

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลและการนำเสนอผลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ซึ่งผู้วิจัยจะมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ ขั้นตอนที่ 2 ใช้การประชุมกลุ่มย่อย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.1 สภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

4.1.2 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

4.1.2.1 ส่วนที่ 1 ผลผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน คือ

ก) การผลิต

ข) การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ค) ความเข้มแข็งของชุมชน

4.1.2.2 ส่วนที่ 2 ความเป็นไปได้ทางการตลาด ลักษณะคือ (1) การตลาด (2) เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์

4.1.2.3 ส่วนที่ 3 คุณภาพผลิตภัณฑ์ คือ (1) ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์

4.1.3 ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การตั้งการ และการควบคุม

4.1.4 ด้านสภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ คือ

4.1.4.1 ส่วนที่ 1 สภาพความพร้อม ในการดำเนินงาน และส่วนที่ 2 การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.1 สภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

ตารางที่ 4-1 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ชาย	48	42.50	2
หญิง	65	57.50	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-1 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.50 และน้อยที่สุด เป็นเพศชาย จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 20 ปี	3	2.70	6
30-40 ปี	12	10.70	4
41-45 ปี	17	15.10	3
46-50 ปี	31	27.50	2
54-60 ปี	39	34.60	1
61-72 ปี	11	9.80	5
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-2 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในภาพรวมมีอายุระหว่าง 54-60 ปี มากที่สุด จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.50 และน้อยที่สุด มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	6	5.30	5
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	13	11.5	3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	32	28.30	2
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9	8.00	4
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	53	46.90	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-3 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.30 และน้อยที่สุดประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามอำเภอ

อำเภอ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1.เมืองนนทบุรี	23	20.40	2
2.บางกรวย	12	10.60	5
3.บางบัวทอง	15	13.30	4
4.บางใหญ่	22	19.50	3
5.ไทรน้อย	7	6.20	6
6.ปากเกร็ด	34	30.10	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ผลิตสินค้า OTOP อาศัยอยู่อำเภอปากเกร็ด มากที่สุด มีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.40 และน้อยที่สุด อำเภอไทรน้อย มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1.อาชีพหลัก	50	44.20	2
2.อาชีพเสริม	63	55.80	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ผลิตสินค้า OTOP ทำเป็นอาชีพเสริมมากที่สุด จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมาทำเป็นอาชีพหลัก มีจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	14.20	4
5,001-8,000 บาท	28	24.80	2
8,001-11,000 บาท	9	8.00	5

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
11,001-14,000 บาท	7	6.20	6
14,001-17,000 บาท	18	15.90	3
17,001 บาท ขึ้นไป	35	31.00	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-6 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,001 บาทขึ้นไปมากที่สุด มีจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 5,001-8,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001-14,000 บาท น้อยที่สุด มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.20

ตารางที่ 4-7 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตาม ประเภทของการจดทะเบียนสินค้า

ประเภทของการจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1.รายเดี่ยว	67	59.30	1
2.กลุ่มชุมชน	39	34.50	2
3.SMEs	7	6.20	3
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้ผลิตสินค้า OTOP จดทะเบียนประเภทรายเดียวมากที่สุด จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาประเภทกลุ่มชุมชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 และน้อยที่สุดประเภท SMEs จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.20

ตารางที่ 4-8 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
อาหาร	21	18.60	2
เครื่องคั้น	2	1.80	5
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	10	8.80	3
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	5	4.40	4
ของใช้ตกแต่งและของที่ระลึก	75	66.40	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-8 พบว่าประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2552 เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ตกแต่ง/ของที่ระลึกมีมากที่สุด จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.40 รองลงมาได้แก่ อาหาร จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.60 และน้อยที่สุดเครื่องคั้ม จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.80

ตารางที่ 4-9 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน OTOP

ประสบการณ์	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
1-3 ปี	15	13.30	3
4-6 ปี	64	56.70	1
7-10 ปี	32	28.40	2
10 ปีขึ้นไป	2	1.80	4
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-9 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีประสบการณ์ในการทำงานมากที่สุด อยู่ในระหว่าง 4-6 ปี ขึ้นไป จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมาได้แก่ ประสบการณ์ 7-10 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.40 และน้อยที่สุดมีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.80

ตารางที่ 4-10 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการส่งคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2552

ส่งคัดสรร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ส่งเข้าร่วมคัดสรร	94	83.20	1
ไม่ส่งเข้าร่วมคัดสรร	19	16.80	2
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-10 พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการส่งเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ใน ปี พ.ศ. 2552 จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.20 และไม่ส่งเข้าร่วมคัดสรรจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.80

4.1.2 ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จำแนกออกเป็น 3 ส่วน

4.1.2.1 ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน

ก) การผลิต ดังแสดงในตารางที่ 4-11 ถึง 4-14

ตารางที่ 4-11 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ใช้วัตถุดิบภายในประเทศน้อยกว่าร้อยละ 80	10	8.80	3
ใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไป	28	24.80	2
ใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด	75	66.40	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-11 แหล่งที่มาของวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด มากที่สุด จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.40 รองลงมาได้แก่ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศร้อยละ 80 ขึ้นไปจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.80 และน้อยที่สุดใช้วัตถุดิบภายในประเทศน้อยกว่าร้อยละ 80 จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 4-12 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการขยายปัจจัยการผลิต

การขยายปัจจัยการผลิต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต	15	13.30	3
มีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 20	34	30.10	2
มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป	64	56.60	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-12 การขยายปัจจัยการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีการขยายปัจจัยการผลิตมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาได้แก่ มีการขยายปัจจัยการผลิตน้อยกว่าร้อยละ 20 จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.10 และน้อยที่สุดไม่มีการขยายปัจจัยการผลิต จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.30

ตารางที่ 4-13 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต

การรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1	.90	3
การผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีการดำเนินการแก้ไข	14	12.40	2
การผลิตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	98	86.70	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-13 กระบวนการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่ามีการรักษาสิ่งแวดล้อมมากที่สุด จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.70 รองลงมาได้แก่ การผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แต่มีการดำเนินการแก้ไขจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.40 และน้อยที่สุดไม่มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ .90

ตารางที่ 4-14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามศักยภาพการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพเดิม	-	-	-
สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม	23	20.40	2
สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพเดิม	90	79.60	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-14 ศักยภาพการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพเดิมมากที่สุด จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.60 และน้อยที่สุดสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.40

ข) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 4-15 ถึง 4-17

ตารางที่ 4-15 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย	5	4.40	3
พัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่ม	11	9.70	2
พัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่มและตามความต้องการของลูกค้า	97	85.80	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-15 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ผู้ผลิตมีการพัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่มและตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.80 รองลงมาพัฒนาแนวคิดของตนเองหรือกลุ่มจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.70 และน้อยที่สุดพัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.40

ตารางที่ 4-16 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เป็นแบบเดิมไม่มีการพัฒนา	12	10.60	3
มีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ	29	25.70	2
มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	72	63.70	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-16 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากที่สุด จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.70 รองลงมา มีการพัฒนาแต่ไม่สม่ำเสมอ จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 และน้อยที่สุดเป็นแบบเดิมไม่มีการพัฒนาจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.60

ตารางที่ 4-17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำแนกตามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดา	35	31.00	3
มีบรรจุภัณฑ์ เช่นกล่อง การบรรจุสามารถรักษาคุณภาพได้ระยะหนึ่ง แต่ไม่มีรายละเอียดที่ต้องระบุมาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์	33	29.20	2
มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า	45	39.80	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-17 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์และตามมาตรฐานสากลเชิงการค้ามากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมา มีบรรจุภัณฑ์ เช่นกล่อง การบรรจุสามารถรักษาคุณภาพได้ระยะหนึ่ง แต่ไม่มีรายละเอียดที่ต้องระบุมาตรฐานบนบรรจุภัณฑ์จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.20 และน้อยที่สุด ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น เช่น กระดาษ ถุง/ขวด บรรจุแบบธรรมดาจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00

ก) ความเข้มแข็งของชุมชน ดังแสดงในตารางที่ 4-18 ถึง 4-20

ตารางที่ 4-18 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม (ตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
น้อยกว่า 3 ปี	17	15.00	3
3 – 5 ปี	18	15.90	2
5 ปีขึ้นไป	78	69.00	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-18 ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม (ตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ) ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า 5 ปี ขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมา 3-5 ปี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90 และน้อยที่สุดน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 4-19 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการมีส่วนร่วมกับชุมชน

