บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง"พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความรู้ความเข้าใจและความพึงพอใจในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ของประชาชน" โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสารทั่วไป
3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. ผลการวิเคราะห์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
6. ผลการวิเคราะห์ข้อบกพร่องเกี่ยวกับการสื่อสาร ที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
7. การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล

เพื่อความสะดวกและความเข้าใจให้ตรงกันในการแปลความหมาย และการนำเสนอผล การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความรู้ความเข้าใจและความพึงพอใจในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ของประชาชน โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

S.D แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติในการแจกแจงแบบ t

F แทน ค่าสถิติพิจารณาในการแจกแจงแบบ F

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่4.1

ตารางที่ 4.1

(n=400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	141	35.25
หญิง	259	64.75
2. อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 20	21	5.25
20-29	96	24.00
30-39	124	31.00
40-49	93	23.25
50 ปีขึ้นไป	66	16.50
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 – ม.3)	13	3.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	43	10.75
ปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	35	8.75
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	256	64.00
สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.75
4. อาชีพ		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	50	12.50
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	191	47.75
นักศึกษา	40	10.00
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	25	6.25
อื่น ๆ	91	22.75
ไม่ระบุ	3	0.75

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน (บาท)		
ไม่เกิน 10,000	107	26.75
10,001-20,000	119	29.75
20,001-30,000	84	21.00
30,001-40,000	49	12.25
50,001 ขึ้นไป	35	8.75
ไม่ระบุ	6	1.50

จากการศึกษาลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.75 และเป็นเพศชายร้อยละ 35.25

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 20-29 ปี และ อายุระหว่าง 40-49 ปี ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 23.25 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีและมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ใกล้เคียงกัน คิดเป็น ร้อยละ 11.75 และ 10.75 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาเป็นอาชีพอื่นๆ และค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 22.75 และ 12.50 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.75 รองลงมามี รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.75 และ 21.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไป

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา และความถี่ในการเปิดรับจำแนกตามประเภทของสื่อ ดังแสดงในตารางที่4.2 - 4.3

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละการเปิดรับสื่อในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	338	84.50
นิตยสาร / วารสาร	202	50.50
วิทยุกระจายเสียง	222	55.50
โทรทัศน์	370	92.50
สื่ออินเตอร์เน็ต	244	61.00
สื่อเฉพาะกิจ	40	10.00
สื่อบุคคล	131	32.75
สื่อรณรงค์ต่างๆ	72	18.00
อื่น ๆ	4	1.00

จากการศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถามใน 1 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 92.50 รองลงมาเป็นอ่านหนังสือพิมพ์ และฟังวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 84.50 และ 55.50 ตามลำดับ สำหรับการเปิดรับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณา เอกสารราชการ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความถี่ในการเปิดรับสื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการเปิดรับ
หนังสือพิมพ์	3.95	1.279	มาก
นิตยสาร / วารสาร	2.59	1.060	น้อย
วิทยุกระจายเสียง	3.75	1.397	มาก
โทรทัศน์	4.80	0.564	มากที่สุด
สื่ออินเตอร์เน็ต	3.29	1.476	ปานกลาง
สื่อเฉพาะกิจ	3.38	1.386	ปานกลาง
สื่อบุคคล	1.73	0.926	น้อยที่สุด
สื่อรณรงค์ต่างๆ	2.04	1.005	น้อย
อื่น ๆ	2.43	1.618	น้อย
รวม	3.49	.86990	มาก

จากการศึกษาระดับการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถามใน 1 เดือน ที่ผ่านมา จำแนกตามประเภทสื่อในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับสื่อใน 1 เดือนที่ผ่านมาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.49)

