มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 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 ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบเชิงพรรณนาและรูปแบบตาราง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1กข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2กการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3กการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4กการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5กข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้นำชุมชนจากการประชุมสนทนากลุ่ม

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมารส แสดงรายละเอียดดังตาราง 2

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตาม ประเภทผลิตภัณฑ์ รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ สถานะของกลุ่ม แหล่งเงินทุน และการส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดดังตาราง 3

3. การวิเคราะห์ความพร้อมทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตรายี่ห้อ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และปัญหาการดำเนินงาน แสดงรายละเอียดดังตาราง 4-7

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละ ของผู้ประกอบการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. เพศ		
ชาย	8	19.05
หญิง	34	80.95
2. อายุ		
20-30 ปี	2	4.76
31-40 ปี	10	23.81
41-50 ปี	15	35.71
51-60 ปี	7	16.67
60 ปีขึ้นไป	8	19.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	21	50.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	16.67
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	11.90
อนุปริญญา/ปวส.	5	11.90
ปริญญาตรี	4	9.53
4. สถานภาพสมรส		
โสด	6	14.28
สมรส	29	69.05
หม้าย/หย่าร้าง	7	16.67

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 อายุ 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 ระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และสถานภาพสมรส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 69.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. ประเภทผลิตภัณฑ์		
อาหาร	18	42.86
เครื่องแต่งกาย	3	7.14
ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	12	28.57
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	7.14
บริการ	6	14.29
2. รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ		
กลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน	30	71.43
ชมรม	12	28.57
3. สถานะของกลุ่ม		
กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	27	64.29
จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน	3	7.14
กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน	12	28.57
4. แหล่งเงินทุน		
ร่วมทุนจากสมาชิก	39	92.86
กลุ่มออมทรัพย์	3	7.14
5. การส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์		
ส่ง	12	28.57
ไม่ส่ง	30	71.43

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รูปแบบการรวมกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 สถานะกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 การร่วมทุนจากสมาชิก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 และไม่ส่งผลิตภัณฑ์ผลิตเข้าคัดสรรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละ ของความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์

ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. ตรายี่ห้อ (Brand)		
มีตรายี่ห้อ (Brand)	3	7.14
ไม่มีตรายี่ห้อ (Brand)	39	92.86
2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์		
มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ	33	78.57
มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นานๆ ครั้ง	3	7.14
ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	6	14.29
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์		
ตามแบบคู่แข่งขัน	3	7.14
ตามคำสั่งของลูกค้า	15	35.71
ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ของทางราชการ	6	14.29
ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม	18	42.86

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 4 (ต่อ)

ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
4. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์		
รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ	27	64.29
ไม่มีบรรจุภัณฑ์	15	35.71
5. คุณภาพผลิตภัณฑ์		
คุณภาพผลิตภัณฑ์มาก	3	7.14
คุณภาพผลิตภัณฑ์ปานกลาง	33	78.57
คุณภาพผลิตภัณฑ์น้อย	6	14.29
6. ปัญหาการดำเนินงาน		
6.1 ความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่		
มีปัญหาระดับปานกลาง	3	7.14
มีปัญหาระดับน้อย	15	35.72
ไม่มีปัญหา	24	57.14
6.2 ผลิตภัณฑ์ขาดมาตรฐานและไม่เป็นที่ยอมรับ		
มีปัญหาระดับปานกลาง	3	7.14
มีปัญหาระดับน้อย	15	35.72
ไม่มีปัญหา	24	57.14
6.3 ขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
มีปัญหาระดับปานกลาง	2	4.76
มีปัญหาระดับน้อย	12	28.57
ไม่มีปัญหา	28	66.67

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตสินค้าโดยไม่มียี่ห้อ (Brand) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 มีคุณภาพผลิตภัณฑ์ปานกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ปัญหาการดำเนินงาน พบว่าไม่มีปัญหาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่มีปัญหาการขาดมาตรฐาน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 และไม่มีปัญหาด้านเงินทุนจำนวน 28 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.67

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละ ของความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ด้านราคา

ความพร้อมด้านราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. การกำหนดราคาสินค้า		
กำหนดราคาตามความต้องการตลาด	27	64.29
กำหนดราคาตามต้นทุน	15	35.71
2. ราคาขายสินค้า		
ราคาเท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	12	28.57
ราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	30	71.43
3. วิธีการขายสินค้า		
วิธีการขายสินค้าแบบขายเงินสด	33	78.57
วิธีการขายสินค้าแบบขายเงินเชื่อ	3	7.14
วิธีการขายสินค้าแบบขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ	6	14.29

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 5 (ต่อ)

ความพร้อมด้านราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
4. ระยะเวลาการให้เครดิตทางการค้า		
น้อยกว่า 15 วัน	18	42.86
16 - 30 วัน	12	28.57
31 - 45 วัน	9	21.43
มากกว่า 45 วัน	3	7.14
5. ปัญหาในการกำหนดราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์		
มีปัญหาในการกำหนดราคามาก	9	21.43
มีปัญหาในการกำหนดราคาปานกลาง	9	21.43
มีปัญหาในการกำหนดราคา น้อย	6	14.28
ไม่มีปัญหา	18	42.86
6. ความเหมาะสมทางด้านราคาสินค้า		
ราคาเหมาะสมมาก	15	35.71
ราคาเหมาะสมปานกลาง	24	57.15
ราคาเหมาะสมน้อย	3	7.14

