

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การสรุปผล อภิปรายผล และการนำเสนอข้อเสนอแนะของการวิจัยเรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ผู้วิจัยขอแนะนำตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง
2. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการประกอบการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ด้านการผลิต การจัดการ และการตลาด มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานการวิจัย

1. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง อยู่ในระดับปานกลาง
2. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการประกอบการ
3. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ด้านการผลิต ด้านการจัดการ และด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการประเภทอาหาร สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง จำนวน 239 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 149 คน จำแนกคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน 157 คน 2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 76 คน 3) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 6 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ประเภทคำถามปลายปิด(closed form) และลักษณะเป็นตัวเลขวมาตราส่วนประมาณค่า (numerical rating scale) เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ มี 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและการประกอบการ ได้แก่ 1) เพศ 2) สถานภาพสมรส 3) อายุ 4) ระดับการศึกษา 5) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการจำหน่าย 7) ประเภทอาหารของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 8) ประสบการณ์ในการประกอบการ 9) จำนวนสมาชิกในกิจการ 10) แหล่งที่รับข้อมูลข่าวสาร และ 11) จำนวนครั้งในการเข้าร่วมจำหน่ายในงานต่างๆ ต่อปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 point rating scale)

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พิจารณาทั้งในด้านเนื้อหาสาระและโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้ เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ.2553 ได้รับการชี้แนะจากผู้เชี่ยวชาญครบทุกท่านเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 และจากการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัดโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC) ได้ค่าดัชนีที่มีความสอดคล้องทุกค่าคำถามระหว่าง 0.66-1.00 แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยกระจายแบบสอบถามครอบคลุมทุกพื้นที่ ทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง

จำนวน 30 คน เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ.2554 เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืน มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.918

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขอความร่วมมือ และแนะนำตัวในการติดต่อกับผู้ประกอบการประเภทอาหาร ถึงสำนักงานพัฒนาชุมชนในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง เมื่อวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2554

2. ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง รวมทั้งสิ้นจำนวน 149 ฉบับเมื่อวันที่ พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2554

3. ผู้วิจัยรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเองครบทั้ง 149 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อวันที่ มิถุนายน พ.ศ. 2554

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อแปลความหมายทางสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและการประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการจำหน่าย ประเภทอาหารของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการประกอบการ จำนวนสมาชิกในกิจการ แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร และจำนวนครั้งในการเข้าร่วมจำหน่ายในงานต่างๆ ต่อปี วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. เปรียบเทียบความแตกต่าง ศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและการประกอบการ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ซึ่งสถิติที่ใช้คือ การทดสอบเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบระดับนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแอลเอสดีของฟิชเชอร์

(Fisher's Least Significant Difference: LSD) ส่วนการทดสอบที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทองมีผลการวิจัยโดยสรุปดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 149 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิง (ร้อยละ 82.60) มีสถานภาพสมรสแล้วส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.50) มีอายุมากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 54.40) มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 35.60) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการจำหน่าย มากกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 32.20) เป็นประเภทอาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป (ร้อยละ 69.13) มีประสบการณ์ในการประกอบการ 5 - 10 ปี (ร้อยละ 43.60) มีสมาชิกต่ำกว่า 15 คน (ร้อยละ 57.70) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ/เอกชน (ร้อยละ 94.60) และเคยเข้าร่วมจำหน่ายในงานต่างๆมากกว่า 4 ครั้ง (ร้อยละ 47.70)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง โดยภาพรวม 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีศักยภาพในการบริหารอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากสูงไปต่ำ คือ ด้านการผลิต ด้านการจัดการ และด้านการตลาด เมื่อพิจารณารายละเอียดศักยภาพในการบริหาร ในแต่ละด้านมีผลดังนี้

2.1 ด้านการผลิต พบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่าข้ออื่นๆ คือ การคัดเลือกคุณภาพของวัตถุดิบอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.40$) ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ประสานงานในองค์กรเรื่องเทคโนโลยีในการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.99$) และพบว่าศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการผลิต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