การมีส่วนร่วมกับชุมชน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
มีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน	45	39.80	1
มีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชนและมีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชน	34	30.10	2
มีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชนและมีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชนและชุมชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการของตนเอง	34	30.10	3
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-19 การมีส่วนร่วมกับชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า ผู้ผลิตมีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชนมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.80 และน้อยที่สุดมีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชนและมีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชน และมีส่วนร่วมปัจจัยการผลิต (แรงงาน หรือทุน) ส่วนหนึ่งมาจากชุมชนและมีการจัดสรรผลกำไรบางส่วนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชนและชุมชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการประกอบการของตนเอง จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.10

ตารางที่ 4-20 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามการจัดทำบัญชี

การจัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อนึกได้	6	5.30	3
มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบ	66	58.40	1
มีการจัดทำบัญชีตามระบบบัญชี	41	36.30	2
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-20 การจำแนกการจัดทำบัญชีของผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย ๆ ไม่เป็นระบบมากที่สุด จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมามีการจัดทำบัญชีตามระบบบัญชีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.30 และน้อยที่สุดไม่มีการจัดทำบัญชี หรือจัดทำเมื่อนึกได้ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30

4.1.2.2 ส่วนที่ 2 ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ก) ด้านการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 4-12 ถึง 4-24

ตารางที่ 4-21 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามแหล่งจำหน่าย

แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ตลาดภายในจังหวัด	64	56.60	1
ตลาดระหว่างจังหวัด	39	34.50	2
ตลาดต่างประเทศ	10	8.80	3
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-21 แหล่งจำหน่ายหลักของผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่าจำหน่ายตลาดภายในจังหวัดมากที่สุด จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาตลาดระหว่างจังหวัดจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 และน้อยที่สุดตลาดต่างประเทศ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 4-22 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า

รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	64	56.60	1
เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 - 50	40	35.40	2
เพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป	9	8.00	3
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-22 รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่าเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25 มากที่สุด จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมา เพิ่มขึ้นร้อยละ 25-50 จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.40 และน้อยที่สุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 51 ขึ้นไป จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 4-23 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามความต่อเนื่องของตลาด

ความต่อเนื่องของตลาด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
มีเฉพาะลูกค้าใหม่	17	15.00	3
มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ	29	25.70	2
มีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ	67	59.30	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-23 ความต่อเนื่องของตลาดในกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่ามีลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ และมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอมากที่สุด จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมา มีลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 และน้อยที่สุดมีเฉพาะลูกค้าใหม่ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 4-24 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
จำหน่ายเองในประเทศ	58	51.30	1
จำหน่ายเองในประเทศและจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ	29	25.70	2
จำหน่ายเองในประเทศและต่างประเทศ	26	23.00	3
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-24 ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่าจำหน่ายเองในประเทศมากที่สุด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาจำหน่ายเองในประเทศและจำหน่ายผ่านตัวแทนในต่างประเทศจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 และน้อยที่สุดจำหน่ายเองในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00

ข) เรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 4-25 ถึง 4-26

ตารางที่ 4-25 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

เรื่องราวของผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก	25	22.10	3
มีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวของผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึก	25	22.10	2
มีเรื่องราว มีการบันทึก และมีการนำเสนอ (มีเอกสารหรือคำอธิบายประกอบตัวผลิตภัณฑ์)	63	55.80	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-25 จำแนกตามเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่ามีเรื่องราว มีการบันทึก และมีการนำเสนอ (มีเอกสารหรือคำอธิบายประกอบตัวผลิตภัณฑ์) มากที่สุด จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมามีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวของผลิตภัณฑ์ และมีการบันทึก จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.10 และน้อยที่สุดมีเรื่องราวเกี่ยวกับตัวของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่มีการบันทึก จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.10

ตารางที่ 4-26 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
นำมาจากที่อื่นแต่ไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม	4	3.50	3
นำมาจากที่อื่นและพัฒนาเพิ่มเติม	29	25.70	2
เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิมและมีการพัฒนาสร้างสรรค์	80	70.80	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-26 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า เป็นภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิมและมีการพัฒนาสร้างสรรค์มากที่สุด จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมำนำมาจากที่อื่นและพัฒนาเพิ่มเติม จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.70 และน้อยที่สุดนำมาจากที่อื่นแต่ไม่ได้พัฒนาเพิ่มเติม จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50

4.1.2.3 ส่วนที่ 3 คุณภาพผลิตภัณฑ์ จำแนกลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4-27 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์
ได้แก่กลุ่มประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม

ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ กลุ่มประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ผู้ที่ไม่ได้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้หรือตกแต่งหรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	87	77	-
ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำ	5	4.40	3
ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์	6	5.30	2
ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์และไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่สัมผัสได้	15	13.30	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-27 จำแนกตามลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP กลุ่มประเภทอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์และไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่สัมผัสได้มากที่สุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.30 รองลงมาผลิตภัณฑ์ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำและปราศจากกลิ่น รส ที่ไม่พึงประสงค์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30 และน้อยที่สุดผลิตภัณฑ์ต้องมีสิทธิธรรมชาติของส่วนประกอบที่ใช้ทำจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.40

ตารางที่ 4-28 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์
(จำแนกกลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้หรือตกแต่ง หรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร)

ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ กลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ หรือตกแต่งหรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
มีการพัฒนารูปแบบและการออกแบบอย่างต่อเนื่อง	45	39.80	1
มีรูปร่าง รูปทรงเหมาะสม สวยงามทันสมัย	11	9.70	4
ผลิตภัณฑ์มีความประณีตและรักษาง่าย	12	10.60	3
มีความเป็นศิลปะ/วัฒนธรรมไทย/ภูมิปัญญาไทย	35	31.00	2
แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและท้องถิ่นหรือภูมิภาค	10	8.80	5
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-28 จำแนกตามลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ กลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้หรือตกแต่งหรือของที่ระลึกและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า มีการพัฒนารูปแบบและการออกแบบอย่างต่อเนื่องมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาได้แก่ มีความเป็นศิลปะ/วัฒนธรรมไทย/ภูมิปัญญาไทย จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 และน้อยที่สุดแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและท้องถิ่นหรือภูมิภาค จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 4-29 ร้อยละของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกตามเครื่องหมายการรับรองมาตรฐาน

มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เครื่องหมาย ออย.	6	5.30	2
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มผช.)	107	94.70	1
รวม	113	100	

จากตารางที่ 4-29 จำแนกตามเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่ามีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มผช.) มากที่สุด จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.70 และน้อยที่สุดมีเครื่องหมาย ออย. จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30

4.1.3 ด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4-30 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการสินค้า OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกเป็นการวางแผน

การวางแผน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
มีการวางแผนการจัดหาเงินทุน	3.28	1.11	ปานกลาง	5
มีการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบ	3.99	0.79	มาก	3
มีการวางแผนการใช้วัตถุดิบ	4.16	0.86	มาก	1
มีการวางแผนการจัดจำหน่าย	3.92	0.91	มาก	4
มีการวางแผนการผลิตสินค้า	4.08	0.91	มาก	2
มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์	3.12	0.89	ปานกลาง	7
มีการวางแผนระบบบัญชี	3.27	1.11	ปานกลาง	6
รวม	3.69	0.94	มาก	

จากตารางที่ 4-30 การบริหารจัดการสินค้า OTOP ในการวางแผนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการวางแผนการใช้วัตถุดิบ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.16 มากสูงสุด รองลงมาการวางแผนการผลิตสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยปานกลางต่ำสุดคือ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 4-31 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดองค์กรของผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกเป็นการจัดองค์กร

การจัดองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
มีการกำหนดงานหน้าที่ที่ต้องทำ	4.07	0.81	มาก	4
มีการพิจารณาสิ่งที่ต้องทำ	4.20	0.78	มาก	1
มีการกำหนดคุณลักษณะของงาน	4.10	0.92	มาก	2
มีการแบ่งแผนกและหน้าที่ความรับผิดชอบ	4.10	0.81	มาก	3
มีการแยกงานออกเป็นงานย่อย	3.65	1.03	มาก	7
มีการพัฒนารายละเอียดของงาน	4.01	1.12	มาก	5
มีการจัดคุณสมบัติของเครื่องมือที่ใช้	3.88	0.89	มาก	6
รวม	4.00	0.91	มาก	

จากตารางที่ 4-31 ด้านการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในการจัดองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการพิจารณาสิ่งที่ต้องทำ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 มากสูงสุด รองลงมามีการวางแผนการกำหนดคุณลักษณะของงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10 และข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ มีการแยกงานออกเป็นงานย่อย มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 4-32 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสั่งการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกเป็นการสั่งการ