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กำหนดราคาสินค้าด้วยวิธีตั้งตามความต้องการตลาด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 มีราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 มีวิธีการขายสินค้าแบบขายเงินสด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ระยะเวลาในการให้เครดิตทางการค้าน้อยกว่า 15 วัน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ไม่มีปัญหาในการกำหนดราคา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และมีความเหมาะสมทางด้านราคาในระดับปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.15

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละ ของความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. วิธีการขายผลิตภัณฑ์		
ขายผลิตภัณฑ์วิธีขายปลีก	24	57.14
ขายผลิตภัณฑ์วิธีขายส่ง	18	42.86
2. แหล่งจำหน่ายสินค้า		
2.1 ร้านค้าชุมชน		
ส่งไปจำหน่าย	36	85.72
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	6	14.28
2.2 ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล		
ส่งไปจำหน่าย	18	42.86
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	24	57.14
2.3 ศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด		
ส่งไปจำหน่าย	30	71.43
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	12	28.57
2.4 ตลาดภายในจังหวัด		
ส่งไปจำหน่าย	24	57.14
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	18	42.86
2.5 ตลาดต่างจังหวัด		
ส่งไปจำหน่าย	3	7.14
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	39	92.86
2.6 ตลาดต่างประเทศ		
ไม่ได้ส่งไปจำหน่าย	42	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
3. ช่องทางในการจำหน่ายสินค้า		
3.1 กลุ่ม (ผู้จำหน่าย) ---> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค		
ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	30	71.43
ไม่ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	12	28.57
3.2 กลุ่ม (ผู้จำหน่าย) —> ศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล		
ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	36	85.72
ไม่ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	6	14.28
3.3 กลุ่ม (ผู้จำหน่าย) ---> ผู้ค้าปลีก ---> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค		
ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	24	57.14
ไม่ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	18	42.86
3.4 กลุ่ม (ผู้จำหน่าย) ---> ผู้ค้าส่ง ---> ผู้ค้าปลีก---> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค		
ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	18	42.86
ไม่ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบนี้	24	57.14
4. วิธีจำหน่ายสินค้า		
4.1 ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน		
จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	24	57.14
ไม่ได้จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	18	42.86

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
4.2 ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของตำบล		
จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	3	7.14
ไม่ได้จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	39	92.86
4.3 ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้ในจังหวัด		
จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	30	71.43
ไม่ได้จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	12	28.57
4.4 ร่วมงานการแสดงสินค้าของชุมชน		
จำหน่ายสินค้าวิธีนี้	42	100.00
5. ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเหมาะสมมาก	9	21.43
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเหมาะสมปานกลาง	21	50.00
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเหมาะสมน้อย	12	28.57
6. วิธีการหาลูกค้า		
หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	30	71.43
หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ ช่วยแนะนำให้	12	28.57
7. วิธีการค้าในลูกค้าต่างประเทศ		
หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	15	35.71
ไม่ได้หาลูกค้าในต่างประเทศ	27	64.29
8. กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์		
ลูกค้าในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง	18	42.86
ลูกค้าหรือผู้บริโภคต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว	24	57.14

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
9. ปัญหาการดำเนินงานทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
9.1 ปัญหาการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาดของผู้ประกอบการในชุมชน		
ระดับมาก	3	7.14
ระดับปานกลาง	24	57.14
ไม่มีปัญหา	15	35.72
9.2 ปัญหาการขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการในชุมชน		
ระดับมาก	9	21.43
ระดับปานกลาง	18	42.86
ระดับน้อย	3	7.14
ไม่มีปัญหา	12	28.57
9.3 ปัญหาการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการในชุมชน		
ระดับมาก	12	28.57
ระดับปานกลาง	24	57.14
ระดับน้อย	6	14.29
10. ผู้ประกอบการในชุมชนคาดว่าจะส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตำบลเกาะเกิด		
ส่ง	36	85.72
ไม่ส่ง	6	14.28

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 (ต่อ)

ความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
11. การร่วมทุนและเป็นสมาชิกศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการ		
ร่วมทุนและเป็นสมาชิก	39	92.86
ไม่ร่วมทุนและไม่เป็นสมาชิก	3	7.14