2.2 ด้านการจัดการ พบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่าข้ออื่นๆ คือ วางแผนการทำงานโดยมุ่งเน้นที่ประโยชน์ส่วนรวม ($\bar{X} = 4.36$) ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการประชุม ชี้แจง เพื่อเลือกคนที่มีความรู้มาปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.99$) และพบว่าศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$)

2.3 ด้านการตลาด พบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีค่าเฉลี่ยรายข้อ

มากกว่าข้ออื่น ๆ คือ พัฒนาสินค้าให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.50$) ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ร่วมมือกันกับฝ่ายต่างๆ ในการสร้างตราสินค้าหรือยี่ห้อสินค้าที่สะดุดตาและง่ายต่อการจดจำของลูกค้า เช่น น้อกออกแบบ ผู้ผลิตสื่อ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.84$) และพบว่าศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

3. การเปรียบเทียบความแตกต่าง ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง

3.1 ผู้ประกอบการประเภทอาหารจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทองที่มีเพศต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ผู้ประกอบการประเภทอาหารจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทองที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีอายุแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.4 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.6 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการจำหน่ายแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.7 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีประเภทอาหารของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.8 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีประสบการณ์ในการประกอบการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.9 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีจำนวนสมาชิกในกิจการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.10 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีจำนวนครั้งในการเข้าร่วมการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ ต่อปีแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและ รายด้านไม่แตกต่างกัน

4. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ในด้านการผลิต การจัดการ และการตลาด มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่ได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ศักยภาพผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง พบว่า ด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตลาด และด้านการผลิต

1.1 ด้านการผลิต มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดลพบุรี (2548, หน้า 35) ซึ่งได้กล่าวถึงการส่งเสริมการผลิตและกระบวนการผลิตตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่า ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมรวมทั้งการดำเนินการแก้ไขปัญหา อุปสรรค การพัฒนารูปแบบ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยยกระดับกระบวนการและเทคนิคในการผลิต และสนับสนุนและดำเนินการแก้ไขปัญหา อุปสรรค การพัฒนาคุณภาพและปัจจัยการผลิต สร้างพื้นฐานผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการตลาดใช้ปัจจัยและวัตถุดิบในการผลิตที่นำเข้าจากต่างประเทศและผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ประสานงานและพัฒนาประเมินผลการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามแผนการส่งเสริมการผลิต และกระบวนการผลิต

1.2 ด้านการจัดการ มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอ่างทอง (2552, หน้า 21) ซึ่งได้กล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการชุมชน สามารถทำได้โดยวางแผนและบริหารจัดการให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้และมีขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพสูงขึ้น

รวมทั้งบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนา ศักยภาพของผู้นำชุมชน ให้มีความรู้ ทักษะในการบริหารจัดการ นำชุมชนมาวิเคราะห์ตนเอง การกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา และเชื่อมโยงกับแหล่งงบประมาณได้ รวมทั้งสนับสนุน ให้ประชาชนมีการเรียนรู้ และจัดทำกิจกรรมเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เครือข่ายองค์ความรู้ KBO (knowledge based otop) เพื่อส่งเสริมให้เครือข่ายองค์ความรู้เป็นศูนย์กลางในการพัฒนา ขีดความสามารถแก่กลุ่มผู้ผลิตชุมชนในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ ได้มาตรฐานสามารถจำหน่ายได้ในตลาด ทั้งในและต่างประเทศ และได้มีกิจกรรมเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพ กลุ่มอาชีพด้านการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และแหล่งเงินทุน การนำแผนธุรกิจไปใช้ ประโยชน์และรู้จักแนวทางการใช้บริการจากศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร

1.3 ด้านการตลาด มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการ บริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดลพบุรี (2548, หน้า 35) ซึ่งได้ กล่าวถึงการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขับเคลื่อนไปได้ด้วยดีและครอบคลุม จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้สนับสนุนในการหาช่องทางการตลาดให้กับผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า โดยจัดให้มีการ จำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการ ร้านค้า OTOP จังหวัดลพบุรี ขึ้นเพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการรวบรวมและจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลพบุรี และจังหวัดเครือข่ายอื่นๆ และเป็นแหล่งการเรียนรู้ ด้านการตลาด