เมื่อพิจารณาตามประเภทสื่อ พบว่าสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ($\bar{x}$ = 4.80) สื่อที่เปิดรับอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ และวิทยุกระจาย เสียง ($\bar{x}$ =4.80และ3.75) สื่อที่เปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจและสื่ออินเตอร์เน็ต ($\bar{x}$ = 3.38 และ 3.29) สื่อที่เปิดรับอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ นิตยสาร/วารสาร สื่อประเภทอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา เอกสารราชการ และสื่อรณรงค์ต่างๆ ($\bar{x}$ = 2.59, 2.43 และ 2.04) และสื่อที่เปิดรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล ($\bar{x}$ = 1.73)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามเกี่ยวกับการเคยพบเห็น และได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับโครงการ จำแนกตามประเภทสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ดังแสดงในตารางที่4.4 – 4.5

ตารางที่ 4.4 การเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการเปิดรับ
โฆษณาทางโทรทัศน์	4.06	1.132	มาก
โฆษณาทางวิทยุ	3.42	1.480	มาก
อินเตอร์เน็ต	2.98	1.607	ปานกลาง
ประชาสัมพันธ์ / บิลบอร์ด	3.29	1.412	ปานกลาง
ใบปลิว	2.60	1.542	น้อย
คู่มือ / แผ่นพับ	2.52	1.398	น้อย
สื่อเฉพาะกิจ	2.19	1.386	น้อย
สื่อรณรงค์ต่างๆ	2.43	1.426	น้อย
อื่นๆ	2.90	2.025	ปานกลาง
รวม	3.20	1.10112	ปานกลาง

จากการศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อมวลชน โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภท พบว่า สื่อมวลชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ โฆษณาทางโทรทัศน์ และโฆษณาทางวิทยุ ($\bar{x}$=4.06 และ 3.42) สื่อที่พบเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ / บิลบอร์ด อินเตอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ ป้ายโฆษณา ($\bar{x}$ = 3.29, 2.98 และ 2.90) สื่อที่เปิดรับอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ใบปลิว คู่มือ / แผ่นพับ สื่อรณรงค์ต่างๆ และสื่อเฉพาะกิจ ($\bar{x}$ = 2.60, 2.52, 2.43 และ 2.19)

ตารางที่ 4.5 การเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการเปิดรับ
พ่อ-แม่	1.93	1.230	น้อย
แฟน (คู่รัก)	2.01	1.220	น้อย
เพื่อน	2.51	1.168	น้อย
เพื่อนบ้าน	2.10	1.218	น้อย
ญาติพี่น้อง	2.16	1.149	น้อย
เจ้านาย / หัวหน้าที่ทำงาน	1.95	1.182	น้อย
เพื่อนร่วมงาน	2.46	1.201	น้อย
สมาชิกในครอบครัว	2.44	1.284	น้อย
ญาติ	2.15	1.209	น้อย
ชาวบ้านทั่ว ๆ ไป	1.85	1.120	น้อย
อื่นๆ	2.18	1.722	น้อย
รวม	2.39	1.08702	น้อย

จากการศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อบุคคล โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามเคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ = 2.39) และเมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภท พบว่า สื่อบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบเห็นอยู่ในระดับน้อยทุกประเภท

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ความรู้ ความเข้าใจในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกตอบว่าใช่ หรือไม่ใช่ ตามประเด็นคำถามต่าง ๆ ให้ตรงกับความรู้ ความเข้าใจ จำนวน 15 ข้อ ดังแสดงในตารางที่4.6

ตารางที่ 4.6 ความรู้ความเข้าใจในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเด็นคำถาม

ความรู้ความเข้าใจ ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	ตอบถูกต้อง		ตอบไม่ถูกต้อง		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ภายใต้การรับผิดชอบของกระทรวงมหาดไทย	279	69.75	113	28.25	8	2.00
2. โครงการกองทุนหมู่บ้านละล้านไม่ใช่โครงการที่เกี่ยวโยงกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	138	34.50	262	65.50	0	0.00
3. โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นแนวคิดที่ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนโดยเน้นเรื่องต่อไปนี้ การผลิต การจำหน่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์	265	66.25	135	33.75	0	0.00
4. กลไกสำคัญของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" คือ ประชาชนท้องถิ่น	373	93.25	27	6.75	0	0.00
5. การลดความซ้ำซ้อนของสินค้าพื้นที่ใกล้เคียง ไม่ใช่วัตถุประสงค์ของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	137	34.25	259	64.75	4	1.00
6. ประชาชนในท้องถิ่น เป็นคนกำหนดผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	366	91.50	32	8.00	2	0.50
7. สินค้าและบริการ คือ ความหมายของคำว่า "ผลิตภัณฑ์" ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	285	71.25	112	28.00	3	0.75
8. ท่านคิดว่ารัฐบาลมุ่งเน้นสนับสนุนด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากที่สุดในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	292	73.00	107	26.75	1	0.25