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการขายผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีขายปลีก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ส่งไปจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 ไม่ได้ส่งไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ส่งไปจำหน่ายที่ศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ส่งไปจำหน่ายที่ตลาดภายในจังหวัด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่ได้ส่งไปจำหน่ายที่ตลาดต่างจังหวัดจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 ไม่ได้ส่งไปจำหน่ายที่ตลาดต่างประเทศ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบกลุ่ม (ผู้จำหน่าย) --> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบกลุ่ม (ผู้จำหน่าย) --> ศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบกลุ่ม (ผู้จำหน่าย) --> ผู้ค้าปลีก --> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค จำนวน 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.14 ไม่ใช้ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบบกลุ่ม (ผู้จำหน่าย) --> ผู้ค้าส่ง --> ผู้ค้าปลีก--> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 จำหน่ายสินค้าที่ทำการหรือ ร้านค้าของชุมชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่ได้จำหน่ายสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 จำหน่ายสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้ในจังหวัด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 จำหน่ายสินค้าที่ร่วมงานการแสดงสินค้าของชุมชน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเหมาะสมระดับปานกลาง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 หาลูกค้าเองโดยกิจกรรมการส่งเสริมการขาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ไม่ได้หาลูกค้าในต่างประเทศ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 เป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดและนักท่องเที่ยวจำนวน 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.14 มีปัญหาการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาดของผู้ประกอบการในชุมชนระดับปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 มีปัญหาการขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการระดับปานกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 มีปัญหาการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ประกอบการระดับปานกลางจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 มีผู้ประกอบการคาดว่าจะส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 และร่วมทุนและเป็นสมาชิกศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละ ของความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
1. การทำการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม		
ไม่มีการทำการส่งเสริมการขาย	9	21.43
มีการทำการส่งเสริมการขาย	33	78.57
2. การส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม		
2.1 โฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ใบปลิว		
มีการทำโฆษณา	6	14.28
ไม่มีการทำโฆษณา	36	85.72
2.2 ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน		
มีการขายโดยพนักงาน	36	85.72
ไม่มีการขายโดยพนักงาน	6	14.28
2.3 มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ตามโอกาส		
มีการส่งเสริมการขาย	24	57.14
ไม่มีการส่งเสริมการขาย	18	42.86

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
2.4 มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่ม ชุมชนแก่สื่อมวลชน		
มีการประชาสัมพันธ์	9	21.43
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	33	78.57
2.5 มีการจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน		
มีการจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน	6	14.28
ไม่มีการจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน	36	85.72
2.6 มีการร่วมงานแสดงสินค้า		
มีการร่วมงานแสดงสินค้า	27	64.29
ไม่มีการร่วมงานแสดงสินค้า	15	35.71
3. การโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม		
3.1 การโฆษณาทางโทรทัศน์		
ไม่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์	42	100.00
3.2 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์		
มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3	7.14
ไม่มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	39	92.86
3.3 การโฆษณาทางวิทยุ		
มีการโฆษณาทางวิทยุ	9	21.43
ไม่มีการโฆษณาทางวิทยุ	33	78.57
3.4 การโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ		
มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	9	21.43
ไม่มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ	33	78.57

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพร้อมด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	42	**100.00**
3.5 การโฆษณาทางเว็บไซต์		
มีการโฆษณาทางเว็บไซต์	6	14.28
ไม่มีการโฆษณาทางเว็บไซต์	36	85.72
4. มีการรับประกันหรือส่งคืนสินค้าได้ทั้งหมด		
มีการรับประกันหรือส่งคืนได้บางอย่าง	38	90.47
ไม่มีการรับประกันหรือส่งคืน	4	9.53
5. ความเหมาะสมทางด้านส่งเสริมการขาย		
ระดับมาก	4	9.53
ระดับปานกลาง	38	90.47

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการทำการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ไม่มีการส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ใบปลิว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 มีการขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ตามโอกาส จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่มีการประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ไม่มีการจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 มีการร่วมงานแสดงสินค้า จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 ไม่มีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ทางโทรทัศน์ จำนวน 42 คน คิดเป็น ร้อยละ 100.00 ไม่มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 ไม่มีการโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ไม่มีการโฆษณาทางใบปลิว แผ่นพับ จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 78.57 ไม่มีการโฆษณาทางเว็บไซต์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 85.72 มีการรับประกันหรือส่งคืนได้บางอย่าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 90.47 และมีความเหมาะสมทางด้านส่งเสริมการขายระดับปานกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 90.47

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แสดงรายละเอียดดังตาราง 8

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านการประสานงาน ด้านศักยภาพชุมชน แสดงรายละเอียดดังตาราง 9-13

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละ ของคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	16	**100.00**
1. เพศ		
ชาย	8	50.00
หญิง	8	50.00
2. อายุ		
41-50 ปี	6	37.50
51-60 ปี	8	50.00
60 ปีขึ้นไป	2	12.50
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	3	18.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	31.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	25.00
อนุปริญญา/ปวส.	2	12.50
ปริญญาตรี	2	12.50

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	16	**100.00**
4. สถานภาพสมรส		
โสด	2	12.50
สมรส	14	87.50

จากตาราง 8 พบว่า คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และสถานภาพสมรส จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 9 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด

ด้านการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
1. ทำเลที่ตั้ง		
ทำเลที่ตั้งการจัดจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสมมากที่สุด	18	31.03
ทำเลที่ตั้งการจัดจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสมมาก	40	68.97
2. จำนวนและชนิดของสินค้า		
จำนวนและชนิดสินค้าวางจำหน่ายเหมาะสมน้อย	22	37.93
จำนวนและชนิดสินค้าวางจำหน่ายเหมาะสมน้อยที่สุด	36	62.07
3. ช่องทางการจำหน่าย		
ช่องทางการจำหน่ายมีความเหมาะสมน้อย	11	18.97
ช่องทางการจำหน่ายมีความเหมาะสมน้อยที่สุด	47	81.03

จากตาราง 9 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทำเลที่ตั้งการจัดจำหน่ายสินค้าเหมาะสมมาก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 68.97 จำนวนและชนิดสินค้าวางจำหน่ายเหมาะสมน้อยที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 62.07 และช่องทางการจำหน่ายมีความเหมาะสมน้อยที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 81.03

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 10 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเงิน

ด้านการเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
1. เงินทุน		
มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย	19	32.76
มีเงินทุนหมุนเวียนน้อยที่สุด	39	67.24
2. ระบบบัญชี		
มีการจัดทำระบบบัญชีอย่างต่อเนื่องน้อย	5	8.62
มีการจัดทำระบบบัญชีอย่างต่อเนื่องน้อยที่สุด	53	91.38
3. แหล่งเงินทุน		
มีแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนน้อย	7	12.07
มีแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนน้อยที่สุด	51	87.93

จากตาราง 10 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเงินทุนหมุนเวียนน้อยที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 67.24 การจัดทำระบบบัญชีอย่างต่อเนื่องน้อยที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็น 91.38 และแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนน้อยที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็น 87.93

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
1. ความรู้ของบุคลากร		
บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และความรับผิดชอบปานกลาง	11	18.97
บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และความรับผิดชอบน้อย	47	81.03
2. จำนวนผู้ปฏิบัติงาน		
จำนวนผู้ปฏิบัติงานและให้ความร่วมมือน้อย	5	8.62
จำนวนผู้ปฏิบัติงานและให้ความร่วมมือน้อยที่สุด	53	91.38
3. การร่วมกิจกรรม		
บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมน้อย	58	100.00
4. ความเหมาะสมของการจัดจำหน่ายสินค้า		
บุคลากรจัดจำหน่ายสินค้าเหมาะสมน้อย	36	62.07
บุคลากรจัดจำหน่ายสินค้าเหมาะสมน้อยที่สุด	22	37.93
5. ความรู้ความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้า		
บุคลากรมีความสามารถในการจัดจำหน่ายปานกลาง	7	12.07
บุคลากรมีความสามารถในการจัดจำหน่ายน้อย	51	87.93
6. ความเข้าใจและรู้จักสินค้า		
บุคลากรมีความเข้าใจและรู้จักสินค้าในศูนย์ปานกลาง	18	31.03
บุคลากรมีความเข้าใจ และรู้จักสินค้าในศูนย์น้อย	40	68.97

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 11 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าบุคลากรมีความรู้ ความสามารถและความรับผิดชอบน้อย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 81.03 จำนวนผู้ปฏิบัติงานและให้ความร่วมมือน้อยที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 91.38 บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมน้อย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 บุคลากรจัดจำหน่ายสินค้าเหมาะสมน้อยที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 บุคลากรมีความสามารถในการจัดจำหน่ายน้อย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 87.93 และบุคลากรมีความเข้าใจ และรู้จักสินค้าในศูนย์น้อย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 68.97

ตาราง 12 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการประสานงาน

ด้านการประสานงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
1. การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน		
ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่สนับสนุนระดับปานกลาง	5	8.62
ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่สนับสนุนระดับน้อย	53	91.38
2. การรับรู้ของชุมชนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้า ตำบลเกาะเกิด		
รับรู้เกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้าระดับปานกลาง	5	8.62
รับรู้เกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้าระดับน้อย	53	91.38
3. คณะกรรมการดำเนินงานศูนย์จำหน่ายสินค้า มีความพร้อมในการ ติดต่อขอความร่วมมือหน่วยงานอื่นๆ		
ความพร้อมในการติดต่อขอความร่วมมือระดับน้อย	11	18.97
ความพร้อมในการติดต่อขอความร่วมมือระดับน้อยที่สุด	47	81.03

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 12พบว่า ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนระดับน้อย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 91.38 การรับรู้ของชุมชนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้า ตำบลเกาะเกิด มีระดับน้อย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 91.38 และคณะกรรมการดำเนินงานศูนย์จำหน่ายสินค้า ตำบลเกาะเกิด มีความพร้อมในการติดต่อขอความร่วมมือหน่วยงานอื่นๆ ระดับน้อยที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 81.03

ตาราง 13 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพ

ด้านศักยภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
1. การฝึกอบรมในเรื่องศูนย์จำหน่ายสินค้า		
เคยได้รับการฝึกอบรม	47	81.03
ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม	11	18.97
2. ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงาน		
พัฒนาชุมชน	22	37.93
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	15	25.87
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	7	12.07
การท่องเที่ยว	8	13.79
สถาบันการศึกษา	3	5.17
ไม่เคยได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานใด	3	5.17
3. ได้รับการฝึกอบรมในเรื่อง		
ฝึกอบรมเรื่องการเป็นผู้ประกอบการ	7	12.07
ฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์	8	13.79
ฝึกอบรมเรื่องการบริการลูกค้า	22	37.93
ฝึกอบรมเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม	15	25.87
ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม	6	10.34

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 13 (ต่อ)

ด้านศักยภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
4. องค์กรในชุมชนที่ช่วยเหลือเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้า		
พัฒนาชุมชน	19	32.76
องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	10	17.24
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	8	13.79
การท่องเที่ยว	6	10.34
สถาบันการศึกษา	15	25.87
5. องค์กรที่ช่วยเหลือมีการกำหนดหรือดำเนินการด้าน		
ดำเนินการด้านพัฒนาหรือปรับปรุงสถานที่	7	12.07
ดำเนินการด้านปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน	22	37.93
ดำเนินการด้านจัดตั้งกลุ่ม/ชุมชนผู้ประกอบการ	19	32.76
ดำเนินการด้านจัดงบประมาณช่วยเหลือ	10	17.24
6. ผู้นำชุมชนมีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้า		
ผู้นำชุมชนมีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษา	22	37.93
ผู้นำชุมชนไม่มีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษา	36	62.07
7. ผู้นำชุมชนให้อิสระในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้า		
ผู้นำชุมชนให้อิสระระดับปานกลาง	24	41.38
ผู้นำชุมชนให้อิสระระดับน้อย	19	32.76
ผู้นำชุมชนให้อิสระระดับน้อยที่สุด	15	25.86
8. การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าในชุมชน		
เคยมีการกำหนดมาตรการ	34	58.62
ไม่เคยมีการกำหนดมาตรการ	24	41.38

