



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ 2) ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 4) พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 58 คน (ประกอบด้วยคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 42 คน) ผู้นำชุมชน จำนวน 25 คน และผู้บริโภค จำนวน 200 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการประชุมสนทนากลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการ สรุปได้ ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 69.05

1.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 มีรูปแบบการรวมกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 มีสถานะกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 มีการร่วมทุนจากสมาชิก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 92.86 และส่วนใหญ่ไม่ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

133

1.3 ความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มียี่ห้อ (Brand) มีการพัฒนารูปแบบอยู่บ้าง การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ คุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาการผลิตมีน้อยเช่นขาดความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ก้าวหน้า ส่วนการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และด้านเงินทุน ไม่มีปัญหา

1.3.2 ด้านราคา ส่วนใหญ่กำหนดราคาตามความต้องการตลาด ผลิตภัณฑ์บางรายการมีราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน วิธีการขายเป็นแบบขายเงินสด โดยไม่มีการให้เครดิต ในการกำหนดราคาไม่มีปัญหา โดยมีราคาเหมาะสมระดับปานกลาง

1.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์โดยวิธี ขายปลีกและวางจำหน่ายในพื้นที่ร้านค้าชุมชน ไม่ได้ส่งไปจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบลเกาะเกิด มีบางส่วนส่งไปจำหน่ายในศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด ส่งไปจำหน่ายในตลาดภายในจังหวัด และส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างจังหวัด ไม่มีส่งไปตลาดต่างประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมระดับปานกลาง การส่งเสริมการขาย มีหน่วยราชการและองค์กรต่างๆช่วยแนะนำการขาย ให้แก่ลูกค้าทั่วไปหรือผู้บริโภคต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว การดำเนินงานทางด้านการตลาดพบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาด การขาดสถานที่สำหรับจัดจำหน่ายสินค้า และการขาดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดระดับปานกลาง และมีการส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด บ้างเป็นครั้งคราวที่มีผู้เข้าเยี่ยมชมกิจการ

1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความไม่ชัดเจนในการส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ไม่มีการส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยวิธีการโฆษณา แต่มีการขายโดยสมาชิกในชุมชน มีการลด แลก แจก แถม ตามโอกาส หรือเมื่อผู้บริโภคซื้อครั้งละจำนวนมาก ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยตรงจากกลุ่ม ไม่มีการจัดทำเว็บไซต์ (Website) ของกลุ่มชุมชน ไม่มีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์โดยโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทางวิทยุ หรือทางใบปลิว แต่มีการไปร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางการจัดขึ้น มีแผ่นพับ มีการรับประกันหรือส่งคืน ได้บางอย่าง โดยการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมระดับปานกลาง

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุปได้ ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

134

50.00 มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50

2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

2.2.1 ด้านการตลาด สรุปว่า ท่าเลที่ตั้งจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เหมาะสมระดับมาก จำนวนและชนิดสินค้าวางจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายมีความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด

2.2.2 ด้านการเงิน สรุปว่า เงินทุนหมุนเวียน การจัดทำระบบบัญชี และแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกด้าน

2.2.3 ด้านบุคลากร สรุปว่า บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความรับผิดชอบในระดับน้อย เช่นเดียวกับบุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้เห็นว่า จำนวนผู้ปฏิบัติงานและความพร้อมให้ความร่วมมือของบุคลากรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.4 ด้านการประสานงาน สรุปว่า มีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน ที่ให้การสนับสนุน การรับรู้ของชุมชน และประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้า อยู่ใน ระดับน้อย ส่วนคณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้า มีความพร้อมในการติดต่อขอความร่วมมือ หน่วยงานอื่นๆ ระดับน้อยที่สุด

2.2.5 ด้านศักยภาพของผู้เกี่ยวข้องในการจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้า สรุปว่า มีความคิดเห็นว่ามีศักยภาพพอที่จะดำเนินการได้ เพราะทั้งนี้เคยได้รับการฝึกอบรมในเรื่องศูนย์ จำหน่ายสินค้าจากพัฒนาชุมชน ในเรื่องการบริหารลูกค้า การจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชน รวมทั้งมี องค์กรได้ช่วยเหลือหรือดำเนินการด้านปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน ช่วยเหลือหรือดำเนินการ ด้านจัดตั้งกลุ่ม/ชุมชน แต่ผู้นำชุมชนมีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับศูนย์จำหน่าย สินค้าค่อนข้างน้อย โดยให้อิสระในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าระดับ ปานกลาง นอกจากนี้ชุมชนเคยมีโอกาสในการกำหนดมาตรการต่างๆเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าใน ชุมชน เช่น การกำหนดระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และทราบว่าผู้บริโภคในชุมชนมีพฤติกรรมซื้อ สินค้าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. ผลการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุปได้ ดังนี้

