

แพรวภัทรา เขียวชะอุ่ม 2546: การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของสมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก ปรินญาวิทยา ศาสตร มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิชาจิตวิทยา ประธาน กรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์จำรอง เงินดี, กศ.ม. 165 หน้า
ISBN 974-359-608-9

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมและทัศนคติ ต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการเปิดรับข่าวสาร กับ ทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ การมีส่วนร่วมกับทัศนคติ ต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" 4) ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานในโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ สมาชิกกลุ่มอาชีพ จังหวัดนครนายก จำนวน 165 คน การเก็บ ข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก วิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกกลุ่มอาชีพ มีทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อยู่ใน ระดับดี มีการเปิดรับข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง ความรู้อยู่ในระดับดี และการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับ ปานกลาง 2) ไม่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มอาชีพ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ การศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) สมาชิกกลุ่มอาชีพ ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อ โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) ความรู้ กับการมี ส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01

สรุปปัญหาและอุปสรรค คือ สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ ความชำนาญในการดำเนินงานขั้นธุรกิจ การรวมกลุ่มสมาชิกยังไม่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ซ้ำซ้อนกันและไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัตถุประสงค์ในการ ผลิตมีไม่เพียงพอและมีราคาแพง อุปกรณ์การผลิต ไม่ได้มาตรฐานและมีไม่เพียงพอ ขาดเงินทุนหมุนเวียน มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง มีตลาดไม่แน่นอน การสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ไม่ต่อเนื่อง ผู้วิจัย คิดว่าแนวทางแก้ปัญหาในการดำเนินงาน คือ ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ในด้านต่างๆ มากขึ้น สนับสนุนการ รวมกลุ่มและพัฒนาการดำเนินงานกลุ่ม จัดอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน ส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง และขยายตลาดมากขึ้น หน่วยงานต่าง ๆ ควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือกลุ่มอาชีพอย่าง ต่อเนื่อง ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม มีการประชุม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม เพื่อพัฒนา แก้ไขปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานกลุ่ม

แพรวภัทรา เขียวชะอุ่ม
ลายมือชื่อนี้สุด

27/06/16
ลายมือชื่อประธานกรรมการ

27 / ๓.๖. 2546

Praepattra Keavchaoum 2546: Media Exposure, Knowledge, Participation with Attitudes toward One Tambon One Product Project of Occupational Group's Member of Nakhon Nayok Province. Master of Science (Industrial Psychology), Major Field: Industrial Psychology, Department of Psychology. Thesis Advisor: Mr. Jumrong Ngerndee, M.Ed. 165 pages. ISBN 974-359-608-9

This research has the following objectives 1) media exposure, knowledge, participation and attitudes toward One Tambon One Product Project 2) comparatively study personal factors, level of media exposure and attitudes toward One Tambon One Product Project 3) the relation between knowledge, participation and attitudes toward One Tambon One Product Project 4) operational problems and difficulties in One Tambon One Product Project. The sample group are 165 members of occupational group's member of Nakhon Nayok Province. Structured interviews from questionnaires and in-depth interviews are implemented to collect information. The results are analyzed by a statistical software package. Percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and Pearson coefficient of correlation are statistics employed. Level of statistical significance used in the analysis is 0.5.

The outcomes of the study show that 1) The members of occupational group have good levels of attitudes toward One Tambon One Product project and knowledge. However their media exposure and participation are leveled as average 2) There is no statistically significant difference of attitudes toward One Tambon One Product project when consider different personal factor, namely gender, age, marital status, education and work experience 3) The members of occupational group who have different levels of media exposure have statistically significant difference in the level of attitudes toward One Tambon One Product project with .01 level of significance 4) Knowledge and participation are positively correlated with attitudes toward One Tambon One Product project at .01 level of significance.

In conclusion, the problems and difficulties are the lack of knowledge and expertise in business operation, the lack of solid grouping of the member, similar properties and the lack of uniqueness of the products within the area, the lack of raw material, the high cost of raw material, the lack of high quality production equipment, the lack of cash flow, the lack of product advertisement, uncertain market status and the lack of support from the authorities. The researcher also proposed some guidelines for the solutions to these problems and difficulties which are: providing more insight knowledge and understanding in business operation of One Tambon One Product project, supporting the solid grouping of the members and developing a functional plan for the members, organizing seminars, supporting continuous product development and extending marketing channels, assigning or endorsing relevant authorities to consistently support and assist the occupational group in financial and public advertising aspects and encouraging the group's meeting and brainstorming in order to develop solutions for problems and difficulties encountered in the group's operation.

Praepattra Keavchaoum
Student's signature

Jumrong Ngerndee
Thesis Advisor's signature

27 Oct. 2003