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 13 (ต่อ)

ด้านศักยภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	58	**100.00**
9. กำหนดมาตรการด้าน		
มาตรการด้านการกำหนดประเภท/รูปแบบของผลิตภัณฑ์	10	17.24
มาตรการด้านการกำหนดระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	19	32.76
มาตรการด้านการกำหนดมาตรการ/ กฎ ไม่ให้มีการสร้างความเดือดร้อนให้นักท่องเที่ยว	14	24.14
ไม่เคยกำหนดมาตรการ	15	25.86
10. พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค		
ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตรที่แปรรูป	20	34.48
ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น	24	41.38
ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับตกแต่ง	14	24.14

จากตาราง 13 พบว่า ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า เคยได้รับการฝึกอบรมในเรื่องศูนย์จำหน่ายสินค้า จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 81.03 ได้รับการฝึกอบรมจากพัฒนาชุมชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 ได้รับการฝึกอบรมในเรื่องการบริการลูกค้า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 พัฒนาชุมชนมีส่วนช่วยเหลือเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 32.76 องค์กรได้ช่วยเหลือหรือดำเนินการด้านปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 ผู้นำชุมชนไม่มีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้า จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 62.07 ผู้นำชุมชนให้อิสระในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการจัดจำหน่ายสินค้าระดับปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 41.38 ชุมชนเคยมีการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าในชุมชน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 58.62 ชุมชนเคยกำหนดมาตรการในด้านการกำหนดระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 32.76 และผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในชุมชนมีพฤติกรรมซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 41.38

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สภาพปัจจุบันการดำเนินงาน และความต้องการให้มีการดำเนินงาน ของผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงรายละเอียดดังตาราง 14 - 19

ตาราง 14 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านจุดมุ่งหมายร่วม

ด้านจุดมุ่งหมายร่วม	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. เพื่อสร้างศูนย์จำหน่ายที่เข้มแข็ง	1.67	0.87	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
2. เพื่อเพิ่มพูนรายได้	1.76	0.66	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
3. เพื่อสร้างความสามัคคีและชื่อเสียงของชุมชน	1.67	0.47	น้อยที่สุด	4.72	0.45	มากที่สุด
4. เพื่อสร้างงานให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง	1.47	0.71	น้อยที่สุด	4.66	0.48	มากที่สุด
รวม	1.64	0.77	น้อยที่สุด	4.75	0.43	มากที่สุด

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านจุดมุ่งหมายร่วม อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน ด้านจุดมุ่งหมายร่วมในระดับมากที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 15 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. การร่วมกิจกรรมกลุ่ม	1.84	0.37	น้อย	4.81	0.39	มากที่สุด
2. การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	2.16	0.37	น้อย	4.81	0.39	มากที่สุด
3. การมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานเพื่อชุมชน	1.67	0.87	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
4. การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	2.41	0.50	น้อย	4.72	0.45	มากที่สุด
รวม	2.02	0.52	น้อย	4.79	0.40	มากที่สุด

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ ข้อ 3 การมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานเพื่อชุมชน ส่วนข้ออื่นๆ นั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 16 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์ จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร

ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกลุ่มและสถานที่จำหน่าย	1.26	0.44	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
2. มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่ควบคุมง่าย	1.41	0.50	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
3. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์จำหน่ายอื่น	2.10	0.64	น้อย	4.81	0.39	มากที่สุด
รวม	1.59	0.53	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อย คือ ข้อ 3 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์จำหน่ายอื่นส่วนข้ออื่นๆ นั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ ส่วนและมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 17 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์ จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน

ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีการประชุมเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาในชุมชน	1.28	0.45	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
2. ผู้นำกลุ่มมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานเพื่อชุมชน	1.57	0.50	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
รวม	1.43	0.47	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด

จากตาราง 17 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 18 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านการเชื่อมโยง

ด้านการเชื่อมโยง	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. มีศูนย์การติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในและภายนอก	1.00	0.00	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
2. มีวิธีการบริการลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ	1.81	0.39	น้อย	4.81	0.39	มากที่สุด
3. มีองค์กรภายนอกให้การสนับสนุนด้านความรู้ ทักษะในอาชีพ	1.88	0.33	น้อย	4.72	0.45	มากที่สุด
รวม	1.56	0.72	น้อยที่สุด	4.78	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า ด้านการเชื่อมโยง โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ ข้อ 1 มีศูนย์การติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในและภายนอก ส่วนข้ออื่นๆ นั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน ด้านการเชื่อมโยง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 19 สภาพปัจจุบันและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	n = 58					
	สภาพปัจจุบัน			ความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านจุดมุ่งหมายร่วม	1.64	0.77	น้อยที่สุด	4.75	0.43	มากที่สุด
2. ด้านบุคลากร	2.02	0.52	น้อย	4.79	0.40	มากที่สุด
3. ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร	1.59	0.53	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
4. ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน	1.43	0.47	น้อยที่สุด	4.81	0.39	มากที่สุด
5. ด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้า	1.56	0.72	น้อยที่สุด	4.78	0.41	มากที่สุด
รวม	1.65	0.60	น้อยที่สุด	4.79	0.40	มากที่สุด