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจ ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	ตอบถูกต้อง		ตอบไม่ถูกต้อง		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. การวิจัยการตลาดไม่ใช่กลยุทธ์ในการขยายตลาดของ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	117	29.25	279	69.75	4	1.00
10. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นผลิตภัณฑ์ที่หายาก	296	74.00	100	25.00	4	1.00
11. เมื่อชุมชนตัดสินใจเข้าร่วมในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" สิ่งที่จะต้องทำในลำดับต่อไปคือ แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน	323	80.75	77	19.25	0	0.00
12. โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" มีจุดหมายที่จะแก้ไขปัญหาหลาย ๆ ด้านการลดปัญหาการอพยพย้ายที่อยู่เป็นจุดมุ่งหมายของโครงการ	56	14.00	344	86.00	0	0.00
13. หนึ่งในเป้าหมายของโครงการโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" คือการพัฒนาศักยภาพชุมชน ความสามารถในการจัดการสินค้าชุมชน คือสิ่งชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพชุมชน	387	96.75	12	3.00	1	0.25
14. OTOP คือตราสัญลักษณ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในปัจจุบัน	391	97.75	8	2.00	1	0.25
15. การส่งเสริมการแข่งขันระหว่างท้องถิ่น ไม่ใช่กลยุทธในการพัฒนากระบวนการโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	91	22.75	308	77.00	1	0.25

จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในประเด็น OTOP คือตราสัญลักษณ์ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในปัจจุบัน เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 97.75 รองลงมาเป็นหนึ่งในเป้าหมายของโครงการ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาศักยภาพชุมชน ความสามารถในการจัดการสินค้าชุมชน คือสิ่งชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพชุมชน และกลไกสำคัญของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือประชาชนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 96.75 และ 93.25 และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดคือโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีจุดหมายที่จะแก้ไขปัญหาหลาย ๆ ด้าน การลดปัญหาการอพยพย้ายที่อยู่เป็นจุดมุ่งหมายของโครงการ คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและจำแนกรายข้อ ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถาม ทุกข้อ และแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับความเป็นจริงตามระดับความคิดเห็น จำนวน 11 ข้อ ดังแสดงในตารางที่4.7

ตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจต่อ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ท่านรู้สึกอย่างไรที่รัฐบาลจัดให้มี โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ขึ้น	4.41	0.639	พอใจอย่างยิ่ง
2. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการดำเนินงาน โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของรัฐบาล	4.02	0.808	พอใจ
3. ท่านรู้สึกอย่างไรกับสินค้าและบริการของ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	4.08	0.688	พอใจ
4. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการประชาสัมพันธ์ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	3.74	0.796	พอใจ
5. ท่านรู้สึกอย่างไรกับสินค้าหรือบริการ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ระดับ 5 ดาว	4.17	0.720	พอใจ
6. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการกำหนดมาตร,ฐานสินค้าใน โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	3.96	0.748	พอใจ
7. ท่านรู้สึกอย่างไรกับสินค้าของ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่ขายบน E-Com (ทาง website)	3.73	0.769	พอใจ
8. ท่านรู้สึกอย่างไรกับโลโก้ของ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	4.07	0.651	พอใจ
9. ท่านรู้สึกอย่างไรกับแพคเก็จของสินค้าในโครงการ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	3.94	0.669	พอใจ

ตารางที่4.7 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
10. ท่านรู้สึกอย่างไรกับสถานที่ของ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	4.06	0.738	พอใจ
11. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการส่งเสริมการขายของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"	4.03	0.735	พอใจ
รวม	4.02	0.489	พอใจ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ ($\bar{x} = 4.02$)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับพอใจ ยกเว้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจอย่างยิ่ง เกี่ยวกับการที่รัฐบาลจัดให้มีโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ขึ้น ($\bar{x} = 4.41$)

ตอนที่ 6 ข้อบกพร่องเกี่ยวกับการสื่อสาร ที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข เกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อบกพร่องที่เกิดจากการสื่อสาร เกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการแก้ไข ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามโดยการเขียนแสดงความคิดเห็น และนำมาจัดหมวดหมู่ ดังแสดงในตารางที่4.8

ตารางที่ 4.8 ข้อบกพร่องเกี่ยวกับการสื่อสารที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข เกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการประชาสัมพันธ์		
- ความสม่ำเสมอต่อเนื่อง	15	15.15
- สื่อที่ใช้โฆษณา (เช่น เอกสาร แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ)	36	36.37
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยไม่ระบุประเภท	48	48.48
รวม	99	100.00

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อบกพร่องของการสื่อสารที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข เกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อบกพร่องด้านการประชาสัมพันธ์โดยไม่ระบุประเภท เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 48.48 รองลงมาเป็นข้อบกพร่องด้านสื่อที่ใช้โฆษณา เช่น เอกสาร แผ่นพับ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ อินเตอร์เน็ต วิทยุ และโทรทัศน์ มีน้อยเกินไป และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 36.37 และ 15.15 ตามลำดับ

ตอนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจ และความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กับลักษณะทางประชากร ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.9 – 4.26

ตารางที่ 4.9 ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเพศ

เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t
ชาย	2.72	2.719	-0.391
หญิง	2.76	2.759	

จากการศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอายุ

อายุ (ปี)	$\bar{x}$	S.D.	F
ต่ำกว่า 20	2.59	0.881	3.520**
20-29	2.66	0.781	
30-39	2.65	0.948	
40-49	2.71	1.009	
50 ปีขึ้นไป	3.15	1.141	
รวม	2.75	0.971	

* P < 0.01

จากการศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ = 2.59)

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ใน โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอายุ

ความคิดเห็น	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี					
20-29 ปี	0.0689				
30-39 ปี	0.0539	-0.0150			
40-49 ปี	0.1212	0.0523	0.0673		
50 ปีขึ้นไป	0.5550*	0.4861**	0.5011**	0.4338**	

** P < 0.01

จากการศึกษาเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับ ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี 30-34 ปี และ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.12 ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	F
ประถมศึกษา	2.71	1.376	0.590
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 – ม.3)	2.55	1.048	
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2.81	1.066	
ปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2.72	0.889	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.79	0.954	
สูงกว่าปริญญาตรี	2.56	0.982	
รวม	2.75	0.972	

จากการศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	2.91	1.072	2.347*
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	2.73	0.937	
นักศึกษา	2.65	0.823	
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	3.23	1.328	
อื่น ๆ	2.62	0.894	
รวม	2.75	0.970	

* $p < 0.05$

จากการศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ใน โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ

ความคิดเห็น	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	นักศึกษา	แม่บ้าน /พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	อื่น ๆ
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว					
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	-0.1737				
นักศึกษา	-0.2617	-0.0880			
แม่บ้าน /พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	0.3255	0.4992*	0.5873*		
อื่น ๆ	-0.2827	-0.1090	-0.0210	-0.6083**	

* P < 0.05 , ** P < 0.01

จากการศึกษาเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน มีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับ ผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแตกต่างกับ ผู้ที่มีอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัท และนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 ความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ (บาท)	$\bar{x}$	S.D.	F
ไม่เกิน 10,000	2.56	0.811	2.385
10,001-20,000	2.77	0.9131	
20,001-30,000	2.68	0.911	
30,001-40,000	3.04	1.262	
50,001 ขึ้นไป	2.87	1.103	
รวม	2.74	0.963	

จากการศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบทุกกลุ่มรายได้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}$ = 2.56)

ตารางที่ 4.16 ความแตกต่างของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเพศ

เพศ	คะแนนรวมเฉลี่ย	S.D.	t
ชาย	9.5248	1.71790	0.312
หญิง	9.4710	1.50520	

* P < 0.05

จากการศึกษาความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ความแตกต่างของความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอายุ

อายุ (ปี)	คะแนนรวมเฉลี่ย	S.D.	F
ต่ำกว่า 20	9.3810	1.53219	0.389
20-29	9.3750	1.66227	
30-39	9.6210	1.53333	
40-49	9.4409	1.65807	
50 ปีขึ้นไป	9.5152	1.48057	
รวม	9.4900	1.58150	

จากการศึกษาความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	คะแนนรวมเฉลี่ย	S.D.	F
ประถมศึกษา	9.83	1.472	1.777
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 – ม.3)	9.92	1.656	
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	8.91	1.359	
ปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9.34	1.454	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	9.53	1.666	
สูงกว่าปริญญาตรี	9.75	1.276	
รวม	9.49	1.581	

จากการศึกษาความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ

อาชีพ	คะแนนรวมเฉลี่ย	S.D.	F
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	9.20	1.714	2.799
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	9.55	1.581	
นักศึกษา	9.22	1.818	
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	8.80	1.258	
อื่น ๆ	9.78	1.381	
รวม	9.48	1.577	

* $p < 0.05$

จากการศึกษาความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอาชีพอื่น ๆ และอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัท มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ " หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 9.55 และ 9.78) สำหรับนักศึกษา ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}$ = 9.22, 9.20, และ 8.80)

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ด้านอาชีพ

ความคิดเห็น	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	นักศึกษา	แม่บ้าน /พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	อื่น ๆ
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว					
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0.3550				
นักศึกษา	0.0250	-0.3300			
แม่บ้าน /พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	-0.4000	-0.7550*	-0.4250		
อื่น ๆ	0.5802*	0.2252	0.5552	0.9802**	

* P < 0.05 , ** P < 0.01

จากการศึกษาเปรียบเทียบรายคู่ของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 ความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ (บาท)	$\bar{x}$	S.D.	F
ไม่เกิน 10,000	9.2617	1.51307	2.047
10,001-20,000	9.6891	1.59314	
20,001-30,000	9.7262	1.62326	
30,001-40,000	9.4490	1.58195	
50,001 ขึ้นไป	9.1143	1.40945	
รวม	9.5000	1.56983	

จากการศึกษาความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านเพศ

เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t
ชาย	3.99	0.532	-0.962
หญิง	4.04	0.465	

จากการศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ความแตกต่างของความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอายุ

อายุ (ปี)	$\bar{x}$	S.D.	F
ต่ำกว่า 20	3.91	0.645	2.012
20-29	4.00	0.460	
30-39	3.97	0.520	
40-49	4.01	0.484	
50 ปีขึ้นไป	4.16	0.399	
รวม	4.02	0.489	

จากการศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	F
ประถมศึกษา	4.17	0.157	0.536
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 – ม.3)	3.87	0.813	
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4.07	0.389	
ปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4.07	0.589	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.01	0.476	
สูงกว่าปริญญาตรี	3.99	0.484	
รวม	4.02	0.490	

จากการศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	4.1145	.55063	1.910
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	4.0282	.46310	
นักศึกษา	3.8614	.63852	
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ทำงานอยู่ที่บ้าน	4.1269	.38951	
อื่น ๆ	3.9924	.45110	
รวม	4.0203	.49052	

จากการศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ (บาท)	$\bar{x}$	S.D.	F
ไม่เกิน 10,000	3.9805	.52449	0.655
10,001-20,000	4.0293	.47788	
20,001-30,000	3.9992	.53391	
30,001-40,000	4.1109	.40774	
50,001 ขึ้นไป	3.9951	.44074	
รวม	4.0167	.49163	

จากการศึกษาความแตกต่างของความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน