



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อโนชา ปานแก้ว. (2555). การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บช.ม.

(บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ถ้ายอง ปลั่งกลาง, ดร.กิติมา ทามาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการ 2) ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 4) พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 58 คน (ประกอบด้วย คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 42 คน) ผู้นำชุมชน จำนวน 25 คน และผู้บริโภค จำนวน 200 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการประชุมสนทนากลุ่ม โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รวมตัวกันแบบกลุ่มแม่บ้าน เพื่อผลิตสินค้าชุมชน ประเภทอาหาร โดยการร่วมทุนจากสมาชิก ส่วนความพร้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายจะผลิตตามการสั่งซื้อ คุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง การตั้งราคาตั้งตามความต้องการของตลาด และมีการนำสินค้าไปวางจำหน่ายที่งานแสดงสินค้าต่างๆ 2) ผู้นำชุมชน และผู้เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านทำเลที่ตั้งการจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านเงินทุน แหล่งเงินทุน ความรับผิดชอบของบุคลากร และการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย แต่มีศักยภาพพอที่จะดำเนินการได้ 3) ผู้เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าโดยรวมเห็นว่าการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุดในด้านจุดมุ่งหมายร่วม ด้านบุคลากร ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน และด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้า และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และ 4) พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อจับจ่ายใช้สอย มีการซื้อสินค้า 1,001 บาทขึ้นไปต่อครั้ง มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในรอบ 6 เดือนน้อยกว่า 6 ครั้ง และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้า มีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก ในด้านสถานที่จำหน่าย ด้านบริการ และด้านสินค้า