



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) ผู้เกี่ยวข้อง (คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ) 2) ผู้นำชุมชน และ 3) ผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามประชากรในการวิจัย ดังนี้

1. ผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 58 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 14 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน เป็นจำนวน 42 คน
2. ผู้นำชุมชน จำนวน 25 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน 2) ตัวแทนผู้จัดบ้านเป็นโฮมสเตย์ จำนวน 1 คน 3) กรรมการดูแลบริการท่องเที่ยวทางน้ำในชุมชน จำนวน 1 คน 4) เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอ จำนวน 1 คน 5) ผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน และ 6) คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 คน
3. ผู้บริโภค เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้ สูตรของ W.G. Cochran (1953) (อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนี. 2550 : 29) เพื่อคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทนจำนวนตัวอย่าง

P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม โดยกำหนด 15% หรือ .15



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Z แทนความเชื่อมั่นซึ่งกำหนดไว้ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ.05 มีค่าเท่ากับ 1.96

e แทนสัดส่วนในการคลาดเคลื่อน (e = .05) ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{0.15(1-0.15) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= \frac{0.15(0.85) (3.8416)}{(0.0025)} \\
 &= \frac{0.4898}{0.0025}
 \end{aligned}$$

$$\text{ได้ตัวอย่าง} = 196 \text{ คน}$$

จากผลการคำนวณได้ 196 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 200 คน

การสุ่มตัวอย่างสำหรับกลุ่มผู้บริโภคนในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับผู้บริโภคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนผู้เกี่ยวข้อง (คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ) และผู้นำชุมชน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. ประเภทของเครื่องมือ

ประเภทของเครื่องมือ มีดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้เกี่ยวข้อง (คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 42 คน) ในด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านการประสานงาน และด้านศักยภาพชุมชน

1.2 การจัดประชุมสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้นำชุมชน จำนวน 25 คน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

84

1.3 แบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ชุด คือ ผู้ประกอบการ จำนวน 42 คน คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน และผู้บริโภค จำนวน 200 คน

## 2. ลักษณะของเครื่องมือ

ลักษณะของเครื่องมือมีดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ที่กำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า

2.2 การจัดประชุมสนทนากลุ่ม เป็นการจัดประชุมผู้นำชุมชน เพื่อปรึกษาหารือแนวทางการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำได้ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะ ของผู้เข้าร่วมประชุม

### 2.3 แบบสอบถาม

ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

1. แบบสอบถามผู้ประกอบการ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย คำถาม 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์ รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ สถานะของกลุ่ม แหล่งเงินทุน และการส่งเข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแบบตรวจรายการและเติมข้อความจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นแบบตรวจรายการ จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 4 รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านจุดมุ่งหมายร่วม ด้านบุคลากร ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน และด้านการเชื่อมโยงกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วยข้อความที่เป็นความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน)

การวิเคราะห์จะนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมาย ตรวจสอบให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538: 166-167)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

85

- ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด

2. แบบสอบถามคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประกอบการสัมภาษณ์) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถาม 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านจุดมุ่งหมายร่วม ด้านบุคลากร ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน และด้านการเชื่อมโยงกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วยข้อความที่เป็นความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน)

การวิเคราะห์จะนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมาย ตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538 : 166-167)

- ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง ระดับการดำเนินงานหรือระดับความต้องการน้อยที่สุด



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

3. แบบสอบถามผู้บริโภคร ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางและการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าในท้องถิ่นชุมชนของผู้บริโภค ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะการเดินทาง ประเภทของสินค้าที่ซื้อ สถานที่ที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และความถี่ในการซื้อ เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้แนะนำข้อมูลเบื้องต้นของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ผู้บริโภคทราบก่อน แล้วให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องมีสิ่งใดไว้บริการแก่ผู้บริโภคในระดับใด โดยคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วยข้อความที่เป็นความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ คือ มาก (3 คะแนน) ปานกลาง (2 คะแนน) น้อย (1 คะแนน) และไม่จำเป็นต้องมี

การวิเคราะห์จะนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมาย ตรวจสอบให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้ (พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. 2546 : 102)

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{3 - 1}{3} \\ &= 0.67 \end{aligned}$$

ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.00	หมายถึง ระดับความต้องการมาก
ค่าเฉลี่ย 1.67 – 2.33	หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.66	หมายถึง ระดับความต้องการน้อย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

87

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด

## 3. การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ มีดังนี้

### 3.1 แบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอน ดังนี้

- 3.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.1.2 กำหนดประเด็นที่ต้องการทราบ โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆ
- 3.1.3 ร่างแบบสัมภาษณ์เสนอต่อคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์
- 3.1.4 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอ
- 3.1.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการปรับแก้แล้ว ไปใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

### 3.2 การจัดประชุมสนทนากลุ่ม มีขั้นตอน ดังนี้

- 3.2.1 ศึกษาวิธีการจัดประชุมสนทนากลุ่ม
- 3.2.2 กำหนดประเด็นที่ต้องการทราบ
- 3.2.3 ทำประเด็นเตรียมจัดประชุม

### 3.3 แบบสอบถาม มีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

- 3.3.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถาม
- 3.3.2 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
- 3.3.3 ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 3.3.4 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และทดลองใช้

## 4. การหาคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถาม ดังนี้

- 4.1 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทาน และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

88

4.2 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ดร.ศิริมณี จรรยา ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ และดร.ปรีชา วรารัตน์ไชย ตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเหมาะสมของเนื้อหา เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม

4.3 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลอง (Try-out) กับประชากรทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และทำการวิเคราะห์ หาค่าความเชื่อมั่นใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8572 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ และนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3 แบบ คือแบบ สัมภาษณ์ การจัดประชุมสนทนากลุ่ม และแบบสอบถามโดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1.1 วางแผนการสัมภาษณ์โดยการพิจารณาวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกำหนด สถานที่

1.2 เข้าพบกลุ่มตัวอย่าง โดยการสร้างความคุ้นเคย แนะนำตนเองแก่ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ และพยายามใช้ความเป็นกันเองในการสัมภาษณ์

1.3 ทำการสัมภาษณ์ โดยเริ่มจากการทักทาย ใช้ภาษาที่ง่ายและชัดเจนในการ สัมภาษณ์ และทำการจดบันทึกข้อมูล

2. การจัดประชุมสนทนากลุ่ม มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 วางแผนการประชุม โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม สถานที่ที่จะ ทำการสัมภาษณ์ และจัดเตรียมอุปกรณ์บันทึกการประชุม

2.2 จัดประชุม เริ่มด้วยการแนะนำตนเองแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

2.3 เริ่มการสนทนา กระตุ้น และตั้งคำถามให้ผู้เข้าร่วมประชุมเสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ และทำการสรุป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

3.1 แนะนำตนเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและขอความร่วมมือ พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม

3.2 แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง

3.3 รวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล จนครบตาม จำนวนที่กำหนดไว้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

89

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงพรรณนา แล้วสังเคราะห์ตามกรอบของ วัตถุประสงค์การวิจัย

2. การจัดประชุมสนทนากลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงพรรณนา แล้วสังเคราะห์ตามกรอบของวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

3.1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และตอนที่ 3 ความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของคณะกรรมการ และแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น ที่มีต่อการจัดการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามชุดที่ 3 ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และตอนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางและการซื้อสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าในท้องถิ่นชุมชน ของผู้บริโภค

3.2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่ 1 ตอนที่ 4 และแบบสอบถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 รูปแบบการ บริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามชุดที่ 3 ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์