2. การเปรียบเทียบความแตกต่าง ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการ บริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง

2.1 ผู้ประกอบการประเภทอาหารจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทองที่มีเพศ ต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่ แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับสุจิตรา จองโพธิ์ (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาการดำเนินงานเชิงธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเพศ ต่างกันมีระดับการดำเนินงานเชิงธุรกิจไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ประกอบการประเภทอาหารจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทองที่มี สถานภาพสมรสต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับอัญชิสา สรรพาวัตร (2544, บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมใน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ อบต พบว่า เจ้าหน้าที่ อบต. ที่มีสถานภาพ

สมรส การศึกษา ประสบการณ์การเป็น อบต. ต่างกัน มีส่วนร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีอายุแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับทฤษฎี ชังใจ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของการประกอบอาชีพในชุมชน โดยศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มแม่บ้านสภาวัฒนธรรมตำบลหัวสำโรง อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุต่างกัน มีศักยภาพของการประกอบอาชีพชุมชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.4 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับอัญชิสา สรรพาวตฺร (2544, บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ อบต. พบว่า เจ้าหน้าที่ อบต. ที่มีสถานภาพสมรส การศึกษา ประสบการณ์การเป็น อบต. ต่างกัน มีส่วนร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับทศพร หุ่นแก้ว (2551, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพการดำเนินงาน และผลจากการได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลจากการได้รับการคัดสรรในระดับ 3-5 ดาว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.6 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับลดาวัลย์ ปรคุณหนูผึ้ง (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารการผลิต การตลาด และการบริการโดยใช้วงจรพีดีซีเอของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองที่มีเพศ ระดับการศึกษา อายุและรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการบริหารการผลิต การตลาด และการบริการโดยใช้วงจรพีดีซีเอของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

2.7 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีประเภทอาหารของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้า

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับทศพร หุ่นแก้ว (2551, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพการดำเนินงานและผลจากการได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลจากการได้รับการคัดสรรในระดับ 3-5 ดาว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.8 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีประสบการณ์ในการประกอบการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับทศพร หุ่นแก้ว (2551, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพการดำเนินงานและผลจากการได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านประสบการณ์ในการประกอบการ พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.9 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีจำนวนสมาชิกในกิจการแตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับ ภูเมศ จำปาวงค์ (2547, บทคัดย่อ) ศักยภาพของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า กลุ่มผู้ผลิตหุ้ชชะมวงกระป๋องที่มีจำนวนแรงงานต่างกัน มีศักยภาพของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < .05$

2.10 ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ที่มีความถี่ในการเข้าร่วมการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในงานต่าง ๆ ต่อปี (จำนวนครั้ง) แตกต่างกัน มีศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับลดาวัลย์ ปรคคุณหนูพึ่ง (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารการผลิต การตลาด และการบริการโดยใช้วงจรพีดีซีเอของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า การติดต่อกับเจ้าหน้าที่การรับฟังการประชุมชี้แจงหรืออบรม และการได้รับข่าวสารพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

3. ศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหาร ในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง ในด้านการผลิต การจัดการ และการตลาด มีความสัมพันธ์กัน จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับธีรยุทธ จิตต์หมั่น (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี พบว่า ประสิทธิผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยที่ อายุ ระดับการศึกษา ทัศนคติ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการ

ฝึกอบรม และความเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่เพศ สถานภาพ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการประเภทอาหารในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง สามารถนำผลดังกล่าวมาใช้เป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการประเภทอาหารมีระดับศักยภาพในการบริหารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง โดยเรียงจากระดับศักยภาพในการบริหารน้อยไปหามาก ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านความร่วมมือทางการตลาด ในเรื่องความร่วมมือกันกับฝ่ายต่างๆ ในการสร้างตราสินค้าหรือยี่ห้อสินค้าที่สะดวกและง่ายต่อการจดจำของลูกค้า เช่น นักออกแบบ ผู้ผลิตสื่อ เป็นต้น จึงเสนอแนะให้มีการปรับปรุงให้ผู้ประกอบการสร้างความร่วมมือกับทุกฝ่ายในกลุ่มในการสร้างตราหรือยี่ห้อของสินค้าให้จริงจัง เพื่อให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าของกลุ่มและสะดวกเวลาซื้อแก่ลูกค้าต่อไป ส่วนด้านการวางแผนการตลาด พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลดราคา การออกร้านตามงานต่างๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงใคร่เสนอแนะให้ผู้ประกอบการปรับปรุงในการส่งเสริมการตลาดโดยกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มประชาสัมพันธ์ โฆษณาสินค้าภายในร้าน และขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานราชการ และเอกชน ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สินค้าได้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าและทำให้เกิดความต้องการในการซื้อต่อไป เช่น การหาตลาดให้ผู้ประกอบการได้ขายสินค้า หรือ ให้ความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนทักษะทางการตลาด พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กำหนดราคาของสินค้าตรงกับปริมาณและคุณภาพของสินค้า จึงเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรสำรวจราคาตลาด และพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เหมาะสมกับราคา เพราะปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคนิยมที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น แต่ถ้าสินค้าของผู้ประกอบการมีคุณภาพ และมีราคาเหมาะสม อาจทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าได้

2. ด้านการจัดการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านความร่วมมือในการจัดการ ในเรื่อง การประชุม ชี้แจง เพื่อเลือกคนที่มีความรู้มาปฏิบัติงาน จึงเสนอแนะว่า ควรชี้แจงกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญของการเลือกคนที่มีความรู้มาปฏิบัติงานในกลุ่ม เพราะมีผลต่อการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการควรเสนอให้กับสมาชิกออกความเห็นเพื่อดำเนินการปรับปรุงในการเลือกคนที่มีความรู้จริงมาทำงาน ส่วนด้านการวางแผน

แผนการจัดการ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิเคราะห์การจัดองค์กรโดยจัดลำดับการบริหารงาน จึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการมีการปรับปรุงในเรื่องของการจัดองค์กร โดยพิจารณาการจัดองค์กรให้เหมาะสมกับประเภทของกิจการ ส่วนทักษะการจัดการ พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีทักษะในการสั่งการโดยใช้การสื่อสารอย่างชัดเจน จึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการมีการสั่งการที่ชัดเจน และถูกต้องและประเมินผลหลังการสั่งการทุกครั้งว่าสมาชิกกลุ่ม ได้ดำเนินการตามที่สั่งการไว้หรือไม่

3. ด้านการผลิต ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านความร่วมมือในการผลิต ในเรื่องของ ประสานงานกับบุคคลหลายฝ่ายเพื่อให้เกิดการผลิตอย่างต่อเนื่อง จึงขอเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรมีการประสานความร่วมมืออย่างจริงจังไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในเรื่องการปรับปรุงให้เกิดการผลิตอย่างต่อเนื่อง หรือช่วยเหลือในเรื่องอุปกรณ์การผลิต แทนกำลังคน หรืออุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ส่วนการวางแผนการผลิต พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ วิเคราะห์การเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ จึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการได้คิดวิเคราะห์ในการใช้เทคโนโลยีการผลิต เพราะปัจจุบันการแข่งขันสินค้าประเภทอาหารค่อนข้างสูง ถ้าใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มีความรวดเร็วและได้มาตรฐานก็สามารถทันต่อการแข่งขันได้ ส่วนทักษะการผลิต พบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีทักษะใช้เทคโนโลยีในการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรมั่นเพิ่มทักษะในการใช้เทคโนโลยีการผลิตให้มีความชำนาญ เพื่อที่ได้มีประสบการณ์ในการผลิตสินค้า และทันต่อการผลิตต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้สนใจสามารถศึกษา เกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่นๆ เช่น เครื่องดื่ม ผ้า ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เป็นต้น จะมีวิธีการอย่างไรที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางการผลิต ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงทางการผลิตต่อไป

2.2 ผู้สนใจสามารถศึกษาการเปรียบเทียบความต้องการของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่นว่ามีความนิยมต่างกันอย่างไร เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการประกอบการของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ต่อไป