ประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมีดที่ซื้อและคุณค่าที่ได้รับจากมีดที่ซื้อ

**ลูกค้า** หมายถึง ประชาชนที่เที่ยวชมและเลือกซื้อมีดอร์ญญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา