

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างทั่วไปของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 2) เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาหนึ่งตำบลนึงผลิตภัณฑ์ไทยโดยใช้คะแนนตามเกณฑ์ OTOP Champion และ 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลของการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลนึงผลิตภัณฑ์ไทยกับผลการจัดระดับสินค้าตามเกณฑ์ ประชารท์ที่ใช้ศึกษา คือ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายทุกตำบลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีข้อมูลครบถ้วน จำนวน 368 ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์คัวประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์คัววิธีจำแนกกลุ่มสามารถพยากรณ์หรือทำนายผลจากการให้คะแนนของกรรมการว่าผลิตภัณฑ์ใดควรอยู่ในกลุ่มไหน ถูกต้องถึง 74.9 % ซึ่งเป็นการยืนยันผลการตรวจสอบผลการวิเคราะห์คัวประกอบว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญต่อการเป็น OTOP Champion ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย และในแต่ละปัจจัยประกอบด้วยเกณฑ์การคัดสรรดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านการผลิตและการตลาด ประกอบด้วยเกณฑ์คัดสรร 10 ตัวคือ กำลังการผลิต, จำนวนแหล่งจ้างหนาแน่นสินค้า, แหล่งจ้างหนาแน่นลักษณะสินค้า, ช่องทางการจัดจำหน่าย, ความต่อเนื่องของตลาด, รายได้ใน การจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา, ช่วงระยะเวลาในการผลิต, การขยายแรงงาน/กำลังการผลิต, การสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจของลูกค้า และศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจ้างหนาแน่น

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยเกณฑ์คัดสรร 4 ตัวคือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์, ฉลากและเครื่องหมาย, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยเกณฑ์คัดสรร 5 ตัวคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น, เรื่องราวของผลิตภัณฑ์, ที่มาของรูปแบบ สีสัน ของผลิตภัณฑ์, หลักเกณฑ์เฉพาะ ลักษณะทั่วไป และการพัฒนา รูปแบบ สีสัน ของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชนชั้น ประกอบด้วยเกณฑ์คัดสรร 3 ตัวคือ การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม, ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม, กองทุนของกลุ่ม

สุดท้ายปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ประกอบด้วยเกณฑ์คัดสรร 1 ตัวคือ การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต

และสามารถตัดเกณฑ์การคัดสรร 3 ตัวออกໄก็ คือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี, คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และแหล่งที่มาของวัสดุคุณ

## ABSTRACT

**TE 155846**

The objective of this quantitative research was 1) to study general structures of fabric and cloth products 2) to analyze critical factors affecting development of OTOP under criteria of OTOP champion, and 3) to investigate and compare the results of OTOP product selections. The subjects were 368 products produced under OTOP project, including fabrics and clothes from every data-eligible Tambon of the Northeast of Thailand. Data were subsequently analyzed through factor analysis and Discriminant analysis.

The results from Discriminant analysis suggested that validity in predicting and forecasting marks given by the committee to categorize the products was as high as 74.9%. The results were compatible to five factors of OTOP champion criteria, including as follows.

1. Production and marketing factors included 10 selective criteria, namely productivity, number of marketplace, mainstream of product distribution, distribution channels, consistency of market, sale volume compared with previous year, production period, increase of labor force/productivity, generations of motivation and customer satisfaction, and potential productivity for distribution, respectively.
2. Packaging factors included 4 selective criteria, namely design of package, label and trademark, packaging development, and standard certification mark, respectively.
3. Product differentiation factors included 5 selective criteria, namely local wisdom, originality of product, originality of design, color of product, particular and general criteria, and product development on design and color, respectively.
4. Community empowerment factor included 3 selective criteria, namely organization/group management, period of group establishment, and group fund, respectively.
5. Environmentally friendly development factors included only one selective criterion, environment protection from production process.

Finally, three selective criteria were eliminated; development of product model produced in one year round, quality of products and sources of raw materials, respectively.