การสั่งการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
มีภาวะการณ์เป็นผู้นำ	4.28	0.66	มาก	1
มีการจูงใจ	4.12	0.79	มาก	4
มีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	3.71	1.01	มาก	7
มีการทำงานเป็นทีม	3.83	0.97	มาก	6
มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	3.97	0.97	มาก	5
มีความรู้ในงานที่ทำ	4.24	0.82	มาก	2
มีความรับผิดชอบ	4.20	0.90	มาก	3
รวม	4.05	0.87	มาก	

จากตารางที่ 4-32 การสั่งการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีภาวการณ์เป็นผู้นำ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.28 มากสูงสุด รองลงมา มีความรู้ในงานที่ทำ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ มีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 4-33 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการควบคุมสินค้า OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกเป็นการควบคุม

การควบคุม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
มีการควบคุมพนักงาน	3.42	1.00	มาก	7
มีการควบคุมระบบบัญชี	3.54	0.99	มาก	6
มีการควบคุมแผนการผลิต	4.18	0.79	มาก	3
มีการควบคุมการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์	3.83	0.95	มาก	5
มีการควบคุมการจัดหาวัตถุดิบ	4.00	0.64	มาก	4
มีการควบคุมการใช้วัตถุดิบ	4.19	0.70	มาก	2
มีการควบคุมคุณภาพสินค้า	4.49	0.76	มาก	1
รวม	3.95	0.83	มาก	

จากตารางที่ 4-33 การควบคุมสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า โดยอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การควบคุมคุณภาพสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.49 มากสูงสุด รองลงมา มีการควบคุมการใช้วัตถุดิบ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.19 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ มีการควบคุมพนักงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.42

ตารางที่ 4-34 โดยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการบริหารจัดการสินค้า OTOP ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP โดยภาพรวม

ด้านการบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
การสั่งการ	4.05	0.87	มาก	1
การจัดองค์การ	4.00	0.91	มาก	2
การควบคุม	3.95	0.83	มาก	3
การวางแผน	3.69	0.94	มาก	4

จากตารางที่ 4-34 สภาพการบริหารจัดการสินค้าของกลุ่มผู้ผลิต OTOP โดยภาพรวมใน 4 ด้าน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4.1.4 ด้านสภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 4-35 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพพร้อมในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จำแนกเป็นสภาพความพร้อมในการดำเนินงาน

สภาพความพร้อมในการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง	3.68	1.03	มาก	13
ความพร้อมด้านไฟฟ้า	4.10	0.62	มาก	4
ความพร้อมด้านน้ำ	4.14	0.66	มาก	3
ความพร้อมด้านโทรศัพท์	4.24	0.69	มาก	1
การรวมกลุ่มกันในชุมชน	3.39	1.06	ปานกลาง	16
การแบ่งงานกันภายในกลุ่มชุมชน	3.35	1.23	ปานกลาง	18
ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่ม	3.57	1.06	มาก	15
ความสามารถและความชำนาญของสมาชิก	3.84	0.89	มาก	6
การติดต่อกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ	3.72	0.91	มาก	12
การจัดหาเทคโนโลยีการผลิต	3.35	0.99	ปานกลาง	19
การผลิตที่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	3.81	0.78	มาก	9
การออกแบบสินค้า	3.80	1.15	มาก	11
การคิดต้นทุนสินค้า	3.84	0.88	มาก	7
การหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	3.31	1.18	ปานกลาง	20
การตั้งราคาสินค้า	3.84	0.86	มาก	8
การปรับปรุงคุณภาพสินค้า	4.20	0.78	มาก	2
ความคงทนของสินค้า	3.96	0.86	มาก	5
การถูกเลียนแบบสินค้า	3.81	1.25	มาก	10
การติดต่อกับลูกค้า	3.65	0.85	มาก	14
การประชาสัมพันธ์	3.39	0.80	ปานกลาง	17
รวม	3.75	0.93	มาก	

จากตารางที่ 4-35 สภาพความพร้อมในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีความพร้อมด้านโทรศัพท์ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24 มากสูงสุด รองลงมา มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20 อยู่ในระดับมาก และกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4-36 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP

การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ให้คำปรึกษา	3.34	0.99	ปานกลาง	3
จัดอบรม	3.36	0.90	ปานกลาง	2
จัดนิทรรศการ	2.82	1.03	ปานกลาง	5
แนะนำการผลิต	2.75	1.25	ปานกลาง	8
หาอุปกรณ์การผลิต	2.46	1.33	น้อย	13
การออกแบบผลิตภัณฑ์	2.69	1.33	ปานกลาง	9
การออกแบบบรรจุภัณฑ์	2.79	1.32	ปานกลาง	6
หาวัตถุดิบ	2.20	1.15	น้อย	15
หาตลาด	2.86	1.11	ปานกลาง	4
หาเงินทุนให้	2.33	1.10	น้อย	14
การรับรองสินค้า	3.52	1.14	มาก	1
หาผู้เชี่ยวชาญ	2.49	1.14	น้อย	12
หาเครือข่าย	2.64	1.15	ปานกลาง	10
แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม	2.57	1.14	ปานกลาง	11
สนับสนุนให้มีการจัดการอย่างครบวงจร	2.78	1.07	ปานกลาง	7
รวม	2.77	1.14	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-36 การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการรับรองสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.52 อยู่ในระดับมากรองลงมา มีการจัดอบรม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีการหาวัตถุดิบ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20 อยู่ในระดับน้อยสุด

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด ไม่มีผู้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

4.2 ผลการวิเคราะห์จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2

ผู้วิจัยได้ผลจากการการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการประชุมกลุ่มย่อยโดยมีผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 10 ท่าน ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับในด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การบริหารจัดการ สภาพความพร้อม และการส่งเสริมจากภาครัฐพบว่า



ด้านทรัพยากรสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP เมื่อขึ้นทะเบียนเสร็จเรียบร้อยแล้วยังไม่ถือว่าเป็นผู้ประกอบการ OTOP เพียงแต่ว่าขึ้นทะเบียนไว้ พอถึงเวลาเมื่อรัฐบาลมีนโยบายก็จะมีการคัดเลือกก่อน เป็นการเปิดตัวสินค้าได้เข้ามาคัดสรร โดยกระบวนการต้องพิจารณาจากสินค้ามีมาตรฐานหรือไม่หรือดูจากเอกสารทางราชการคือมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หลังจากนั้นเอาคะแนนที่ได้มาเป็นดาวพอมีดาว (ระดับ 1-5 ดาว) แล้วตรงนั้นจึงถือว่าเป็นสินค้า OTOP เพราะฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิตเหล่านี้ให้ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ส่วนในการรับรอง อย. นั้น ผู้ประกอบการควรจะเรียนรู้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคเพื่อมองหาโอกาสในการส่งออก แต่ทั้งนี้ยังประสบกับปัญหาในด้านความปลอดภัยของอาหารที่ผลิตทั้งในเรื่องการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ก่อโรค การตกค้างของสารเคมี สารปฏิชีวนะ และสารพิษซึ่งเป็นอันตรายสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพต่อผู้บริโภค ผู้ผลิตควรจะสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ หรือหน่วยงานทางการศึกษาที่มีสาขาวิชาเกี่ยวเนื่องกับการพัฒนากระบวนการผลิตในด้านอาหารเพื่อยกระดับเข้าสู่มาตรฐาน อย. อย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ควรจะมีการรวมกลุ่มการทำงานที่เป็นประเภทเดียวกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และยังได้เครือข่ายทางการตลาดให้ขยายออกระหว่างจังหวัดและต่างประเทศ ในการแสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ ถ้าเป็นไปได้ผู้ผลิตต้องประสานงานกับหน่วยงานทางการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยประชาสัมพันธ์ เช่นการจัดทำเว็บไซต์ แผ่นพับ การจัดแสดงสินค้าในมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดให้ได้หลากหลายช่องทาง

ด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาความเป็นผู้นำให้ผู้ประกอบการในการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพราะการที่มีผู้นำที่เข้มแข็งนั้นทำให้กลุ่มผู้ผลิตมีความมั่นใจในการขยายตลาด เพราะฉะนั้น ผู้นำต้องนึกถึงประโยชน์ส่วนรวม ชี้อัตถ์ ตรงต่อเวลาและเฝ้าหาโอกาสในการสร้างเครือข่าย และต้องทำงานเป็นทีมยอมรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มให้ได้

ด้านสภาพแวดล้อมและการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

1. ควรจะมีเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ง่าย พร้อมทั้งมีเครือข่ายในการแบ่งงานภายในชุมชน และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการจัดอบรมให้คำปรึกษาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต

2. สนับสนุนในการอบรมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ผู้มีความทันสมัย มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทที่มีอยู่ในท้องถิ่นการหาสิ่งที่จะมาทดแทนบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูง การอบรมทางด้านความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่จะนำมาบรรจุสินค้าประเภทอาหาร โดยการจัดหาวิทยากรหรือผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตในแต่ละด้านสาขาอาชีพ ช่วยในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ (Packaging) และการสร้างตราสินค้า

เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และยังช่วยยืดอายุสินค้าไม่ให้เกิดการเน่าเสียและไม่แตกหักระหว่างการขนส่ง

3. ภาครัฐให้คำแนะนำด้านการบริหารจัดการเงินทุนโดยการหาแหล่งกู้ยืมด้านการเงินที่มีดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตได้มีการพัฒนาในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน

4. กระบวนการลดขั้นตอนในการทำงานในการผลิตให้มีความเป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้นและสร้างความสามารถในการผลิตที่มีปริมาณมาก ๆ ให้ทันกับการสั่งซื้อของลูกค้า

5. วัตถุดิบที่หายากและจำเป็นต้องใช้ควรจัดหาตลาด ความร่วมมือจากภาครัฐกิจที่มีขนาดใหญ่ เพื่อเชื่อมโยงสู่ขนาดกลางและขนาดเล็กโดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทเดียวกันหรือประเภทอื่น ๆ เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพการผลิตสูง

จากการประชุมกลุ่มย่อยในภาพรวมพบปัญหาการบริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรีโดยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการยังไม่มีการพัฒนาในด้านคน ต้องมีความเป็นผู้นำ ในบางรายการส่งเสริมพาณิชย์พาไปออกงานใหญ่ ๆ ไม่ได้ต้องมีความพร้อมในการพัฒนาทักษะอีกมาก

2. การมีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ งานที่ออกมาต้องมีคุณภาพสม่ำเสมอเพราะผู้ประกอบการบางรายยังขาดการบริหารจัดการในองค์กรเพราะยังกลัวที่จะรับกับความเปลี่ยนแปลงใหม่ที่จะเกิดขึ้น

3. ทางด้านการตลาดปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการช่วยหาตลาดเอง 60% ภาครัฐ 30% และต่างประเทศ 10% (ส่วนใหญ่ทำเป็นแบรนด์ของคนอื่น)

4. รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมาลดลงเนื่องจากเจอปัญหาน้ำท่วม เช่น ผู้ผลิตประเภทของหวาน จะได้รับผลกระทบทางด้านวัตถุดิบเช่นกะทิที่มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิม

5. ต้องการหยุดให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยการอุ้มแบบเลี้ยงไว้จะทำให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่เข้มแข็ง ควรจะต่อยอดการพัฒนาเป็นบางรายที่เห็นว่ามีพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เช่นทางกระทรวงพาณิชย์พยายามที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการยืนได้ด้วยตนเอง ภายใน 3 ปี หลังจากนั้นถ้ายังไม่ดีขึ้นก็จะไม่สนับสนุนอีกต่อไป เพราะการที่ OTOP จะก้าวไปสู่สากลจริง ๆ นั้นผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ทางด้านภาษา การเจรจาธุรกิจการค้า มีความรู้ทางด้านสิทธิบัตรไปด้วย

จากการประชุมกลุ่มย่อยสรุปแนวทางในการแก้ปัญหาการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดนนทบุรี ไว้ 4 ข้อดังนี้

1. สร้างผู้ประกอบการให้เป็นผู้นำในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลาเป็นคนที่แสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2. ทางด้านการตลาดในการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนและเป็นระบบ เช่นในการตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในแต่ละจังหวัดควรจะมองหาศักยภาพของบุคลากรที่จะไปดำเนินงานก่อน แล้วค่อยมาดูสถานที่ในจัดจำหน่าย

3. ควรมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียน และอนุมัติผลเร็วเพราะจะดีกว่าการไปกู้เงินนอกระบบจะเป็นการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งขึ้นกว่าเดิม

4. ควรให้ภาครัฐส่งเสริมมุมมองของประชาชนโดยให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านมุมมองของผู้บริโภค ให้หุ้ยมองว่าสินค้า OTOP เป็นสินค้าของรากหญ้า หรือพื้นบ้านเป็นตลาดล่างแล้วจะมีมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ไม่ดีพอเพียงไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร อาจจะส่งเสริมให้เกิดความนิยมและรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ผลิตขึ้นในประเทศเพื่อเพิ่มปริมาณการบริโภคในประเทศให้สูงขึ้น โดยการใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือจัดนิทรรศการเผยแพร่ให้ความรู้ในแนวที่ก่อให้เกิดความชื่นชมให้มากยิ่งขึ้น