3.1 ด้านจุดมุ่งหมายร่วม สรุปว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานด้านจุดมุ่งหมาย ร่วม อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ ส่วนความต้องการ สรุปว่า มีความต้องการให้มีการดำเนินงานด้าน จุดมุ่งหมายร่วมในระดับมากที่สุด ทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

135

3.2 ด้านบุคลากร เห็นว่า สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ สรุปว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ ข้อ 3 การมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานเพื่อชุมชน ส่วนข้ออื่นๆ นอกนั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ส่วนความต้องการการดำเนินงานด้านบุคลากร สรุปว่า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

3.3 ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร สรุปว่า สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ สรุปว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อย คือ ข้อ 3 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์จำหน่ายอื่นส่วนข้ออื่นๆ นอกนั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ ส่วนความต้องการการดำเนินงานด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร สรุปว่า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

3.4 ด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน เห็นว่าสภาพปัจจุบันของการดำเนินงานด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ ส่วนความต้องการ สรุปว่า มีความต้องการให้มีการดำเนินงานด้านการสร้างความร่วมมือของชุมชน ในระดับมากที่สุด ทั้งโดยรวมและรายข้อ

3.5 ด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุปว่า สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ สรุปว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ ข้อ 1 มีศูนย์การติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในและภายนอก ส่วนข้ออื่นๆ นอกนั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ส่วนความต้องการการดำเนินงานด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุปว่า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

4. ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีสถานภาพสมรส จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และมีรายได้ต่อเดือน 8,000 บาทขึ้นไป จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

4.2 พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาเพื่อจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีการเดินทางมาเอง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 มีการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล 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 มีการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ห้างสรรพสินค้า จำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.50 มีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 1,001 บาทขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และมีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในรอบ 6 เดือนน้อยกว่า 6 ครั้ง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50

4.3 ความต้องการของผู้บริโภค มีดังนี้

4.3.1 ระดับความต้องการของผู้บริโภคสินค้าด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมผู้บริโภคมีความต้องการในระดับมาก ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 0.42) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ความต้องการห้องน้ำสะอาด ความต้องการป้ายบอกทาง ความต้องการจุดชำระสินค้าที่เพียงพอ ความต้องการสภาพการเข้าถึง/เส้นทางคมนาคม และความต้องการสถานที่จอดรถกว้างขวางตามลำดับ

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

4.3.3 ระดับความต้องการของผู้บริโภคด้านสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.66$, S.D. = 0.52) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความต้องการมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมีราคาเหมาะสม ความต้องการการรับประกันผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่พอใจยินดีคืนเงิน ความต้องการการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการมากมายหลากหลาย และความต้องการการจัดวางผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และเป็นระเบียบ ตามลำดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นประเภทอาหาร อาจเป็นเพราะชุมชนนอกเมืองมักประกอบอาหารพื้นบ้านทานเองทุกวันๆจึงมีความสามารถในการผลิตเพื่อจำหน่ายได้ด้วย รูปแบบการรวมกลุ่มอาชีพเป็นแบบกลุ่มแม่บ้าน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไม่ออกไปทำงานนอกบ้าน จึงรวมกลุ่มได้ง่าย สถานะกลุ่มเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งมาจากการส่งเสริมของภาครัฐ ตั้งแต่ พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ทุนส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุนจากสมาชิก สมาชิกใช้ทุนไม่มากนัก กลุ่มสามารถใช้ทุนของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตต์ไส แก้วบุญเรือง (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ชุมชนในโครงการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการเป็นกลุ่ม โดยไม่มีการจดทะเบียน คือ รวมกลุ่มกันคล้ายแม่บ้าน ในส่วนของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่ส่งผลิตภัณฑ์ผลิตเข้าคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เน่าเสียง่าย ส่งคัดสรรจะยุ่งยากในการถนอมอาหาร