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้เกี่ยวข้อง มีความเห็นว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อย คือ ข้อ 2 ด้านบุคลากร ส่วนข้ออื่นๆ นั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ และมีความต้องการให้ศูนย์จำหน่ายสินค้ามีการดำเนินงาน โดยภาพรวมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แสดงรายละเอียดดังตาราง 20

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางและการซื้อสินค้าของผู้บริโภค จำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะการเดินทาง ประเภทสินค้าที่ซื้อ สถานที่ที่ซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง และความถี่ในการซื้อสินค้าในรอบ 6 เดือน แสดงรายละเอียดดังตาราง 21

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จำแนกตาม ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านบริการ และด้านสินค้า แสดงรายละเอียดดังตาราง 22-25

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	200	**100.00**
1. เพศ		
ชาย	95	47.50
หญิง	105	52.50
2. อายุ		
20-30 ปี	82	41.00
31-40 ปี	51	25.50
41-50 ปี	12	6.00
51-60 ปี	15	7.50
60 ปีขึ้นไป	40	20.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	200	**100.00**
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	42	21.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	3.50
อนุปริญญา/ปวส.	58	29.00
ปริญญาตรี	91	45.50
4. สถานภาพสมรส		
โสด	59	29.50
สมรส	105	52.50
หม้าย/หย่าร้าง	36	18.00
5.อาชีพ		
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	78	39.00
พนักงานบริษัท	69	34.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	17.00
เกษตรกร/รับจ้าง	19	9.50
6. รายได้ต่อเดือน		
6,000-6,999 บาท	6	3.00
7,000-7,999 บาท	78	39.00
8,000 บาทขึ้นไป	116	58.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 20 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 สถานภาพสมรส จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และรายได้ต่อเดือน 8,000 บาทขึ้นไป จำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 58.00

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเดินทางและการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	200	**100.00**
1. วัตถุประสงค์การเดินทาง		
จับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า	81	40.50
ท่องเที่ยว พักผ่อน	66	33.00
ติดต่อธุรกิจ เยี่ยมลูกค้า	30	15.00
เยี่ยมญาติ เพื่อน	15	7.50
ปฏิบัติราชการ	8	4.00
2. ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางมาเอง	146	73.00
ซื้อทัวร์ทัศนาจร	38	19.00
จัดโดยหน่วยงาน บริษัท องค์กร	16	8.00
3. ประเภทสินค้าที่ซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อาหาร	96	48.00
เครื่องดื่ม	188	94.00
ผ้าเครื่องแต่งกาย	145	72.50
เครื่องใช้ เครื่องประดับตกแต่ง	177	88.50
ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	137	68.50
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	167	83.50

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	200	**100.00**
4. สถานที่ที่ซื้อสินค้า		
ศูนย์จำหน่ายสินค้าต่างๆ	65	32.50
ห้างสรรพสินค้าในจังหวัด	67	33.50
แหล่งขายของฝากทั่วไป	61	30.50
ริมถนน	7	3.50
5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง		
201-500 บาท	11	5.50
501-1,000 บาท	75	37.50
1,001 บาทขึ้นไป	114	57.00
6. ความถี่ในการซื้อสินค้าในรอบ 6 เดือน		
น้อยกว่า 6 ครั้ง	125	62.50
6 – 9 ครั้ง	66	33.00
มากกว่า 12 ครั้ง	9	4.50

จากตาราง 21 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 เดินทางมาเอง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 เครื่องดื่ม จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 ผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 เครื่องใช้ เครื่องประดับตกแต่ง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 67คน คิดเป็น ร้อยละ 33.50 ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 1,001 บาทขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในรอบ 6 เดือนน้อยกว่า 6 ครั้ง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 22 ความต้องการของผู้บริโภคด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตำบลเกาะเกิด

ด้านสถานที่จำหน่าย	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ป้ายบอกทาง	2.86	0.35	มาก
2. สภาพการเข้าถึง/เส้นทางคมนาคม	2.57	0.50	มาก
3. สถานที่จอดรถกว้างขวาง	2.50	0.50	มาก
4. จุดชำระสินค้าที่เพียงพอ	2.65	0.48	มาก
5. ห้องน้ำสะอาด	2.90	0.29	มาก
รวม	2.70	0.42	มาก

จากตาราง 22 พบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมผู้บริโภคมีความต้องการในระดับมาก ($\overline{X}$ = 2.70, S.D. = 0.42) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่ามีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ความต้องการห้องน้ำสะอาด ความต้องการป้ายบอกทาง ความต้องการจุดชำระสินค้าที่เพียงพอ ความต้องการสภาพการเข้าถึง/เส้นทางคมนาคม และความต้องการสถานที่จอดรถกว้างขวาง ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 23 ความต้องการของผู้บริโภคด้านการบริการของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด

ด้านบริการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. เปิดให้บริการเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์	2.81	0.39	มาก
2. เปิดให้บริการทุกวัน	2.62	0.49	มาก
3. การแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆให้ผู้บริโภคทราบ	2.55	0.57	มาก
4. การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.63	0.67	มาก
5. การให้บริการแบบร้านค้าชุมชน	2.41	0.49	มาก
6.การจัดให้บริการนวดแผนไทยภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า	2.37	0.82	มาก
7. การจัดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในตำบลทุกแห่ง	2.45	0.78	มาก
8. สื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้า	2.57	0.50	มาก
9. เว็บไซต์แนะนำศูนย์จำหน่ายสินค้า	2.68	0.47	มาก
รวม	2.56	0.57	มาก

จากตาราง 23 พบว่า ความต้องการของผู้บริโภคด้านบริการ โดยรวมผู้บริโภคมีความต้องการในระดับมาก ($\overline{X}$ = 2.56, S.D. = 0.57) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ความต้องการเปิดให้บริการเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ ความต้องการเว็บไซต์แนะนำศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ความต้องการการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความต้องการเปิดให้บริการทุกวัน ความต้องการสื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้า ความต้องการการแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆให้ผู้บริโภคทราบ ความต้องการการจัดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในตำบลทุกแห่ง ความต้องการการให้บริการแบบร้านค้า และความต้องการการจัดให้บริการนวดแผนไทยภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 24 ความต้องการของผู้บริโภคด้านสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตำบลเกาะเกิด

ด้านสินค้า	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ผลิตภัณฑ์และบริการมากมาย หลากหลาย	2.64	0.55	มาก
2. ผลิตภัณฑ์และบริการมีราคาเหมาะสม	2.75	0.43	มาก
3. ผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพ	2.78	0.41	มาก
4. การรับประกันผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่พอใจยินดีคืนเงิน	2.68	0.54	มาก
5. การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และเป็นระเบียบ	2.51	0.73	มาก
6. การจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์	2.65	0.48	มาก
รวม	2.66	0.52	มาก

จากตาราง 24 พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการด้านสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 2.66, S.D. = 0.52) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมีราคาเหมาะสม ความต้องการการรับประกันผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่พอใจยินดีคืนเงิน ความต้องการการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมากมาย หลากหลาย และความต้องการการจัดวางผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และเป็นระเบียบ ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 25 ความต้องการของผู้บริโภคด้านสถานที่ ด้านบริการ ด้านสินค้า ของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านสถานที่	2.70	0.42	มาก
2. ด้านบริการ	2.56	0.57	มาก
3. ด้านสินค้า	2.66	0.52	มาก
รวม	2.64	0.50	มาก

จากตาราง 25 พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการด้านสถานที่ ด้านบริการ ด้านสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 2.64, S.D. =0.50) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ความต้องการด้านสถานที่ ด้านสินค้า และด้านบริการตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้นำชุมชนจากการประชุมสนทนากลุ่ม

จากการที่ผู้วิจัยได้เชิญอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ลำยอง ปลั่งกลาง และผู้นำชุมชน ตำบลเกาะเกิด จำนวน 25 คน ประกอบด้วย ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในชุมชน จำนวน 12 คน ตัวแทนผู้จัดบ้านเป็นโฮมสเตย์ จำนวน 1 คน กรรมการดูแลบริการท่องเที่ยวทางน้ำในชุมชน จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอ จำนวน 1 คน ผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน และคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 คน โดยมีการจัดสนทนากลุ่ม 2 ครั้ง ในวันที่ 5 มีนาคม 2552 และ 9 มีนาคม 2553 ตามลำดับ ซึ่งผลจากการประชุมสนทนาดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตำบลเกาะเกิด ได้ดังนี้

การประชุมสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 วันที่ 5 มีนาคม 2552 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกิด ได้ผลดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีจำนวนน้อย ไม่จูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้าเท่าที่ควร แต่นอกจากผลิตภัณฑ์แล้วศูนย์จำหน่ายสินค้าก็ยังมี การให้บริการนวดตัว นวดประคบ และนวดฝ่าเท้า โดยในชุมชน มีผู้สนใจศึกษาการนวดแบบต่าง ๆ จากสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจากการแนะนำของพัฒนาชุมชน อำเภอบางปะอิน ทำให้มีผู้สามารถนวดเพื่อสุขภาพได้จำนวน 5 คน ดังนั้นศูนย์จำหน่ายสินค้าซึ่งมีวัสดุอุปกรณ์อยู่แล้ว จึงเห็นควรให้เปิดดำเนินการในส่วนของบริการนวด

สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้รอด้านการจัดหาทุน ซึ่งจะได้ปรึกษานายกองค์การบริหารส่วนตำบล ต่อไป

2. ด้านราคา ควรมีการศึกษาการตั้งราคาจากแหล่งอื่นๆ มาประกอบการตัดสินใจ หากสามารถจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่ารายอื่นๆ ได้เล็กน้อย ก็สมควรทำ ซึ่งคาดว่าจะทำให้จำหน่ายได้ปริมาณมากขึ้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากปัจจุบันที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า ได้จัดหาสินค้ามาจำหน่ายจำนวนน้อย และสถานที่ตั้งอยู่ลึกจากถนนหลักพอควร รวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลยังไม่พร้อมที่จะจัดเจ้าหน้าที่อยู่ประจำที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงทำให้การจัดจำหน่ายไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง จะเปิดจำหน่ายเมื่อมีกิจกรรมการมาเยี่ยมชมจากกลุ่มองค์กรต่าง ๆ เช่น สถาบันการศึกษา และองค์กรท้องถิ่นอื่นๆ เข้ามาในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนตำบลเกาะเกิด

ดังนั้น ที่ประชุมสนทนาจึงเห็นควรให้มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือองค์กรต่างๆ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนโดยเฉพาะที่เข้ามาซื้อสมุนไพร มาใช้บริการด้านสุขภาพ และ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บ้านพักโฮมสเตย์ ที่ดำเนินการหลักโดยกลุ่มสตรีสมุนไพรอายุวัฒนะ ที่นำโดยคุณลำพูน พรรณไวย ซึ่งกลุ่มสตรีสมุนไพรอายุวัฒนะ ก็ยินดีที่จะแนะนำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่กลุ่มได้มาเยี่ยมชมซื้อสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเสนอให้มีการเปิดศูนย์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในวันหยุดนักขัตฤกษ์ด้วยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอื่นๆ ด้วย และอีกแนวทางหนึ่งคือ ควรจัดหาเงินทุนเพิ่มขึ้นจากสมาชิกหรือจากองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ นอกจากสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพียงด้านเดียวมาจำหน่ายให้กับคนในชุมชนด้วย เพื่อจะเป็นการเพิ่มรายได้ และจำหน่ายสินค้าราคาถูก เพื่อกระตุ้นจูงใจผู้บริโภคในชุมชนด้วย

จากปัญหาและแนวทางดำเนินการด้านการจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวนี้ คณะกรรมการบริหารจะได้จัดประชุมเตรียมดำเนินการต่อไป โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนคณะกรรมการผู้ที่มีเวลาในการดำเนินงานด้านต่างๆ เนื่องจากผู้อำนวยการซึ่งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ไม่มีเวลาเพียงพอ และกรรมการอื่นๆ มีภารกิจส่วนตัว จึงเห็นควรให้ดำเนินการในส่วนที่มีความพร้อมก่อน กล่าวคือ ในชุมชนมีผู้ที่สามารถนวดเพื่อสุขภาพได้ 4 ราย และอยู่ในระหว่างศึกษาการนวดเพิ่มเติม 1 ราย รวมเป็น 5 ราย ให้มาเปิดบริการนวดก่อน เพื่อดึงดูดผู้เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจากบ้านคุณลำพูน พรรณไวย โดยแบ่งอาคารศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนหน้าให้เปิดดำเนินการ ส่วนสินค้าอื่นควรรีบดำเนินการหลังจากการจัดประชุมครั้งนี้ โดยคณะกรรมการชุดเดิมควรดำเนินงานตามแนวทางจากนายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่านใหม่ ที่เข้ามาดำรงตำแหน่งในเดือนตุลาคม 2552

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ควรจัดสินค้าประเภทอาหารที่สามารถทดลองชิมได้ไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนให้มากขึ้น เพราะในชุมชนส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์อาหารอยู่แล้ว และจัดทำป้ายบอกทางเข้ามาในชุมชนให้ชัดเจน เหมาะสม เข้าใจง่าย นอกจากนี้ควรเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในชุมชนให้นำผลิตภัณฑ์มาวางจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพราะปัจจุบันนี้กลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด เนื่องจากศูนย์ดังกล่าวตั้งอยู่ริมถนนหลัก เห็นได้ง่าย เข้าถึงง่ายกว่า

การประชุมสนทนากลุ่มครั้งที่ 2 วันที่ 9 มีนาคม 2553 ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ได้ผลดังนี้

ผลที่ได้จากครั้งที่ 1 ทำให้มีการเปิดดำเนินการในส่วนของบริการการนวด และได้มีการติดต่อกับทางกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เพื่อนำอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญทางการนวดแผนไทยมาสอนวิธีการนวดแบบใหม่ๆ และมีการมอบใบประกอบวิชาชีพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

นวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ หลังจากที่เรียนจบแล้ว ซึ่งการนวดแผนไทยได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนตุลาคม 2552 ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด มีรายละเอียดการให้บริการ ดังนี้

ค่าบริการการนวดแผนไทยต่อชั่วโมง

นวดตัว	100	บาท
นวดประคบ	200	บาท
นวดฝ่าเท้า	100	บาท

ส่วนบุคลากรที่เป็นผู้นวด มีจำนวน 7 คน และจะมีการจัดลำดับตามจำนวนผู้นวด โดยมีการหักรายได้เข้าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จำนวน 20 บาทต่อวันต่อคน ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ทางองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกิดเป็นผู้รับผิดชอบ

มีการระดมทุนในการแปรรูปเห็ด ของทางคุณฉัตรมณี มาศิริ ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และทางอาจารย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ร่วมทำวิจัยได้ร่วมทุน เป็นจำนวนเงิน 30,000 บาท โดยมีเงื่อนไขการให้ทุน “ต้องมีการเปิดดำเนินการของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ภายในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2553” ซึ่งทางคุณฉัตรมณี มาศิริ จะเป็นผู้หา และติดต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ มาวางจำหน่ายภายในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด

ในส่วนของโครงการทั้ง 3 โครงการ คือ โครงการจัดหาทุนในการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด โครงการอบรมให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องในการจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และโครงการประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ได้นำมาพิจารณาและดำเนินการต่อ