1.2 ความพร้อมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการ อภิปรายได้ดังนี้

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มียี่ห้อ (Brand) อาจเป็นเพราะอาหารสดไม่จำเป็นต้องมียี่ห้อ มีการพัฒนารูปแบบอยู่บ้าง เนื่องจากผู้ผลิตเป็นกลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาน้อย จึงอาจคิดว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีความสำคัญ การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง อาจเป็นเพราะจำหน่ายในชุมชนไม่ได้ส่งไปจำหน่ายในที่อื่น ๆ มากนัก บรรจุภัณฑ์จึงเป็นการบรรจุถุงธรรมดาที่เพียงพอแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา สุภาภรณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง กิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ :กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง พบว่า ไม่มีความรู้เรื่องการออกแบบใหม่ๆ ขาดเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ขายได้ช้า ขาดเงินทุนหมุนเวียน ผลิตภัณฑ์เกิดเชื่อราได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ตลาดไม่กว้าง คุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการมีปัญหาคำเนินงานพบว่า มีน้อยเช่นขาดความรู้และทักษะ ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

138

ความก้าวหน้าอยู่บ้าง อาจเป็นเพราะกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ไม่มากนัก จึงเห็นว่าไม่ค่อยเป็นปัญหา แม้ว่าจะขาดทักษะ ขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่บ้างก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และด้านเงินทุนในการดำเนินงาน

1.2.2 ด้านราคา ส่วนใหญ่กำหนดราคาตามความต้องการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตรี ภูตระกูล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากกอกในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ด้านการกำหนดราคา ผู้ผลิตและคณะกรรมการกลุ่มจะเป็นผู้กำหนดตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ต้นทุน และความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ที่พบว่าผลิตภัณฑ์บางรายการมีราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน อาจเป็นเพราะวิธีการขายสินค้าเป็นแบบขายเงินสด โดยไม่มีการให้เครดิต เนื่องจากเห็นว่ามีราคาเหมาะสมระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคในชุมชน และซื้อในจำนวนไม่มาก ทั้งนี้โดยไม่มีสภาพของการแข่งขันมาประกอบการพิจารณา

1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์โดยวิธีขายปลีกและวางจำหน่ายในพื้นที่ร้านค้าชุมชน ไม่ได้ส่งไปจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของตำบล ไม่ได้เปิดจำหน่ายทุกวัน มีบางส่วนส่งไปจำหน่ายในศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด ตลาดภายในจังหวัด และตลาดต่างจังหวัด แต่ไม่มีส่งไปตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจเนื่องจากไม่มีเงินทุน และสินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา สุภากรณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง พบว่า มีแหล่งจำหน่ายทั้งภายในจังหวัด และ ต่างจังหวัด นอกจากนี้มีความเห็นว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมระดับปานกลาง เนื่องจากการส่งเสริมการขายโดยหน่วยราชการและองค์กรต่างๆช่วยแนะนำการขาย ให้แก่ลูกค้าทั่วไปรวมทั้งผู้บริโภคต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว ส่วนการดำเนินงานทางด้านการตลาดพบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ ความสามารถในการหาตลาด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ที่ดูแลยังไม่มีความรู้ในเรื่องของการตลาด และการขาดแคลนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ยังไม่สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่มีการส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายศิลปาชีพเกาะเกิด

1.2.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความไม่ชัดเจนในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ไม่มีการส่งเสริมการตลาดหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้วยวิธีการโฆษณา เพราะศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ไม่ได้เปิดดำเนินการทุกวัน การโฆษณา



จึงยังไม่มีคามจำเป็น แต่มีการขายโดยสมาชิกในชุมชน มีการส่งเสริมเนื่องจากการดึงดูใจ ผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้า ภายในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารการตลาดของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Kotler) (อตุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546 : 11) การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและบริหาร การคิดค้น การวางราคา การส่งเสริม การตลาดและการจัดจำหน่ายความคิด สินค้าและบริการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนอง เป้าหมายของบุคคลและองค์กร ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ไม่มีการประชาสัมพันธ์โดยตรงจาก กลุ่ม ไม่มีการจัดทำเว็บไซต์ (Website) ของกลุ่มชุมชน หรือการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์โดยโทรทัศน์ ทางหนังสือพิมพ์ ทางวิทยุ และทางใบปลิว แต่มีการไปร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางหน่วยงานราชการ จัดขึ้น มีการรับประกันหรือส่งคืน ได้บางอย่าง โดยสรุปมีความเหมาะสมทางด้านส่งเสริมการขาย ระดับปานกลางการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ตามโอกาส

2. ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 ด้านการตลาด พบว่า มีทำเลที่ตั้งจำหน่ายสินค้าเหมาะสมมาก เพราะเป็นทาง คมนาคมของตำบลเกาะเกิด และใกล้หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ วนิตา แก้วเนตร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ ระลึกประเภทหัตถกรรม บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่

2.2 ด้านการเงิน พบว่า มีการจัดทำระบบบัญชี และแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนอยู่ ในระดับน้อยที่สุดทุกด้าน เพราะศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน จึงไม่มีการทำระบบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตติกา แสนโกชน. (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี พบว่า สภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ส่วนมากมีปัญหาเรื่องเงินทุน การบันทึกข้อมูลรายรับ - รายจ่ายไม่ครบ แยกประเภทรายรับ - รายจ่ายไม่ได้ ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง ไม่ได้จัดทำรายงานทางการเงิน ไม่ทราบกำไรขาดทุนที่ แท้จริง

2.3 ด้านบุคลากร พบว่า มีความรู้ ความสามารถ และความรับผิดชอบในระดับน้อย อาจเป็นเพราะศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ยังไม่ได้เปิดดำเนินการ ทุกวัน อย่างถาวร บุคลากรที่ดูแลจึงยังไม่สามารถที่จะนำความรู้ ความสามารถ ที่มีมาใช้ในงานได้ เช่นเดียวกับบุคลากรที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมอยู่ในระดับน้อย เพราะศูนย์จำหน่าย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ยังไม่ได้เปิดดำเนินการทุกวัน จึงไม่มีกิจกรรม นอกจากนี้เห็นว่า จำนวนผู้ประกอบการและความพร้อมให้ความร่วมมือของบุคลากรอยู่ในระดับน้อยที่สุด เพราะบุคลากรที่มีไม่เชื่อมั่นว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จะเปิดดำเนินการได้ จึงไม่สนใจที่จะให้ความร่วมมือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตรี ภูตระกูล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากกกในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สมาชิกหลายคนยังไม่มี ความชำนาญในการผลิต ด้านการตลาด

2.4 ด้านการประสานงาน พบว่า มีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการรับรู้ของชุมชน และประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะยังไม่มี การประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้า เนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะเปิดดำเนินการเฉพาะมีแขกมาเยี่ยมชม และใช้บริการเท่านั้น ส่วนคณะกรรมการดำเนินงานศูนย์จำหน่ายสินค้า มีความพร้อมในการติดต่อขอความร่วมมือหน่วยงานอื่น ๆ ระดับน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะยังไม่สามารถเปิดดำเนินการได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตต์ไส แก้วบุญเรือง (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง พบว่า ปัญหาการขาดความรู้ ความสามารถในการประสานงานในชุมชน

2.6 ด้านศักยภาพชุมชน พบว่า มีศักยภาพพอที่จะดำเนินการได้ เพราะทั้งนี้เคยได้รับการฝึกอบรมในเรื่องศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จากพัฒนาชุมชน ในเรื่องการบริการลูกค้า การจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชน รวมทั้งมีองค์กรได้ช่วยเหลือหรือดำเนินการด้านปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน ช่วยเหลือหรือดำเนินการด้านจัดตั้งกลุ่ม/ชุมชน แต่ผู้นำชุมชนมีส่วนช่วยเหลือให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ก่อนข้างน้อย อาจเป็นเพราะผู้นำชุมชนขาดความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตติกา แสนโกชน (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการภายในกลุ่ม จากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ ในส่วนของการจำหน่ายให้อิสระในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการจัดจำหน่ายสินค้าระดับปานกลาง เนื่องจากต้องคอยดูแลความเรียบร้อย นอกจากนี้ชุมชนเคยมีโอกาสนในการกำหนดมาตรการต่างๆ เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าในชุมชน เช่น การกำหนดระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และทราบว่าผู้บริโภคในชุมชนมีพฤติกรรมซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการอุดหนุน และช่วยเหลือคนในท้องถิ่น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

3. รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

3.1 ด้านบุคลากร สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะบุคลากรขาดความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานที่เพียงพอ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ การมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานเพื่อชุมชน อาจเป็นเพราะกลุ่มคัดสรรกรรมการจากชุมชนเท่าที่มีอยู่ไม่สามารถดำเนินการตามหลักการบริหารจัดการบุคคล ทั้งในด้านคุณลักษณะของกรรมการหรือการคัดเลือก จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความต้องการการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งได้แก่ การร่วมกิจกรรมกลุ่ม การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

3.2 ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์จำหน่ายอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งนี้ยังไม่ได้เปิดจำหน่ายอย่างเต็มที่ แต่จะเปิดจำหน่ายเฉพาะช่วงที่มีผู้เข้ามาศึกษาดูงานเท่านั้น จึงอาจไม่เห็นความสำคัญที่จะต้องไปติดต่อเชื่อมโยงกับศูนย์จำหน่ายสินค้าอื่นๆ แต่อย่างใด และต่างไปจากกลุ่มจักษสานตามงานวิจัยของอาร์ม หรุ่นศิริ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา เรื่อง แนวนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มจักษสาน ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง พบว่า นโยบายนี้ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จักษสานของบางเจ้าฉ่า ทางสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย ส่วนการดำเนินงาน มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกลุ่มและสถานที่จำหน่าย มีการจัดการในระดับน้อยที่สุดเช่นกัน อาจเป็นเพราะศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ไม่ได้เปิดจำหน่ายทุกวัน ดังนั้นจึงทำให้มีความต้องการการดำเนินงานด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ มีการประชาสัมพันธ์และสถานที่จำหน่าย รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์จำหน่ายอื่น เพราะเป็นสิ่งที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทุกที่ควรมีและปฏิบัติ

3.3 ด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า สภาพปัจจุบันการดำเนินงานด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเห็นว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ไม่ได้เปิดดำเนินการทุกวัน จึงไม่มั่นใจที่จะนำสินค้ามาวางจำหน่าย เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด คือ มีศูนย์การติดต่อประสานงานกับองค์กรภายในและภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตติกา แสนโกษณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนา



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

142

ศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการภายในกลุ่ม จากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ ส่วนข้ออื่นๆ นอกนั้น มีสภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความต้องการการดำเนินงานด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับ ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ มีวิธีการบริการลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ มีองค์กรภายนอกให้การสนับสนุนด้านความรู้ ทักษะในอาชีพ

4. พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่าย สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลได้ คือ ความคิดเห็นจากผู้บริโภค พบว่า มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อ จ้างจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อ สินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ในส่วนของการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาเอง เพราะเป็นจังหวัดที่เดินทางมาสะดวก และไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ เครื่องประดับตกแต่งตามลำดับ เพราะเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สถานที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ห้างสรรพสินค้า เพราะสะดวกและครบครัน มีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1,001 บาทขึ้นไป ความถี่ในการซื้อ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในรอบ 6 เดือนน้อยกว่า 6 ครั้ง เพราะผู้บริโภคมีสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งอื่นๆ ให้เลือกเป็นจำนวนมาก ในด้านความต้องการต่อการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ด้านสถานที่ ด้านบริการ และด้านสินค้า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน เพราะเป็นสิ่งชี้วัดมาตรฐานและคุณภาพของสถานที่แห่งนั้นๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งนี้มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไป ประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. การบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ให้มี ประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญที่ควรจัดการเป็นอันดับแรก คือการนำศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด เข้ามาอยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมี งบประมาณและบุคลากรในการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบล



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เกาะเกิด ให้เปิดดำเนินการได้ และมีแหล่งทุนสนับสนุน เนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ยังหาข้อสรุปไม่ได้ว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานใด จึงทำให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด มีการพัฒนาต่อไปได้ยาก

2. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรมีการส่งบุคลากรไปฝึกอบรม หรือส่งไปดูงานตามสถานที่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาพัฒนา และปรับปรุงศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ให้สามารถเปิดดำเนินการได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด มีปัญหาในเรื่องของบุคลากรขาดความรู้ความสามารถ ในการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด

3. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรสร้างจุดมุ่งหมายร่วม และสร้างความร่วมมือกับคนในชุมชน โดยการจัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตำบลเกาะเกิด และสร้างกิจกรรมการตลาด เช่น การมีส่วนลด การขายทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน เพราะคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และเด็ก ส่วนวัยทำงานจะไปทำงานต่างถิ่นหรือทำงานโรงงาน เนื่องจากผู้บริโภครุ่นใหญ่เดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น และของผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จึงควรส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มาจำหน่าย เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

4. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรมีการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกัน ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด เช่น สาริตกระบวนการผลิต อาทิเช่น กระบวนการผลิตขนมข้าวยาตุ การผลิตกาละแม เป็นต้น สร้างวิถีชีวิตชาวบ้าน อาทิเช่น การจัดตลาดน้ำหน้าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการแต่งกายย้อนยุคในวันสำคัญต่างๆ และมีสินค้าอุปโภคบริโภคที่คนในชุมชนเป็นผู้ผลิต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นเหตุผลและจุดดึงดูดให้บริษัทที่เขavnานักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการนำสินค้ามาวางจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด มากขึ้น เนื่องจากเพราะเห็นว่าศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ไม่สามารถเรียกผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้า และไม่สามารถเปิดดำเนินการขายสินค้าได้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

5. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรมีการสร้างความร่วมมือกันระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อื่นๆ กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน เพื่อความยั่งยืนของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้บริโภคไม่นิยมเดินทางมาศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะเห็นว่าไม่มีกิจกรรมให้ทำ ดังนั้นศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงควรร่วมมือกันเพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ให้ผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาชมสินค้าและร่วมกิจกรรมกับทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

6. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรวางแผนการบริหารจัดการแบบบูรณาการ โดยการเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ตั้งแต่กลุ่มผู้ประกอบการ ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้เกิดแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เป็นการหลีกเลี่ยงปัญหาต่างคนต่างคิด ซึ่งส่งผลให้เกิดพันธมิตรที่เข้มแข็งและส่งผลให้มีการเติบโตของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเติบโตของชุมชนด้วย เช่น ผู้ประกอบการในชุมชนนำสินค้าที่ผลิตมาวางจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน โดยการหาบริษัทนำเที่ยวเข้ามาชมสินค้า ทำให้เกิดการรับรู้ และเกิดช่องทางการจำหน่ายของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้น เนื่องจากศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ไม่มีผู้บริโภคเข้ามาเยี่ยมชมสินค้า ทำให้มีสินค้าที่วางจำหน่ายมีเพียงไม่กี่ชนิด จึงส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปได้โดยยาก

7. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด กับทางบริษัทนำเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และเพื่อให้ทางบริษัทนำเที่ยวนำนักท่องเที่ยวมาแวะชมสินค้าในศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยให้ค่าตอบแทนแก่บริษัทนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวมาซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และชุมชนตำบลเกาะเกิด อันจะเป็นช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามควรมีมติจากกรรมการในชุมชนก่อน

8. ทางศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ควรมีการดำเนินโครงการ 3 โครงการนี้คือ โครงการจัดหาทุนในการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โครงการอบรมให้ความรู้แก่คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโครงการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

145

ประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ได้มีการดำเนินการไว้ เพื่อเป็นประโยชน์กับศูนย์จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อื่นๆ ต่อไป เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการดำเนิน โครงการนำร่องไว้แล้ว และพบว่าเกิดประโยชน์ต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด ได้จริง จึงเห็นว่าเหมาะสมที่จะให้มีการดำเนินโครงการต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาลักษณะเชิงคุณภาพของศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการในชุมชน หรือใช้เวลาพูดคุยสอบถามกับผู้นำชุมชนให้มากขึ้น ในเรื่องของแนวคิด ข้อเสนอแนะ และความต้องการของคนในชุมชน เพื่อนำสิ่งที่ได้มาทดลองปฏิบัติ และพัฒนาให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เปิดดำเนินการได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้นจึงควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาเชิงขยายผลทางด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้เพื่อผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการประยุกต์ใช้ได้ต่อไป

3. ผู้วิจัยควรมีการสานต่อโครงการทั้ง 3 โครงการตามข้อเสนอแนะข้อ 7 คือ โครงการจัดหาทุนในการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โครงการอบรมให้ความรู้แก่คณะกรรมการศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโครงการประชาสัมพันธ์ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ได้มีการดำเนินการไว้ เพื่อเป็นประโยชน์กับศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลเกาะเกิด และศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป