

ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์
สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
ณัฏพล สุธุทธิ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา

2547

ณัฏฐพล สุสุทธิ. (2547). ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ วัฒนวงศ์.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสิทธิภาพในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะ ของนักศึกษาที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 250 คน เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก (Rating Scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's test ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก

2. นักศึกษาที่ศึกษาสาขาวิชาประเภทวิชาธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3. นักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือน, ประสิทธิภาพในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป และความถี่ในการบริโภคต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. นักศึกษาที่สังกัดสถานศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .01 ส่วนในรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Natthaphol Susutthi. (2004). *Opinions of Students in Higher Certificate of Vocational Education on Agricultural Food Product in Project of One Tambon One Product of Phetchaburi Province*. Master Project, M.Ed. (Business Education).

Bangkok : Graduate School. Srinakharinwirot University. Advisor : Assoc. Prof. Dr.Suwat Watanawong.

The purpose of this research was to study opinions of students in higher certificate of vocational education on agricultural food product in project of one tambon one product of Phetchaburi Province in four aspects : product, price, place and promotion classified by a subject of business section, income per month, experience, the frequency of consumer and depend upon a college. It's also included recommendation from customers.

The samples of this research were 250 students in higher certificate of vocational education in Phetchaburi Province. The research tool was questionnaire constructed in the forms of rating scale checking. Statistic applied in the study were percentage, mean, standard deviation ,t-test, One-Way Analysis of Variance.

The results were as follow :

1. Opinions of students in higher certificate of vocational education on agricultural food product in project of one tambon one product of Phetchaburi Province in overall and each aspect were at high level.

2. There was no statistical significant difference for students in higher certificate of vocational education opinions with difference by a subject of business section in overall and each aspect , there was statistical significant in price at .05 level

3. There was no statistical significant difference for students in higher certificate of vocational education opinions with difference by income per month, experience and the frequency of consumer in overall and each aspect.

4. There was statistical significant difference for students in higher certificate of vocational education opinions with difference by the ministry of a college level at .01 in overall and each aspect, there was statistical significant difference in product at .05 level. There were statistical significant difference in price and promotion at .01 level. And there was no statistical significant difference in place.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์สิฐฎากร ชูทรัพย์ และรองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ กรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัย รู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณเชิด จินะเป็งกาศ นักวิชาการพัฒนาชุมชน 6 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี คุณธีรยุทธ เอมาวัฒน์ เจ้าหน้าที่บริหารงานการเกษตร 6 สำนักงานเกษตรอำเภอหนองหญ้าปล้อง คุณพิทักษ์ มณีรัศยากร นักวิชาการพาณิชย์ 7 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การอบรม สั่งสอน และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัย อีกทั้งได้ให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบคุณ อาจารย์เสาวรส เกียรติพัฒนกุล อาจารย์สงกรานต์ ศิรินาวิ อาจารย์วิทยาลัยอาชีวศึกษา และเจ้าหน้าที่บรรณารักษ์ห้องสมุดโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณ บิดามารดา และพี่ ๆ เพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโทโครงการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ ที่ให้กำลังใจและคำแนะนำต่าง ๆ เป็นอย่างดี

คุณค่า และประโยชน์จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณของ บิดามารดา บุรพจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดจนประสาทวิทยาการความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดมา

ณัฏพล สุสุทธิ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความหมายของความคิดเห็น.....	8
วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี.....	9
โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ.....	10
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	10
ส่วนประสมทางการตลาด.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	38
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....62
	ความสำคัญของการวิจัย.....62
	สมมติฐานในการวิจัย.....62
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....63
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....63
	วิธีการเก็บข้อมูล.....64
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....64
	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....65
	การอภิปรายผล.....68
	ข้อเสนอแนะ.....74
	บรรณานุกรม.....75
	ภาคผนวก
	ภาคผนวก ก. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....82
	ภาคผนวก ข. หนังสือขอความอนุเคราะห์.....84
	ภาคผนวก ค. แบบสอบถาม.....90
	ภาคผนวก ง. ค่าดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ.....96
	ภาคผนวก จ. แผนดำเนินงานวิจัย.....100
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....103

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 เป้าหมายพื้นที่ดำเนินการ.....	18
2 ผลการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ 2546	21
3 ผลการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าแยกตามประเภทโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเพชรบุรี ธันวาคม 2546 – กุมภาพันธ์ 2547.....	22
4 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชา บริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสบการณ์ใน การบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา.....	46
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน.....	47
7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายข้อ.....	48
8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านราคา เป็นรายข้อ.....	49
9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการจัดจำหน่าย เป็นรายข้อ.....	50
10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายข้อ.....	51
11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ.....	52
12 เปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ.....	53
13 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านราคา จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ.....	54

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน.....55
15	เปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน.....56
16	เปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม ประสบการณ์ในการบริโภค ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป.....57
17	เปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม ความถี่ในการบริโภค.....58
18	เปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม สังกัดของสถานศึกษา.....59
19	ความคิดเห็นเพิ่มเติมที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี.....60
20	ค่าดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ.....96

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาประเทศเพื่อให้ประชาชน อยู่ดี มีสุข นั้น การดำเนินงานจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้การวางแผนการตัดสินใจ และการดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังที่รัฐบาลได้มีการปรับแนวคิดการพัฒนาจาก รัฐมีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน มาเป็น รัฐและประชาชนมีหน้าที่ต้องแก้ปัญหาด้วยกัน โดยปรับแนวทางการพัฒนาจากที่รัฐดำเนินการเอง มาเป็นการให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ดังจะเห็นได้จากนโยบายพัฒนาประเทศในปัจจุบัน พยายามที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชน พัฒนาท้องถิ่นและพัฒนาประเทศ เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ ตลอดจนสามารถ แก้ปัญหาของตนเองให้ได้มากที่สุด และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน/ท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนา มาก ที่สุด (การวิจัยชุมชน. 2545 : 78)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 ได้ัญเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศโดยยึดหลักทางสายกลางในการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ โดยได้กำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ ที่ชี้กรอบแนวทางการพัฒนาประเทศในระยะปานกลางที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ระยะยาว ซึ่งยึดหลักแนวคิด คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ในทุกมิติอย่างเป็นองค์รวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างระบบบริหารจัดการภายในที่ดี ให้เกิดขึ้นในทุกระดับอันจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 9. 2545 : 3) โดยทางภาครัฐได้ดำเนินนโยบายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยภาครัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้เป็นที่ต้องการของตลาด อีกทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร โดยการนำมาแปรรูปเพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน (กองพัฒนาบริหารงานเกษตร. 2545 : 1)

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะ และความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น จังหวัดเพชรบุรีได้

ดำเนินงานในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การทำงานแบบประชาคมแห่งความร่วมมือทุกระบบ มีการบูรณาการงานเข้าด้วยกัน มีการประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจงานที่ถูกต้อง และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยได้รับการส่งเสริมด้านการผลิต จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรีและได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อยกระดับคุณภาพของชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้สูงขึ้น ผลการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จากปีงบประมาณ 2546 จังหวัดเพชรบุรี ได้ตั้งเป้าประมาณการยอดขาย สินค้าเป็นเงิน 350 ล้านบาท ผลการจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 – กันยายน 2546 ยอดจำหน่ายรวมได้ทั้งสิ้น 437,230,962 บาท (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร 2546 : 35)

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก มีหน้าที่ในการจัดการศึกษาวิชาชีพให้แก่นักเรียน นักศึกษา และกำลังคนในระดับผู้ชำนาญการเฉพาะสาขาอาชีพตามความต้องการของตลาดแรงงาน ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และในขณะเดียวกันก็มุ่งให้มีการประกอบอาชีพอิสระเพื่อสร้างฐานะ และรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัวให้มีคุณภาพ เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอด สร้างเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าในท้องถิ่น วิทยาลัยสังกัดคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ตระหนักดีถึงแผนพัฒนาดังกล่าว จึงมุ่งที่จะสร้างกำลังคนเพื่อออกไปพัฒนาสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น สร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง ครอบครัว และจังหวัดเพชรบุรี

ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ถือเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหลักในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ที่ทำรายได้หลักและมีการผลิตอย่างแพร่หลาย ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการตลาด อีกทั้งได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและปริมาณที่สอดคล้องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ภาครัฐโดยหน่วยงานราชการควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปมีแนวทางในการวางแผนด้านการตลาด สามารถวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค สนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย เสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าในสายตาของผู้บริโภค ราคาเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในคุณค่าผลิตภัณฑ์ สร้างความพึงพอใจและพฤติกรรมซื้อโดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอยู่เสมอ และมีการกระจายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้สะดวกรวดเร็ว (กลยุทธ์การตลาด. 2540 : 33)

จากการผลักดันนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาล และการตอบรับจากวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดเพชรบุรีในการนำนโยบายมาสู่การปฏิบัติ เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ความรู้จากการศึกษา ผนวกเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น

เสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง นำทรัพยากรผลผลิตสดทางการเกษตรมาแปรรูป พัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างงานสร้างรายได้ตั้งนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความสามารถ ในการนำความรู้มาสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในชีวิตประจำวัน โดยผลที่ได้จากการวิจัย จะเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์การตลาด ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ให้เป็นที่ยอมรับยกระดับคุณภาพมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสพการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นำไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์การตลาด ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเพชรบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป นำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้อง และสามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคสูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษา

เพชรบุรี จำนวน 225 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 447 คนรวม
ประชากรทั้งสิ้น 672 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยนักศึกษา
สาขาการบัญชี สาขาการตลาด และสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 คน
ได้มาจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรีจำนวน 85 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรี
บริหารธุรกิจจำนวน 165 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

1.1.1 การบัญชี

1.1.2 การตลาด

1.1.3 คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

1.2 เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน

1.2.1 ต่ำกว่า 1,000 บาท

1.2.2 ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท

1.2.3 สูงกว่า 1,500 บาท

1.3 ประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป

1.3.1 น้อยกว่า 3 ปี

1.3.2 มากกว่า 3 ปี

1.4 ความถี่ในการบริโภค

1.4.1 น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

1.4.2 มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

1.5 สังกัดของสถานศึกษา

1.5.1 สถานศึกษาของรัฐ

1.5.2 สถานศึกษาของเอกชน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ด้านดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

2.2 ด้านราคา (Price)

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับรับจากผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และผู้สำเร็จการศึกษา หลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วยสาขาวิชาการบัญชี การตลาด และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ

2. อาหารแปรรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผ่านกรรมวิธีแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคสำหรับรับประทาน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ได้แก่ ข้าวซ้อมมือ ข้าวหลามไม้ไผ่ ข้าวเกรียบงาดำ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ได้แก่ มะขามแก้ว ลูกตาลเชื่อม สับประรดกวน มะนาวแปรรูป และผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร ได้แก่ น้ำตาลโตนด น้ำพริกแกง และกะปิ

3. ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกที่นักศึกษา เห็นด้วยต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งวัดระดับความคิดเห็นใน 4 ด้านดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง นักศึกษาเห็นว่า อาหารแปรรูปมีความสดใหม่ มีหลากหลายรูปแบบ สีสันน่ารับประทาน สะดวกในการบริโภค มีความสะอาดน่ารับประทาน แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี การบรรจุหีบห่อ อายุการเก็บรักษา โอกาสในการรับประทาน และโอกาสในการใช้

3.2 ด้านราคา หมายถึง นักศึกษาเห็นว่า ความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีหลายระดับราคา มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาคือมาตรฐาน มีราคาจูงใจ เป็นราคาที่พอใจจะจ่าย ความแตกต่างของราคาเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันที่ขายตามท้องตลาด และตั้งราคาที่จะทำให้เกิดกำไร

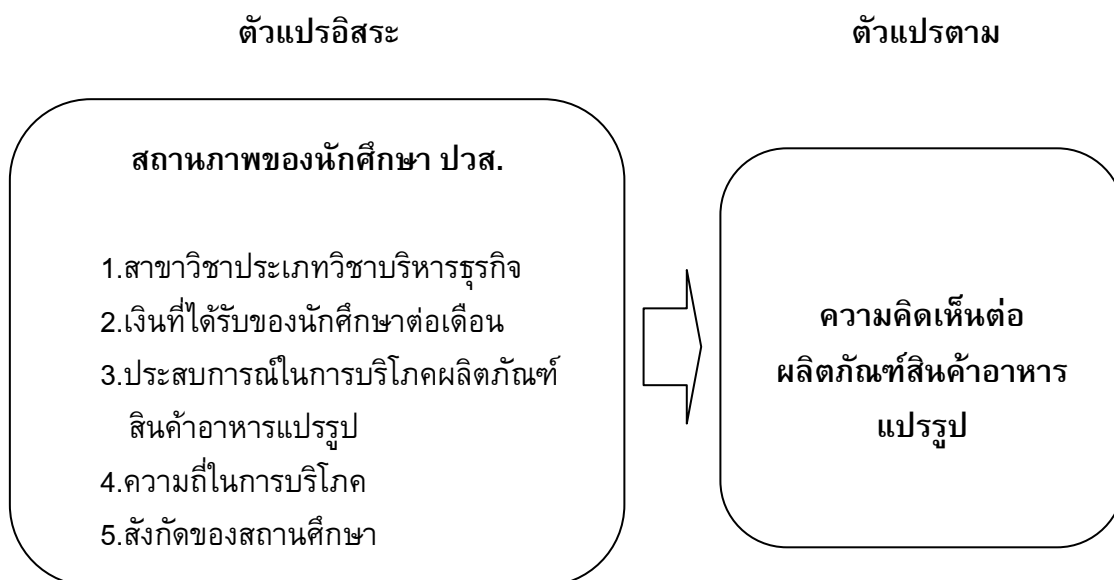
3.3 ด้านการจัดจำหน่าย หมายถึง นักศึกษาเห็นว่า หาซื้อได้ง่าย มีการจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเลือกซื้อ และภายในร้านมีการตกแต่งที่สวยงาม

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง นักศึกษาเห็นว่า มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อวิทยุ ท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ การจัดโปรโมชั่นลดราคาในเทศกาลสำคัญ การแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ และผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ช่วยในการตัดสินใจซื้อ

4. เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน หมายถึง มูลค่าในรูปตัวเงินของการเพิ่มขึ้นของอำนาจของนักศึกษาที่จะสนองความต้องการบริโภคของตนเองในช่วงเวลาหนึ่ง โดยเป็นเงินที่ได้มาจากน้ำพักน้ำแรง หรือเงินที่ได้มาโดยมิต้องอาศัยน้ำพักน้ำแรง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีเงินที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่อยู่ในสังกัดของสถานศึกษาต่างกัน
มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวม
และรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมายของความคิดเห็น
2. วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี
3. โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ
4. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. ส่วนประสมทางการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความคิดเห็น

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (สุพรรณภา คักดีทอง. 2546 : 9 ; อ้างอิงจาก Webster. 1983 : 637) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจ ความเชื่อและการตัดสินใจที่จะเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอยู่บนรากฐานของความเป็นไปได้ โดยความเห็นนั้น อาจไม่ถูกต้องก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับมุมมองหรือทัศนคติเฉพาะตนหรือโดยรวมของกลุ่ม เพื่อออกความคิดเห็นโต้แย้งความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่แล้ว หรือการแสดงออกของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจะตัดสินเรื่องหนึ่งเรื่องใดแล้วแต่กรณี

ราชบัณฑิตยสถาน (2534 : 246) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นข้อพิจารณาเห็นว่าเป็นความจริงจากการใช้ปัญญาหรือความคิดประกอบ ถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์การยืนยันเสมอไป

พัชรี วรกวิน (2526 : 78) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ ซึ่งเป็นความรู้สึก ความคิด ความเชื่อต่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

พิเศษ เขียวอินทร์ (2545 : 8) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูดหรือการเขียนโดยจะต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และสถานการณ์แวดล้อม การแสดงความคิดเห็นนี้อาจจะได้รับการยอมรับหรือไม่ได้รับการยอมรับก็ได้

อมรา ใจบำรุง (2545 : 8) กล่าวสรุปว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงถึงความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม การยอมรับ และการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย โดยอาศัยประสบการณ์ และสภาพความเป็นจริงมาประกอบการแสดงออกนั้น ๆ

สุพรรณภา ศักดิ์ทอง (2546 : 10) กล่าวว่าสรุปว่า ความคิดเห็นคือ การแสดงออกทางด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง อาจเป็นการพูดหรือการเขียน โดยอาจมีอารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานในการแสดงออก ซึ่งอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา

โคลาสา ได้ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลในการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผล (Evaluation) สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ (สุพรรณภา ศักดิ์ทอง.2546 : 9 ; อ้างอิงจาก Blair J.Kolasa. 1969 : 386)

อิลการ์ด ให้ความหมายว่า ความคิดเห็น คือ การพิจารณาตัดสิน (Judement) หรือความเชื่อที่นำไปสู่การคาดคะเนหรือการแปรผลในพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (สุพรรณภา ศักดิ์ทอง.2546 : 9 ; อ้างอิงจาก Hilgard 1976 : 386)

โคลีสนิค กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมายภายใน (Interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริง (Facts) ซึ่งแต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้อง แต่คนอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้ (สุพรรณภา ศักดิ์ทอง.2546 : 10 ; อ้างอิงจาก Kolesnik 1970 : 296)

จากความหมายความคิดเห็น ดังกล่าวสรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการลงความเห็นและความรู้ โดยการแสดงออกด้านความรู้สึก ของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูด การเขียน ผ่านพื้นฐานความรู้และประสบการณ์เดิม ประกอบกับสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เดิมเป็นโรงเรียนการเรือนและฝึกหัดครู ประกาศนียบัตรเพชรบุรี ตั้งอยู่ ณ พระราชวังรามราชนิเวศน์ (วังบ้านปืน) เมื่อ พ.ศ. 2477 และย้ายมาอยู่ ณ ที่ดินซึ่งเป็นที่เช่าจากทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ตัวอาคารเรียนเป็นตึก 2 ชั้น สร้างโดยรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าพระราชทานทรัพย์ร่วมกับข้าราชการและนักเรียนโรงเรียนมหาดเล็กหลวง โดยสร้างตึกอุรุพงษ์ไว้เป็นพระอนุสรณ์เมื่อ พ.ศ. 2482 ปัจจุบันได้เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เปิดสอนโดยใช้โครงสร้างหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2540 แบ่งเป็น 3 หมวดวิชา ดังนี้ หมวดวิชาพื้นฐาน หมวดวิชาชีพ และหมวดวิชาเลือกเสรี

โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ

โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ ตั้งอยู่ที่ 199/2 หมู่ 2 ตำบลธงชัย อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (ส.ช.) ได้รับอนุญาตจัดตั้ง เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2541 มีการจัดการศึกษาใน ด้านอาชีพเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันเปิดทำการสอนใน 2 ระดับคือ

1. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประเภทพาณิชยกรรม สาขาวิชาพณิชยการ
2. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) เปิดสอนโดยใช้หลักสูตรของกรมอาชีวศึกษา พุทธศักราช 2540 เปิดสอนใน 3 สาขาวิชาเอกคือ สาขาวิชาการบัญชี สาขาการตลาด และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วิจิต นันทสุวรรณ (2544 : 1) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่า เกิดจากความสำเร็จของการพัฒนาตนเองด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการจำหน่ายในจังหวัดโออิตะประเทศญี่ปุ่น จากนั้นกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นความพยายามของหน่วยงานราชการไทยในการศึกษาและนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศไทย จากนั้นพรรคการเมืองพรรคหนึ่งได้หยิบยกโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาเป็นนโยบายพรรค และเมื่อชนะการเลือกตั้งนโยบายพรรคจึงกลายเป็นนโยบายรัฐบาล ซึ่งทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนไปสู่การปฏิบัติในทุกตำบลของประเทศไทย

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชน ทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูก รุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ฟังตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ. ซึ่ง พณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมาย

ให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการและให้คณะกรรมการ กอ.นตผ. มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน“หนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผน แม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ

ปรัชญาของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้ สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่ มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้อง กับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมี หลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Link Global Reaches)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creative)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญา ไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่ว ประเทศและทั่วโลก

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตาม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้ สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

นโยบายการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กระทรวงเกษตร และสหกรณ์

1. หลักการและแนวคิด

รัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

2. กระบวนการดำเนินงาน

2.1 ระดับปฏิบัติ

ระดับตำบล

1. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ
2. จัดเวทีประชาคมตำบล
3. การคัดเลือกจัดทำบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับตำบลด้วยกระบวนการ

ประชาคม

ระดับอำเภอ

- ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในหลักการ
จัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ / จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์
จัดตั้งคณะทำงานเพื่อบูรณาการแผนงานงบประมาณของส่วนราชการต่าง ๆ ใน

พื้นที่

- จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
จัดส่งบัญชีประเภทผลิตภัณฑ์ดีเด่นและแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้

คณะทำงาน ฯ ระดับจังหวัด

ระดับจังหวัด

1. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในแนวคิด หลักการ ปรัชญา
2. จัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ / จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์
3. จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อบูรณาการงาน / งบประมาณกับหน่วยงานราชการ

/ เอกชน

4. เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของประเภทผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดเพื่อสร้างจุด

ขายของจังหวัด

5. คัดเลือกและจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
6. ส่งบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ดีเด่นให้คณะกรรมการอำนวยการ “หนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์” แห่งชาติ

2.2 ระดับนโยบาย

คณะกรรมการอำนวยการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แห่งชาติ

1. กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แห่งชาติ
2. กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล
3. ศึกษาเสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรีในการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
4. ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

2.3 ระดับกระทรวง

คณะกรรมการกำกับดูแลและกำหนดแนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. กำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงาน การสนับสนุนงบประมาณ
2. กำกับดูแลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกระทรวง เกษตรและ สหกรณ์

คณะอนุกรรมการกลั่นกรองตำบลเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์หลัก

1. พิจารณากลั่นกรองและตรวจสอบความเหมาะสม เกณฑ์การคัดเลือกสินค้า และศักยภาพการตลาด
2. คัดเลือกตำบลเป้าหมายและผลิตภัณฑ์หลัก

คณะอนุกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

กำหนดแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หลัก ควบคุมการผลิตและบรรจุภัณฑ์

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้เครื่องหมายรับรอง มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายในด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มช่องทางจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce)

ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของโครงการ

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้ / ประชาสัมพันธ์โครงการ

1. ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน
2. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญา

- “พหุภาคี”
3. แต่งตั้งคณะกรรมการการดำเนินงานจังหวัด / อำเภอ / ตำบล
 4. กำหนดแผนงานแนวทางการดำเนินงานเน้นหลักการ “บูรณาการ” การทำงาน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์ (โดยกระบวนการประชาคม)

1. คณะทำงานระดับตำบล / อำเภอ / จังหวัด ร่วมจัดประชาคมตำบล ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่น
2. กระบวนการประชาคมเพื่อคัดเลือก / จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

1. วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
 - ด้านการบริหารจัดการ
 - การแปรรูปผลิตภัณฑ์
 - การบรรจุ การออกแบบ
 - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มอก. รหัสแห่งไทย ลิขสิทธิ์ทางปัญญา
2. สนับสนุนแหล่งเงิน
3. ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
4. วิจัยผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การขยายตลาด (กระจายสินค้าผลิตภัณฑ์)

1. วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ
2. วางแผนกลยุทธ์การตลาด จำแนกตลาด (ตลาดบน ตลาดกลาง ตลาดล่าง)
3. วางแผน การขนส่งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
4. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่การส่ง E – Commerce
5. ประชาสัมพันธ์ให้รู้จักผลิตภัณฑ์ในเชิงรุก
6. จัดประกวดผลิตภัณฑ์มอบประกาศเกียรติคุณ
7. จัดแสดงมหกรรมสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
8. วิจัยการตลาดและวิจัยผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 การติดตาม / ประเมินผล

1. กำหนดเกณฑ์ชี้วัดและมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์
2. ติดตาม ประเมินผลโดยคณะกรรมการจังหวัด / อำเภอ
3. เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน

4. แผนการดำเนินงานในส่วนของการทรงเกษตรและสหกรณ์ ปี 2545

กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มอบหมายให้จังหวัดคัดเลือกกลุ่มที่มีความพร้อมมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และมีผู้ทางการตลาดพอสมควร จำนวน 2,063 กลุ่ม / ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

1. กลุ่มสหกรณ์ / สตรี และเยาวชนสหกรณ์ ที่อยู่ในความดูแลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ จำนวน 955 กลุ่ม
2. กลุ่มเกษตรกร ที่อยู่ในความดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 1,008 กลุ่ม
3. กลุ่มเกษตรกร ที่กรมประมงดูแลผลิตภัณฑ์ จำนวน 80 กลุ่ม
4. กลุ่มเกษตรกร ที่กรมปศุสัตว์ดูแลผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 กลุ่ม

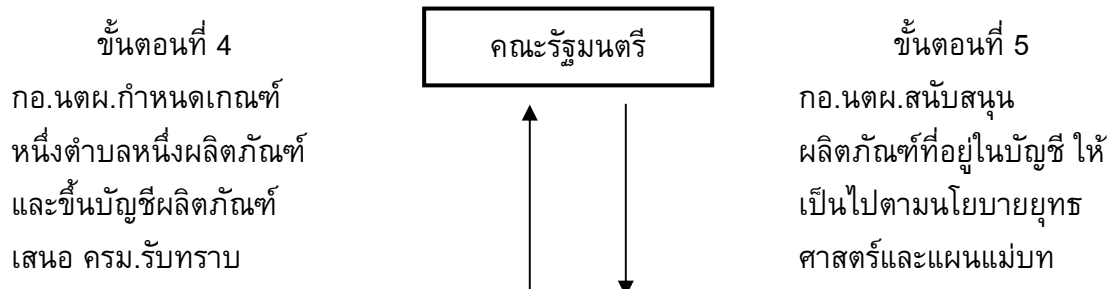
แผนงาน มีแผนการดำเนินงาน 6 ด้าน คือ

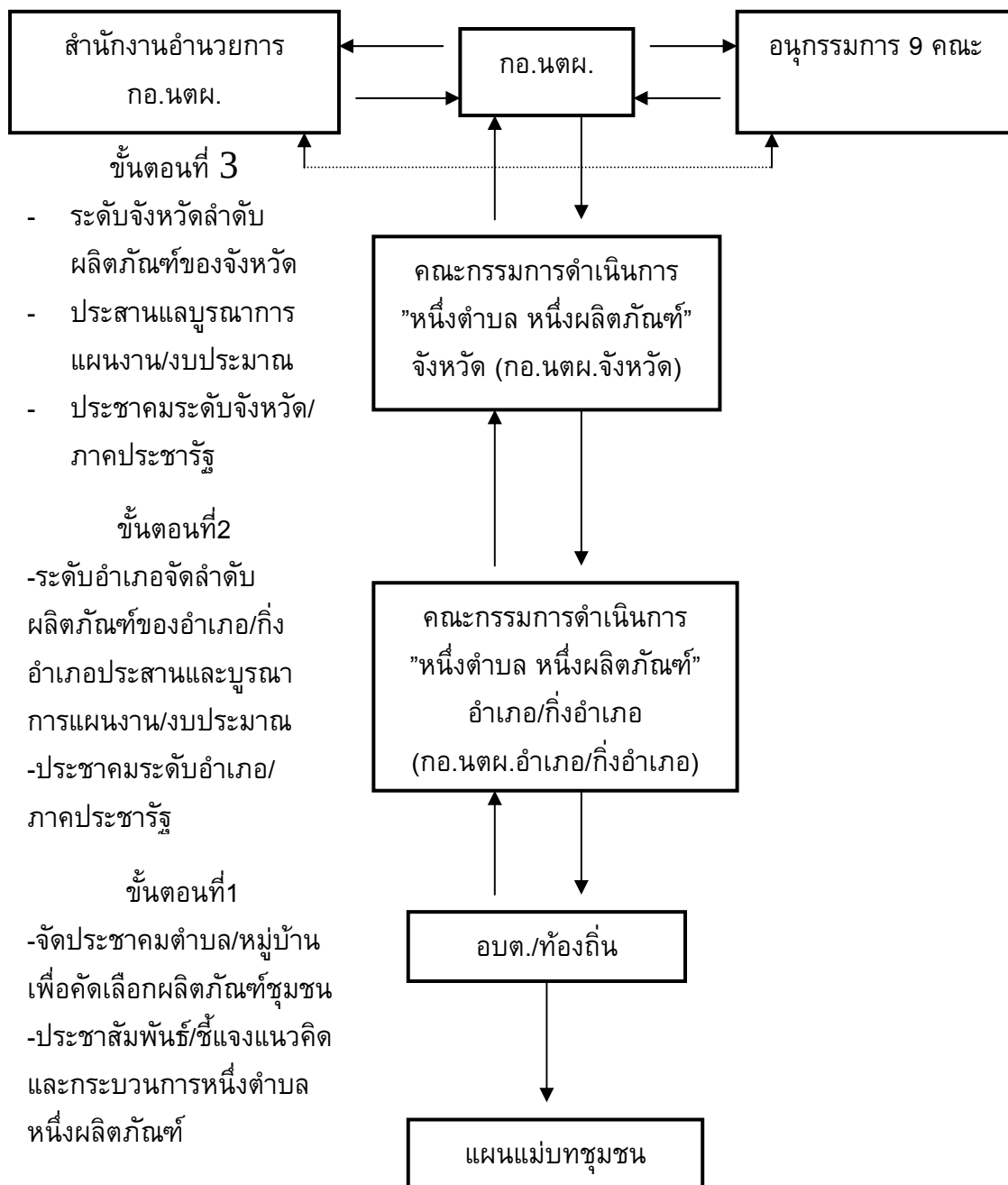
1. กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. การพัฒนาการตลาด
4. การวิจัย / พัฒนาคุณภาพ
5. การประชาสัมพันธ์
6. การติดตาม / ประเมินผล

5. หน่วยงานรับผิดชอบ

1. กรมส่งเสริมสหกรณ์
2. กรมส่งเสริมการเกษตร
3. กรมประมง
4. กรมปศุสัตว์
5. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
6. สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตร

แผนภูมิขั้นตอนการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”





โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมส่งเสริมการเกษตร

1. หลักการและเหตุผล

การเพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตรโดยการแปรรูป เป็นมาตรการหนึ่งที่ส่งเสริมให้เกษตรกรโดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร นำผลผลิตเกษตรทั้งด้านผัก ผลไม้ ปศุสัตว์ ประมง มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร หัตถกรรม สิ่งทอ และเครื่องอุปโภคต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมรายได้แก่ชุมชน ผลการดำเนินงานพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้น

มีความหลากหลาย กระจายไปทุกพื้นที่ คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานและไม่สม่ำเสมอ และยังประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคากันเอง ทั้งๆที่การผลิตสินค้าแปรรูป ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน (Micro Enterprise) ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ลักษณะนี้ ยังมีโอกาสและศักยภาพทางการตลาด ให้ผลตอบแทนการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ

จากนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ภายใต้พันธกิจทวิภาคี ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ข้อ (2) “...รัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต”

กรมส่งเสริมการเกษตรเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาสินค้าของชุมชนเกษตรกร และได้สนองนโยบายดังกล่าว โดยจัดให้ชุมชนยกระดับการผลิตในแนวทางหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) ซึ่งช่วยให้เกิดผลผลิตผลิตภัณฑ์ที่เด่นชัดในแต่ละพื้นที่ (ตำบล) สามารถกำหนดแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

1. เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักของชุมชนให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอ
2. สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าชุมชน
3. เกิดอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอีกทางเลือกหนึ่ง

3. เป้าหมายพื้นที่ดำเนินการ

ดำเนินการภายใต้ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลรวม 6,440 ตำบล ระยะเวลาดำเนินการ 6 ปี (2544 – 2549)

ตาราง 1 เป้าหมายพื้นที่การดำเนินการ (ที่มา : กองพัฒนาบริหารงานเกษตร 2545 : 2)

ปี	จำนวนกลุ่ม		รวม
	เชิงธุรกิจ	พื้นฐาน	
2544	102	-	102
2545	704	304	1,008

2546	930	400	1,330
2547	930	400	1,330
2548	930	400	1,330
2549	940	400	1,340
รวม	4,536	1,904	6,440

คำจำกัดความ

1. กลุ่มเชิงธุรกิจ หมายถึง

- 1.1 เป็นสถาบันเกษตรกรที่ปรากฏในทะเบียนกรมส่งเสริมการเกษตร และมี
การผลิตสินค้าแปรรูปเกษตร เพื่อจำหน่ายจำนวนอย่างต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 2 ปี
- 1.2 มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบคุณภาพในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง
- 1.3 มีศักยภาพในการเชื่อมโยงตลาดและมีการกระจายรายได้สู่ชุมชน

2. กลุ่มพื้นฐาน หมายถึง สถาบันเกษตรกรที่ทำกิจกรรมแปรรูปผลผลิต
เกษตรเพื่อการบริโภคในครัวเรือนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสนับสนุนความมั่นคงด้าน
อาหารของชุมชนเพื่อพัฒนาสู่การผลิตเชิงธุรกิจในอนาคต

4. แนวทางการดำเนินงาน

บทบาทของชุมชนภายใต้ศูนย์การถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล
(เจ้าหน้าที่ / คณะกรรมการศูนย์ถ่ายทอด ฯ เกษตรกร)

1. ร่วมกันกำหนดชนิดผลิตภัณฑ์หลักของจังหวัด (อาจเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวหรือกลุ่ม
ของผลิตภัณฑ์หลักก็ได้) โดยพิจารณาจากศักยภาพการผลิต การตลาด และความพร้อมของ
ชุมชน
2. กำหนดกลุ่มผู้ผลิตเพื่อดำเนินการผลิต
3. จัดหาปัจจัยการผลิต (ทุน วัตถุดิบ อุปกรณ์ ฯลฯ) ที่มีคุณภาพและปริมาณที่
เพียงพอต่อการผลิต
4. กำหนดเป้าหมายและวางแผนการผลิต
5. จัดระบบควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอและเป็นไปตาม
มาตรฐานผลิตภัณฑ์
6. ให้มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งขอรับรองคุณภาพ เพื่อให้เป็น
หลักประกันความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค
7. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม สวยงาม และสอดคล้องกับลักษณะของตลาด
ผู้บริโภค

8. บริหาร/จัดการ ทั้งส่วนขององค์กร การผลิต การตลาด เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเอง

9. แสวงหาตลาด / ช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

10. เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

11. การติดตามประเมินผลและรายงาน

การสนับสนุนจากภาครัฐ

1. สนับสนุนปัจจัยการผลิต เพื่อให้เกษตรกรสามารถดำเนินผลิตได้อย่างต่อเนื่อง
2. จัดระบบเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งด้านการผลิต – การตลาด ให้เกิดการขยายตลาดทั้งส่วนท้องถิ่น- ภูมิภาค – ภายในประเทศและภายนอกประเทศ
3. สนับสนุนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคทั้งภายใน – และภายนอกประเทศ
4. ถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่เกษตรกรและเจ้าหน้าที่ ให้สามารถพัฒนาการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งนี้ ดำเนินการภายใต้คณะกรรมการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร

5. ระยะเวลาดำเนินการ

6 ปี ระหว่างปี 2544 – 2549

6. เป้าหมายประมาณการ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี)

ปี 2545	10,000	ล้านบาท ยอดจำหน่าย 16,000 ล้านบาท
ปี 2546	20,000	ล้านบาท ยอดจำหน่าย 30,000 ล้านบาท
ปี 2547	25,000	ล้านบาท

7. ผลที่คาดหวังจะได้รับ

1. มีสินค้าเอกลักษณ์ของชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ
2. ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการบริโภคสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน
3. เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
4. สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตร ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดได้ส่วนหนึ่ง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรี ได้ดำเนินงานโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การทำงานแบบประชาคมแห่งความร่วมมือทุกระดับ มีการบูรณาการงานเข้าด้วยกัน มีการประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจงานที่ถูกต้อง เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ชนบทให้สูงขึ้น (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร 2546 : 34)

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี เป็นหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัดเพชรบุรี ได้กล่าวถึงแนวคิดในการดำเนินการว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ดำเนินการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการสนับสนุนให้แต่ละตำบลพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรในท้องถิ่น อาจเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร งานหัตถกรรม หรือ การบริการ ซึ่งดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในแต่ละตำบล (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี 2545 : 2)

เป้าหมายประมาณการยอดจำหน่าย จังหวัดเพชรบุรี

ปี 2546 ประมาณการ 350 ล้านบาท ผลการจำหน่าย 437,230,962 บาท

ปี 2547 ประมาณการ 450 ล้านบาท

ผลการจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี

ปีงบประมาณ 2546 จังหวัดเพชรบุรี ได้ตั้งเป้าหมายประมาณการยอดขายสินค้าเป็นเงิน 350 ล้านบาท ผลการจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 – กันยายน 2546 จำหน่ายได้รวมทั้งสิ้น 437,230,962 บาท

ตาราง 2 ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเพชรบุรี

ปีงบประมาณ 2546 (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี)

เดือน	ยอดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ทุก ประเภท	ต้นทุนการผลิต	กำไรสุทธิ
-------	--------------------------------------	---------------	-----------

ตุลาคม 2545	41,580,120	24,948,072	16,632,048
พฤศจิกายน 2545	45,015,000	27,009,000	18,006,000
ธันวาคม 2545	33,317,000	19,990,200	13,326,800
มกราคม 2546	24,953,150	14,971,890	9,981,260
กุมภาพันธ์ 2546	19,952,500	11,971,500	7,981,000
มีนาคม 2546	22,928,404	13,757,042	9,171,362
เมษายน 2546	57,387,958	34,432,774	22,955,184
พฤษภาคม 2546	34,979,483	20,987,689	13,991,794
มิถุนายน 2546	37,311,000	22,386,600	14,924,400
กรกฎาคม 2546	40,375,000	24,225,000	16,150,000
สิงหาคม 2546	38,747,197	23,248,318	15,498,879
กันยายน 2546	40,684,150	244,104,90	16,273,660
รวม 12 เดือน	437,230,962	262,338,577	174,892,385

จากตารางแสดงผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2545 - กันยายน 2546 แสดงให้เห็นว่ายอดจำหน่ายต่ำสุดในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และจำหน่ายได้สูงสุดในเดือนเมษายน ซึ่งอาจเป็นผลจากฤดูกาลท่องเที่ยว หลังจากเดือนเมษายน ยอดจำหน่ายลดต่ำลงเฉลี่ย 5 เดือน 37.8 ล้านบาท ซึ่งอาจเกิดจากหลายสาเหตุเช่น ผลของการพัฒนากลยุทธ์ตลาดที่ไม่ต่อเนื่อง สินค้าพัฒนาได้ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น แต่ผลรวมยอดจำหน่ายตลอดทั้งปีเกินเป้าหมายประมาณการของจังหวัดเพชรบุรีที่ได้ตั้งไว้ โดยได้กำไรสุทธิ 174,892,385 บาท

การจำแนกประเภทจากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งเป็น 6 ประเภทดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี.2546 : 7)

- ประเภทอาหารแปรรูป
- ประเภทเครื่องดื่ม
- ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย
- ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
- ประเภทศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก
- ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

ตาราง 3 ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าแยกตามประเภทในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดเพชรบุรี ธันวาคม 2546 – กุมภาพันธ์ 2547

(สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ธันวาคม 2546	มกราคม 2547	กุมภาพันธ์ 2547
อาหารแปรรูป	22,372,440	23,033,940	26,001,250
เครื่องดื่ม	667,420	556,070	1,091,100
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	1,098,611	750,000	1,005,900
เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง	2,188,350	2,828,700	3,131,300
ศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก	1,032,550	1,248,400	1,435,200
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	1,466,000	1,576,750	1,567,550

จากตารางสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด จากผลิตภัณฑ์ทุกประเภทในจังหวัดเพชรบุรี

ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี 2546)

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว

ข้าวซ้อมมือ	ต.นายาง	อ.ชะอำ
ข้าวหอมมะลิ	ต.บ้านกุ่ม	อ.เมืองเพชรบุรี
ข้าวเกรียบงาดำ	ต.ช่องสะแก	อ.เมืองเพชรบุรี

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้

ผลไม้แปรรูป	ต.ต้นมะม่วง	อ.เมืองเพชรบุรี
ลูกตาลเชื่อม	ต.สามะโรง	อ.เมืองเพชรบุรี
มะขามแก้ว	ต.หนองชุมพล	อ.เขาย้อย
สับปะรดกวน	ต.ห้วยแม่เพรียง	อ.แก่งกระจาน

ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร

น้ำตาลโตนด*	ต.บ้านหม้อ	อ.เมืองเพชรบุรี
น้ำพริกแกง*	ต.ท่าไม้รวก	อ.ท่ายาง
กะปิ	ต.บางแก้ว	อ.บ้านแหลม

* ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปที่ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ของจังหวัดเพชรบุรีปี พ.ศ. 2546

ส่วนประสมการตลาด

การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในปัจจุบัน ธุรกิจต้องอยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อมทั้งที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ สิ่งที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ก็คือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นภาระหน้าที่หลักของผู้ประกอบการธุรกิจก็คือ จะต้องผสมผสานสิ่งที่สามารถควบคุมได้ให้มีความสอดคล้อง โดยการปรับปรุงกลยุทธ์ แผนการ และนโยบายต่าง ๆ ให้ดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด

ผลิตภัณฑ์

ปริญ ศักษิตานนท์ และคณะ (2540 : 3) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน 2) พิจารณาจากองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย 4) การคำนึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น 5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์

จรรยาพร บุญเหลือ และสุวิทย์ เปียผ่อง (2541 : 10) ได้กล่าวไว้ว่า กิจกรรมธุรกิจจะประสบความสำเร็จในตลาด มียอดขายเพิ่มขึ้น กำไรมากขึ้นและได้อย่างเต็มที่ อย่างได้ผล และสร้างความพึงพอใจให้ด้วย นั้นแสดงว่าบริษัทมีการขายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีการวิจัยปรับปรุงพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ มีการศึกษาวิเคราะห์คู่แข่ง และทำการพัฒนาส่วนผสมการ

ตลาดให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลา ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้สินค้าบางอย่างล้าหลังเร็วมาก การบริหารผลิตภัณฑ์จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารกิจการเป็นอย่างยิ่ง

สำออง งามวิชา (2531:263) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากในทางการตลาด ถ้าผู้บริหารการตลาดได้พบกับผลิตภัณฑ์และได้จัดการกับผลิตภัณฑ์ของตนเป็นอย่างดีทุกสิ่งทุกอย่าง สำเร็จจะตกอยู่แก่บริษัทตอนแรกของบทนี้จะพูดถึงแนวคิดเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์เสียก่อน แล้วต่อไปจะพูดถึงการจัดการผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ หีบห่อ และบริการที่จะควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 99) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์หมายถึง อรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจ โดยที่จะต้องคำนึงถึงเสมอว่าผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอสู่ตลาดนั้นจะต้องสามารถแก้ปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

การบริหารผลิตภัณฑ์

จรรยาพร บุญเหลือ และสุวิทย์ เปี่ยม่อง (2541 : 10) การบริหารผลิตภัณฑ์ เป็นการบริหารการตลาดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นงานที่เกี่ยวกับการสนใจ เกี่ยวกับวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาส่วนประสมการตลาด เลือกจังหวะเวลาวางผลิตภัณฑ์ เลือกถอนผลิตภัณฑ์ออกจากตลาด กระตุ้นให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ขึ้น โดยเสนอวิธีการต่าง ๆ ที่จะให้ผลิตภัณฑ์ของกิจการอยู่ในตลาดได้ยาวนานที่สุดอาศัยกิจกรรมการตลาด

กระบวนการการบริหารผลิตภัณฑ์ (Nature of Product Management)

กระบวนการบริหารผลิตภัณฑ์ในแง่การตลาดหมายถึง “การสร้างความคิด วิเคราะห์ การจัดองค์การ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ขององค์การ เพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าเกิดความพอใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วย โดยลำดับขั้นตอนในกระบวนการบริหารผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การก่อเกิดความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัท/กิจการจะต้องมาพิจารณาว่าควรจะมีผลิตภัณฑ์สินค้าอะไร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มใด เมื่อไร
2. วิเคราะห์ นักการตลาดจะต้องศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของตลาดเป้าหมายที่บริษัทคาดหวังว่าเขามีความต้องการสินค้า / บริการประเภทไหน และคู่แข่งขั้นได้ทำการผลิตสินค้าอะไร มีคุณภาพรูปแบบ ตรายี่ห้อ หีบห่อเป็นอย่างไร พร้อมทั้งจะต้องวิเคราะห์ เศรษฐกิจ สังคม กฎหมายการเมือง เทคโนโลยี ทรัพยากรด้วยการเอื้ออำนวยต่อบริษัทของเราหรือไม่
3. การจัดองค์การ เป็นการกำหนดตำแหน่ง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคลกรที่มีต่อการบริหารผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บุคลากรทุกคนทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. การวางแผน เพื่อให้การบริหารผลิตภัณฑ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์นักการตลาด จะต้องทำการวางแผน ซึ่งประกอบไปด้วยการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์หลัก รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้วยเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด รวมทั้งกำหนดงบประมาณที่ต้องใช้ทั้งหมด
5. การนำแผนไปปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่แต่ละฝ่ายในองค์การจะต้องนำแผนที่วางไว้ไปปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของตนอย่างดีที่สุด

6. **คุมการควบคุม** เมื่อได้ปฏิบัติตามแผนแล้วจะมีการกำกับดูแลตรวจสอบว่าเป็นไปตามแผนหรือไม่ ซึ่งในการควบคุมทางการตลาดมีสาระสำคัญคือ

6.1 การกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน

6.2 การวัดและประเมินผลที่เกิดจริงกับมาตรฐานที่กำหนด

6.2 **ขั้นแก้ไขและปรับปรุง**

ราคา

ความหมายและความสำคัญของราคา

จรรยาพร บุญเหลือ และสุวิทย์ เปียผ่อง (2539:283) ได้กล่าวว่า ราคา หมายถึงจำนวนเงินที่ผู้ซื้อต้องจ่ายไปในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการโดยราคาจะถูกกำหนดจากมูลค่าของสินค้านั้น ราคามักเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการซื้อขาย ถ้าผู้ซื้อและผู้ขายกำหนดมูลค่าสินค้าใกล้เคียงกัน การซื้อขายก็จะเกิดขึ้น ราคาจึงจัดได้ว่าเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการนั้น ซึ่งจะมีผลทำให้บริษัทมีรายได้ ทำให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์จากความเป็นเจ้าของในสินค้าและบริการนั้น นอกจากนี้ราคายังมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 155) ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดราคาจำเป็นต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด และจะต้องกำหนดราคาให้ประสานกับการผลิต การส่งเสริมการตลาดและการกำหนดช่องทางการจำหน่ายกิจการอาจกำหนดราคาสูงหรือต่ำก็ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ราคาของกิจการ

สำอองศ์ งามวิชา (2539:283) ได้กล่าวไว้ว่า ถ้าจะพิจารณากันอย่างผิวเผิน ราคา ก็คือ “มูลค่าของสินค้าและบริการที่ผู้ขายจะได้รับจากผู้ซื้อจะต้องชำระ” แต่สำหรับในทางการตลาด ปัจจุบันราคาที่ตั้งขึ้นนั้นอาจมิใช่ราคาจริงที่ซื้อขายกัน ราคาที่ซื้อขายจริงคือราคาที่ผ่านการปรับลด หรือได้นำส่วนลดที่ลูกค้าจะพึงได้รับออกจากราคาที่ตั้งไว้แล้ว แต่ก็มีอยู่บ่อยครั้งเหมือนกันที่ลูกค้าบางคนจะต้องซื้อในราคาที่ตั้งไว้ เพราะไม่เข้าข่ายที่จะได้รับส่วนลด

ราคาที่ตั้งไว้ (List Price) = ราคาที่ระบุไว้ที่ตัวสินค้า

ราคาสุดท้าย (Final price) = ราคาที่ตั้งหักด้วยส่วนลด (Discount)

และส่วนยอมให้ต่าง ๆ (Allowance)

จรรยาพร บุญเหลือ และ สุวิทย์ เปียผ่อง (2541:130) ได้แบ่งขั้นตอนในการกำหนดราคา ขั้นตอนดังนี้

1. **การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market)** การเลือกตลาดเป้าหมายเป็นขั้นตอนแรก ซึ่งบริษัทผู้ผลิตจะต้องกำหนดลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งหมายถึงลูกค้าที่คาดว่าจะใช้สินค้าและบริการของบริษัท ลูกค้าที่คาดหวังจะประกอบด้วยผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันเช่น รายได้

รสนิยม ฐานะทางสังคม ระดับการศึกษา เพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ เมื่อเลือกตลาดเป้าหมายหรือลูกค้าที่คาดหวังได้แล้วก็จะกำหนดส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายต่อไป

2. ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค หลังจากกำหนดตลาดเป้าหมายได้แล้ว ก็จะทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมาย ถึงแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ทศนคติที่มีต่อสินค้า ราคาที่เขาสนใจและพอใจที่จะซื้อ การกะประมาณอุปสงค์ของผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดราคาเหมาะสมต่อไป

3. การคาดคะเนคู่แข่ง บริษัทผู้ผลิตจะต้องศึกษาท่าทีของคู่แข่งในปัจจุบันและคู่แข่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไปพร้อม ๆ กันด้วย บริษัทผู้ผลิตจะต้องศึกษานโยบายราคา กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายที่คู่แข่งเลือกใช้ ว่ามีอิทธิพลจูงใจผู้บริโภคเหนือกว่าของเราหรือไม่เขาใช้นโยบายราคาอย่างไร เป็นการประเมินสถานการณ์ทางการตลาดตัวอื่น ๆ และสภาวะแวดล้อมทางการตัดสินใจ

4. พิจารณาราคาให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด กิจกรรมจะต้องหาข้อมูลประกอบเพื่อให้การกำหนดราคาเป็นไปได้มากที่สุด และกำหนดปริมาณการขาย ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในความเป็นจริง การกำหนดราคานั้นจะต้องสอดคล้องกับส่วนประสมการตลาดตัวอื่น ๆ และสภาวะแวดล้อมทางการตลาดอีกด้วย

5. การกะประมาณความต้องการและต้นทุน เมื่อได้พิจารณาราคาให้สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด ผู้บริหารการตลาดจะต้องทำการคาดการณ์หรือประมาณขนาดความต้องการและต้นทุนว่าจะแตกต่างกันไปในระดับราคาต่าง ๆ การตั้งราคาจำเป็นต้องคำนึงถึงต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผันเป็นหลัก เพราะหากราคามีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อยอดขายและกำไรด้วย หากกิจการกำหนดราคาสูงขึ้น ยอดขายมีแนวโน้มจะคงที่หรือลดลง ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตคงที่หรือเพิ่มขึ้นหากกำหนดราคาผลิตภัณฑ์นั้นลดลงอาจทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้มากเมื่อขายได้มากขึ้นการผลิตก็มากขึ้น ต้นทุนเฉลี่ยก็จะลดลงด้วยตามเศรษฐกิจต่อขนาด แต่การจะกำหนดราคาโดยไม่กะประมาณความต้องการของตลาดในลักษณะนั้น ก็จะเสียโอกาสทางการตลาดไปอย่างน่าเสียดายเช่นกัน

6. กำหนดกลยุทธ์ราคา การกำหนดราคาให้กับสินค้าและบริการในระยะยาว ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการกำหนดราคา เช่น การทำกำไร การทำปริมาณการขาย การสร้างส่วนแบ่งการตลาด การรักษาสถานะเดิม ฯลฯ กลยุทธ์ในการกำหนดราคาที่สมควรยืดหยุ่นได้

7. จัดแปลงหรือปรับราคาในสิ่งจำเป็นตามกลวิธีของราคา ภายหลังได้กำหนดกลยุทธ์ราคาเป็นอย่างไรอย่างหนึ่งแล้ว จะต้องมาพิจารณากำหนดราคาพื้นฐาน (Basic Price หรือ List Price) ซึ่งเป็นราคาที่ใช้ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงราคาพื้นฐานนี้จะใช้ราคาอ้างอิงในการคำนวณราคาขายจริงหรือราคาสุทธิ (Actual Price หรือ Net

Price) โดยราคาขายจริงจะมีส่วนบวกเพิ่ม ได้แก่ ค่าขนส่งหรือส่วนลด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางการตลาด เช่น สภาพการแข่งขัน ลักษณะสภาพภูมิศาสตร์ ฯลฯ หลังจากได้มีการกำหนดราคาพื้นฐานเป็นที่ยุติแล้ว ราคาที่เป็นจริงก็จะมีหรือเปลี่ยนแปลงได้อีก ทั้งนี้โดยกลวิธีทางราคา ที่จะใช้ราคาเป็นกลไกในการเอาชนะหรือให้ได้เปรียบคู่แข่ง

การจัดจำหน่าย

สำออง งามวิธา (2539 : 327) ได้กล่าวว่า การจำหน่าย คือ “เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ไต่ ๑ เดินทางผ่านจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ทั้งนี้อาจมีการผ่านคนกลางในระดับต่าง ๆ ก่อนถึงมือผู้บริโภค”

ดังนั้นผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีเส้นทางเดินหรือช่องทางการจำหน่ายไม่แบบใดก็แบบหนึ่งเป็นการเฉพาะ และมีจุดหยุดพักในเส้นทางเดินอยู่หลายจุด จนกว่าจะถึงผู้บริโภค

ขณะที่ผลิตภัณฑ์เดินทางจากผู้ผลิตผ่านเส้นทางไปจนถึงผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนซื้อขายหรือการโอนสิทธิ์ครอบครองจะเกิดขึ้นอยู่เสมอ ผู้ผลิตสามารถทราบความต้องการหรือที่ทำการตลาดได้จากการติดต่อสื่อสารในระหว่างสมาชิกของช่องทางการจำหน่ายนั้น ๆ

โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย

สำออง งามวิธา (2539 : 327-329) ได้กล่าวว่า นักการตลาดสามารถเลือกช่องทางการจำหน่ายแบบใดก็ได้ที่คิดว่า จะเป็นประโยชน์แก่บริษัทและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมากที่สุด ต่อไปนี้จะเป็นการพิจารณาถึงช่องทางการจำหน่ายต่าง ๆ ที่สามารถใช้ได้กับสินค้าผู้บริโภค (Consumer Goods)

ช่องทางที่ 1 : จากผู้ผลิต -- ผู้บริโภค เรียกว่าเป็นช่องทางตรง เป็นช่องทางที่สั้นที่สุด พื้นฐานที่สุด และเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วที่สุด การจำหน่ายโดยใช้ช่องทางแบบนี้ทำได้ 4 รูปแบบด้วยกัน คือ การเข้าเสนอขายถึงบ้าน (Door – to – Door) การจัดพบปะสังสรรค์ที่บ้าน (Home Parties) การขายทางไปรษณีย์ (Mail Order) และจัดตั้งสำนักงานขายของผู้ผลิตเอง (Manufacturer – Owned Stores) ตัวอย่างเช่น บริษัทเครื่องสำอางค์เฮอร์มาดาตรงถึงตัวลูกค้าที่บ้าน ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกดีปเปอร์แวร์ใช้การขายโดยการจัดกิจกรรมสังสรรค์ที่บ้านลูกค้า บริษัทจักรเย็บผ้าซิงเกอร์ตั้งสำนักงานขายเอง ส่วนการขายทางไปรษณีย์ก็มีสำนักพิมพ์หรือสำนักงานผู้จัดจำหน่ายหนังสือหลายแห่งใช้วิธีการให้ลูกค้าสั่งซื้อทางไปรษณีย์เหมือนกัน

ช่องทางที่ 2 : ผู้ผลิต – ผู้ค้าปลีก - ผู้บริโภค เป็นช่องทางที่พบเห็นเป็นปรกติมากที่สุดสินค้าประเภทรถยนต์ เสื้อผ้า น้ำมันเชื้อเพลิง และสีทาบ้าน มักใช้ช่องทางนี้ ในการเลือกช่องทางนี้ผู้ผลิตจะต้องมีพนักงานขายของตนเอง ที่จะทำหน้าที่ติดต่อกับผู้ค้าปลีก เพื่อดำเนินการจัดแสดงหรือสาธิตสินค้าในร้านค้าปลีก และรับไปสั่งซื้อจากร้านค้าปลีก เมื่อพ่อค้าปลีกซื้อสินค้าไปแล้วก็จะดำเนินการขายสู่ผู้บริโภคต่อไป

ช่องทางที่ 3 : จากผู้ผลิต – ผู้ค้าส่ง - ผู้ค้าปลีก - ผู้บริโภค เป็นช่องทางที่พบมากสำหรับสินค้าผู้บริโภคที่มีราคาต้นทุนต่อหน่วยต่ำ เช่น สินค้าจำพวกผลิตภัณฑ์อาหาร หนังสือพิมพ์ ไม่แปรรูป เป็นต้น

ช่องทางที่ 4 : ผู้ผลิต - ตัวแทน – ผู้ค้าส่ง – ผู้ค้าปลีก - ผู้บริโภค เป็นช่องทางที่ยาวที่สุด มักใช้กันเมื่อมีผู้ผลิตรายเล็กรายน้อยมาก และมีร้านค้าปลีกรายเล็ก ๆ มาก จำเป็นต้องใช้ตัวแทน (Agents) ช่วยประสานงานให้ ในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปมักใช้ตัวแทนในการช่วยจัดจำหน่าย

ช่องทางที่ 5 : ผู้ผลิต –ตัวแทน –ผู้ค้าปลีก -ผู้บริโภค เป็นกรณีที่ผู้ผลิตผู้ค้าส่งออกจากช่องทางการจำหน่าย และใช้ตัวแทนช่วยจัดการติดต่อกับผู้ค้าปลีกแทน บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์กีฬา และโรงงานกระดาษจะจัดจำหน่ายโดยใช้ตัวแทนผู้ผลิตช่วยดำเนินการให้

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 171) ได้กล่าวถึงอรรถประโยชน์ในด้านสถานที่ว่า การที่ลูกค้าได้รับความพอใจจากการหาซื้อสินค้าในร้านค้าใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน หรือในร้านค้าที่ลูกค้าสะดวกในการไปซื้อ การจัดจำหน่ายจะเข้ามาช่วยวางขายงาน ที่สามารถเอื้ออำนวยประโยชน์ในการขนย้ายสินค้าไปยังสถานที่ที่ลูกค้าต้องการและสะดวกในการไปซื้อ

การส่งเสริมการตลาด

สำออง งามวิชา (2543 : 385) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดหมายถึงการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและชักชวนให้ซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 167) ได้แบ่งองค์ประกอบในการส่งเสริมการตลาดดังนี้

1. การโฆษณา คือการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าโดยผ่านสื่อสารมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 200) ได้กล่าวว่าการโฆษณาเป็นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มชนเป็นจำนวนมาก โดยผ่านสื่อโฆษณาเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างกว้างขวางมากที่สุดเท่าที่ประสิทธิภาพของสื่อจะสามารถทำได้

2. การส่งเสริมการขาย คือการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น ลด แลก แจก แถม และชิงโชค

3. การประชาสัมพันธ์ คือการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผู้ผลิตสินค้า โดยการจัดกิจกรรมเพื่อเหลือสังคม เช่น การวิ่งมาราธอน การนำชิ้นส่วนบรรจุภัณฑ์มาสร้างสรรค์สิ่งของเหลือใช้

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 231) ได้กล่าวว่างานประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความคิดเห็น และสร้างความเข้าใจอันดีในสังคมโดยเป็นการนำเสนอสองทาง ซึ่งจะนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าจากหน่วยงานสู่สังคม

4. การขายโดยพนักงานขาย คือ การส่งพนักงานขายออกไปสาธิตและเสนอขายสินค้ากับผู้บริโภค

อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 249) ได้กล่าวว่าการขายโดยพนักงานเป็นการขายสองทางโดยการเผชิญหน้าระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า พนักงานขายจะอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงลักษณะส่วนประกอบการใช้งานและคุณสมบัติประโยชน์ของสินค้า และบริการ นโยบายและขบวนการผลิต ในขณะเดียวกันสามารถตอบข้อโต้แย้งหรือข้อซักถามของลูกค้า

การส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอาจเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและราคา เช่น การผลิตกล้วยฉาบอบน้ำผึ้ง ในช่วงแรกอาจใช้วิธีส่งเสริมการขายโดยการแจกให้ทดลองชิม และโดยวัฒนธรรมของคนไทยเมื่อชิมแล้วก็จะเกิดความเกรงใจจนตัดสินใจซื้อในที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และอารี วิบูลย์พงศ์ (2543) ได้วิจัยศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจชุมชนอาหารแปรรูปพื้นบ้านของกลุ่มแม่บ้านยังมีสภาพอ่อนแอ โดยมีสาเหตุมาจาก สินค้าที่เลือกผลิตมีมูลค่าต่อหน่วยค่อนข้างต่ำและไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ขอบเขตตลาดค่อนข้างแคบความสามารถในการตลาดยังต่ำสินค้าที่ผลิตจำหน่ายส่วนใหญ่ชาวบ้านหรือกลุ่มต่าง ๆ สามารถผลิตได้เอง

และยังพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ผ่านเกณฑ์ GMP ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภค

วสันต์ บรรลือทรัพย์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความคิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความรู้สึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักเรียนแผนวิทย์กับนักเรียน

แผนศิลป์ และนักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จิราพร ทัดพินิจ (2546) ได้วิจัยความคิดเห็นของผู้บริโภคชนมอที่มีต่อร้านค้าจักราพร อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคชนมอมีความคิดเห็นต่อร้านค้าจักราพรโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดเหมาะสมในระดับปานกลาง ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และ 0.5 ตามลำดับ ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านราคาและทำเลที่ตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คณินันต์ จันทศรี (2543) ได้วิจัยทำการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทยปี 2540 - 2541 ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดนมพร้อมดื่มมีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยราย ผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มมีความแตกต่างกันในสายตาของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการโฆษณา และรูปแบบหีบห่อ นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายใหม่จะพบอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด เนื่องจากต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงสำหรับโรงงานขนาดใหญ่ที่ผลิตภัณฑ์นมหลายประเภท และข้อจำกัดในการหาน้ำนมดิบเพื่อป้อนโรงงาน และได้ให้ข้อเสนอแนะคือภาครัฐควรส่งเสริมหรือกำหนดสัดส่วนการใช้น้ำนมดิบ ในการผลิตนมพร้อมดื่มให้ชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และปรับปรุงกฎหมายในการควบคุม คุณภาพนมพร้อมดื่มให้ทันสมัยกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

พอพันธ์ สิงห์จันทร์ (2546) ได้วิจัยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี รายด้าน พบมีทัศนคติดี ยกเว้นด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่ดี ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน และความถี่ในการซื้อต่างกัน มีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 รายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สุนันทา เจริญวัลย์ (2539) ได้ศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษในระดับปานกลาง นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่มีประสบการณ์ในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ด้านครูผู้สอน ด้านกิจกรรม และด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเนื้อหาวิชา นักเรียนที่มีระดับผลการเรียนต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหาวิชา ด้านครูผู้สอน และด้านกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ไม่แตกต่าง นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ไม่แตกต่างกัน

นันทิยา ผิวงาม (2539) ได้ศึกษาทัศนะของนักศึกษาที่มีต่อพฤติกรรมการสอนของอาจารย์คณะวิทยาการจัดการในสถาบันราชภัฏ สหวิทยาลัยอีสานเหนือ พบว่า นักศึกษาสถาบันราชภัฏทั้ง 4 แห่งมีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนจริง และพฤติกรรมการสอนคาดหวัง ในระดับมาก ยกเว้น สถาบันราชภัฏเลยมีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนคาดหวัง อยู่ในระดับมากที่สุด นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนจริง และพฤติกรรมการสอนคาดหวัง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนจริงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนคาดหวัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาการจัดการทั่วไป มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนจริง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาการจัดการทั่วไป มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนคาดหวัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักศึกษาที่อยู่ต่างสถาบัน มีทัศนะต่อพฤติกรรมการสอนจริง และพฤติกรรมการสอนคาดหวัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมศักดิ์ สรสิทธิ์ (2539) ได้ศึกษาปัญหาของอาจารย์เกี่ยวกับการเรียนการสอน โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไปตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยทวารวดี ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาของอาจารย์ผู้สอนโปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป (หลังอนุปริญา)

โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง และพบต่อไปอีกว่าด้านการใช้สื่อการสอนมีปัญหามากที่สุด รองลงมาคือด้านเนื้อหาวิชาด้านวิธีการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ผลการเปรียบเทียบปัญหาของอาจารย์ผู้สอนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของปัญหาในด้านต่าง ๆ เมื่อจำแนกตามประเภทของวุฒิทางการศึกษา ประเภทผู้สอน และประสบการณ์สอน

สมจิตร์ เรืองวิสัย (2539) ได้ศึกษาปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมของศึกษาธิการอำเภอตามทัศนะของศึกษาธิการอำเภอและนักวิชาการศึกษา ในเขตการศึกษา 6 พบว่า ศึกษาธิการอำเภอและนักวิชาการศึกษามีทัศนะเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมของศึกษาธิการอำเภอ ในแต่ละงานและโดยรวม แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ศึกษาธิการอำเภอและนักวิชาการศึกษา ที่มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนะเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมของศึกษาธิการอำเภอ ในแต่ละงานโดยรวมและรายด้าน แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ซงศ์สุตา มะอาจเลิศ (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของนิสิต นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกาย ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการค้นหาข้อมูล แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยของรัฐที่ศึกษาในสาขาวิชา สังคมศาสตร์ / สาขาวิชามนุษยศาสตร์ และนักศึกษานักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเอกชนที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์บริหารธุรกิจ / สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ประยุกต์มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายด้านการค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

องอาจ โกยอนธรรมกุล (2546) ได้ศึกษาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้ตามเตียนโนนิของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ สถานภาพ และมีปัญหาสุขภาพและโรคประจำตัวต่างกัน มีการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้ที่มีอายุต่างกันมีการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านราคา แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

และผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณา รายด้านมีการใช้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านจัดจำหน่าย พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รัตนา ทศนียพัทธ์ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันข้าวยาคุ ซ้ายี่ห้อเดิม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้ามในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พฤติกรรมการบริโภคพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคดื่มน้ำมันข้าวยาคุ เพราะเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือ หาซื้อง่าย และราคา ตามลำดับ ผู้บริโภคที่มีเพศ และมีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันข้าวยาคุในด้านความถี่(จำนวนวัน) ในการดื่ม ความถี่ในการซื้อ เฉลี่ยแต่ละเดือน และราคามีซื้อแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันข้าวยาคุในด้านความถี่(จำนวนวัน) ในการดื่ม ความถี่ในการซื้อ เฉลี่ยแต่ละเดือน และราคามีซื้อแต่ละครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พงษ์สรรค์ ลีลาหงส์จุฑา (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรชนิดหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะคำนึงถึงสรรพคุณ/คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ในการซื้อ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อมากที่สุดโดยผู้บริโภคใช้เหตุผลในการพิจารณาดังนี้ ความสะดวกในการซื้อหาได้ง่าย รองลงมา วางจำหน่ายกระจายครอบคลุมหลายพื้นที่ สถานที่จำหน่ายควรมีป้ายให้เลือกละเอียดหลาย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรชนิดหน้าในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ของแถม มีการให้ส่วนลดราคา / ลดราคาพิเศษ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อในระดับมาก ได้แก่ สื่อโฆษณา/นิตยสารสตรี มีแผ่นพับแนะนำ และมีพนักงานสาธิตแนะนำ

จารึก เตรยารวรรณ (2546) ได้ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสุราแช่พื้นเมือง ผลการวิจัยพบว่า เพศชายจะมีแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสุรามากกว่าเพศหญิง ระดับการศึกษาต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสุราแช่พื้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้บริโภคที่รายได้ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสุราแช่พื้นเมืองแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จินตนา สัมปชชลิ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของร้านมนต์นมสด สาขากรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริโภคที่มี

อายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมและด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบริการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านราคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สพล มรรคไพบูลย์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี ได้แก่ อายุ (ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร) ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด (ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร) อาชีพ (ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร) และรายได้สุทธิที่แตกต่างกัน (ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร) มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ศิริวรรณ รัตนนารักษ์ (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน Boots ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านความถี่ในการซื้อต่อเดือน และหลังจากที่ใช้สินค้าของร้าน Boots มีความรู้สึกด้านคุณภาพของสินค้าไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีเพศ และสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในร้าน Boots ต่อ 1 ครั้ง การมาซื้อสินค้าในร้าน Boots ครั้งต่อไป และหลังจากซื้อสินค้าจากร้าน Boots และจะแนะนำให้คนรู้จักหรือเพื่อนมาใช้บริการแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านความถี่ในการซื้อต่อเดือนและหลังจากที่ซื้อสินค้าจากร้าน Boots แล้วจะแนะนำให้คนรู้จักหรือเพื่อนมาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในร้าน Boots ต่อการซื้อ 1 ครั้ง การมาซื้อสินค้าในร้าน Boots ครั้งต่อไป และหลังจากที่ใช้สินค้าของร้าน Boots มีความรู้สึกด้านคุณภาพของสินค้า แตกต่างกัน

อุณนทน์ กลิ่นเกลสา (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านอื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลูก

คำที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และความถี่ในการมาซื้อสินค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้ำที่มีสถานภาพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุป

งานวิจัยในครั้งนี้ ได้นำเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น มาเป็นแนวทางในการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้งนำมาเป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมและชัดเจนยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารเกษตรแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี จำนวน 225 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 447 คน รวมประชากรทั้งสิ้นจำนวน 672 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 โดยใช้สูตรกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ของ ยามาเน่ (ยูทพงษ์ กัยวรรณ. 2543 : 79 อ้างถึง ทาโร ยามาเน. 1973 : 125) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 คน จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน (Two Steps Sampling) โดยขั้นตอนแรกเป็นการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster or Area sampling) ได้จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี จำนวน 85 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 165 คน ขั้นตอนต่อมาทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ได้แก่ สาขาการบัญชี สาขาการตลาด และสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จากนั้นทำการเทียบสัดส่วนระหว่างประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

	สาขาวิชา	ประชากร		กลุ่มตัวอย่าง	
วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี	การบัญชี	112	225	45	85
	การตลาด	43		15	
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	70		25	
โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรี บริหารธุรกิจ	การบัญชี	184	447	68	165
	การตลาด	127		47	
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	136		50	
รวม		672		250	

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยแบ่ง เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสบการณ์ในการ บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความคิดเห็น ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า (Rating scale) โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำถามแต่ละข้อมีค่าระดับความคิดเห็น ให้เลือกตอบ 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|------------------------------|
| ระดับ 5 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| ระดับ 4 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมาก |
| ระดับ 3 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| ระดับ 2 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อย |
| ระดับ 1 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ใน 4 ด้าน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร วารสาร หนังสือ แนวทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น
2. ศึกษารูปแบบและวิธีเขียนแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป โดยกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย
3. สร้างข้อคำถามแบบสอบถามความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ
4. นำแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไข นำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ได้แก่ คุณเชิด จินะเป็งกาศ คุณธีรยุทธ เอมาววัฒน์ และคุณพิทักษ์ มณีรัยากร โดยใช้เกณฑ์ค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 – 0.93 จากข้อคำถามทั้งหมด 44 ข้อ ตรวจสอบแล้วผ่านเกณฑ์ทั้งสิ้น 40 ข้อ ดังนี้
 - 5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ 10 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 9 ข้อ
 - 5.2 ด้านราคา 10 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 10 ข้อ
 - 5.3 ด้านการจัดจำหน่าย 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 9 ข้อ
 - 5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 12 ข้อ
6. นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Try Out) กับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงประเภทวิชาบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจสถานศึกษาละ 25 คน รวมทดลองทั้งสิ้น 50 คน
7. นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบัต (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.8558 จากนั้นจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี และผู้อำนวยการโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม โดยได้ขอความร่วมมือและนัดหมายไปยังอาจารย์ประจำวิชา เก็บข้อมูลในวิทยาลัยอาชีวศึกษาจำนวน 85 ฉบับ และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 165 ฉบับรวม 250 ฉบับ ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 21 กรกฎาคม – 30 กรกฎาคม 2547 โดยเข้าไปชี้แจงและอธิบายถึงวัตถุประสงค์การวิจัยกับนักศึกษาทุกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ก่อนให้กลุ่มตัวอย่างนำแบบสอบถามกลับไปตอบที่บ้าน หลังจากนั้นวันรุ่งขึ้นให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งคืนอาจารย์ประจำวิชา หลังจากนั้น 1 สัปดาห์จึงไปเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเองจากอาจารย์ประจำวิชา โดยได้คืนมาครบทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences/Personal Computer) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อ

ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของคะแนนแต่ละข้อในแต่ละด้าน ซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544 :75)

4.50 – 5.00	หมายถึง	นักศึกษามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	นักศึกษามีระดับความคิดเห็นมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	นักศึกษามีระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	นักศึกษามีระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	นักศึกษามีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกันมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ในกรณีพบความแตกต่าง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's test) วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ t-test

4. แบบสอบถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่ และแจกแจงด้วยมือ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 x แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
 N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด

(บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 95)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

R แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความคิดเห็น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา

(-Coefficient)ของครอนบัค (Cronbach) (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 131)

$$= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

K แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

s_i^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้

t-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 166)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}{\frac{S_1^2}{n_1 - 1} + \frac{S_2^2}{n_2 - 2}}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
	X_1, X_2	แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	df	แทน ชั้นแห่งความอิสระ

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way Analysis of Variance)
(ชูศรี วงศ์รัตนะ.2544 : 236)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน สถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – Distribution
	MS_b	แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 กรณีค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีทดสอบของ เชฟเฟ (Scheffe) (ชูศรี วงศ์รัตน์.2544 : 248)

4. สูตรสำหรับกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. 2543 : 79 อ้างถึง ทาโร่ ยามาเน. 1973 : 125)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ผลตามลำดับความมุ่งหมายการวิจัยที่กำหนดไว้ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์การประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	นักศึกษาเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	นักศึกษาเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	นักศึกษาเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	นักศึกษาเห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสิทธิภาพในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่ และแจกแจงด้วยมือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ในตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสิทธิภาพในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาแจกแจงและคำนวณค่าร้อยละ ปรากฏผลดังแสดง ในตาราง 5

ตาราง 5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ		
การบัญชี	93	37.2
การตลาด	71	28.4
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	86	34.4
รวม	250	100
2. เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	62	24.8
ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท	144	57.6
สูงกว่า 1,500 บาท	44	17.6
รวม	250	100
3. ประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป		
น้อยกว่า 3 ปี	78	31.2
มากกว่า 3 ปี	172	68.8
รวม	250	100
4. ความถี่ในการบริโภค		
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	92	36.8
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	158	63.2
รวม	250	100
5. สังกัดของสถานศึกษา		
สถานศึกษาของรัฐ	85	34
สถานศึกษาของเอกชน	165	66
รวม	250	100

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน นักศึกษาที่เรียนสาขาการบัญชี มีจำนวนมากกว่านักศึกษาที่เรียนสาขาการตลาด และคอมพิวเตอร์ธุรกิจเล็กน้อย โดยเงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท (57.6 %) นักศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป

มากกว่า 3 ปี (68.8 %) ความถี่ในการบริโภคของนักศึกษาส่วนใหญ่ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (63.2 %) และนักศึกษาส่วนใหญ่สังกัดสถานศึกษาของเอกชน (66 %)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษา ใน 4 ด้าน

การวิเคราะห์ในตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74	0.48	มาก
ด้านราคา	3.57	0.49	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.68	0.54	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.71	0.62	มาก
รวม	3.67	0.45	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 6 พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมนักศึกษาเห็นด้วยในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านนักศึกษาเห็นด้วยในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายชื่อ

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ข้าวหลามไม้ไผ่มีความสดใหม่	3.96	0.78	มาก
2.มะนาวแปรรูปมีหลากหลายรูปแบบ	3.82	0.79	มาก
3.ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด	3.39	0.93	ปานกลาง
4.น้ำตาลโตนดเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี	4.41	0.83	มาก
5.การบรรจุหีบห่อสับประรดกวน สวยงาม	3.61	0.89	มาก
6.น้ำพริกแกงบรรจุกระปุกมีอายุการเก็บรักษานาน	3.54	0.91	มาก
7.กะปิมีความสะอาด	3.24	0.97	ปานกลาง
8.ข้าวซ้อมมือเหมาะกับโอกาสในการรับประทานเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ	4.08	0.91	มาก
9.มะขามแก้วเหมาะกับโอกาสนำเป็นของฝาก	3.64	0.90	มาก
รวม	3.74	0.48	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 7 พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์เป็นรายชื่อ ทุกข้อนักศึกษาเห็นด้วยในระดับมาก ยกเว้น ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด และกะปิมีความสะอาด นักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา เป็นรายข้อ

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
10. การซื้อข้าวหลามไม้ไผ่ คุ่มค่ากับราคาที่จ่าย	3.61	0.84	มาก
11.ราคาลูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่องเหมาะสม	3.49	0.85	ปานกลาง
12.มะนาวแปรรูปมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	3.66	0.88	มาก
13.น้ำพริกแกงมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	3.60	1.00	มาก
14.กะปิมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.59	0.88	มาก
15.สามารถซื้อน้ำตาลโตนดได้ในราคาที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน	3.76	0.89	มาก
16.มะขามแก้วมีการตั้งราคาจูงใจให้น่าซื้อ	3.48	0.95	ปานกลาง
17.ราคา सबประรดกวน 20 บาท ต่อ 1 ถู เป็นราคาที่ท่านพอใจจ่ายเพื่อซื้อบริโภค	3.78	0.91	มาก
18.ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปในท้องตลาด	3.45	0.91	ปานกลาง
19.การตั้งราคาขายข้าวเกรียบงาดำทำให้ผู้ขายได้กำไรสูง	3.36	0.93	ปานกลาง
รวม	3.57	0.49	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านราคา เป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความคิดเห็นต่อ ราคาลูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่องเหมาะสม มะขามแก้วมีการตั้งราคาจูงใจให้น่าซื้อ ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปในท้องตลาด และการตั้งราคาขายข้าวเกรียบงาดำทำให้ผู้ขายได้กำไรสูง นักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการจัดจำหน่าย เป็นรายข้อ

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
20. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวหาคือได้ง่าย	3.78	0.85	มาก
21.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีการตกแต่งที่สวยงาม	3.48	0.91	ปานกลาง
22. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้หาคือได้ง่าย	3.84	0.90	มาก
23.มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้จำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต	3.60	0.89	มาก
24.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้สะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.68	0.87	มาก
25.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้มีการตกแต่งที่สวยงาม	3.52	0.95	มาก
26.ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารหาคือได้ง่าย	3.81	0.91	มาก
27.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารสะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.79	0.86	มาก
28.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารมีการตกแต่งที่สวยงาม	3.64	0.85	มาก
รวม	3.68	0.54	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 9 พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการจัดจำหน่าย เป็นรายข้อ ทุกข้อนักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีการตกแต่งที่สวยงาม นักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
29.มีการนำเสนอคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.81	0.97	มาก
30.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ลดราคาในเทศกาลสำคัญ	3.64	1.00	มาก
31.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว	3.67	0.93	มาก
32.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	3.69	0.91	มาก
33.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.70	0.96	มาก
34.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ลดราคาในเทศกาลสำคัญ	3.67	0.97	มาก
35.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้	3.88	0.90	มาก
36.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	3.74	0.81	มาก
37.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.66	0.89	มาก
38.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารลดราคาในเทศกาลสำคัญ	3.70	0.96	มาก
39.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร	3.69	0.88	มาก
40.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	3.72	0.88	มาก
รวม	3.71	0.62	มาก

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 10 พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นรายข้อ ทุกข้อนักศึกษาเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

โดยข้อที่นักศึกษาเห็นด้วยระดับมากเป็นอันดับแรกคือ มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ส่วนข้อที่นักศึกษาเห็นด้วยระดับมากเป็นอันดับสุดท้ายคือ มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ลดราคาในเทศกาลสำคัญ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็น

การวิเคราะห์ในตอนนี้เป็นการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสิทธิภาพในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านจำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์	สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ					
	การบัญชี (N = 93)		การตลาด (N = 71)		คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (N = 86)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70	0.43	3.80	0.53	3.73	0.49
ด้านราคา	3.48	0.44	3.68	0.51	3.59	0.52
ด้านการจัดจำหน่าย	3.61	0.52	3.72	0.58	3.71	0.53
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	0.61	3.83	0.63	3.70	0.63
รวม	3.60	0.41	3.76	0.49	3.68	0.45

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 11 พบว่า นักศึกษาที่มีสาขาวิชาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวม ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักศึกษาสาขาการตลาด มีความคิดเห็นสูงกว่าสาขาอื่นๆ โดยมีความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาดสูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.83) นักศึกษาการบัญชี มีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์สูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.70) และนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์สูงที่สุด ($\bar{X}$ = 3.73)

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2 247 249	0.391 57.541 57.932	0.195 0.233	0.839	0.43
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2 247 249	1.771 60.012 61.783	0.886 0.243	3.645*	0.02
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2 247 249	0.679 73.560 74.239	0.340 0.298	1.140	0.32
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2 247 249	1.557 96.826 98.383	0.779 0.392	1.986	1.39
รวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2 247 249	0.949 51.357 52.306	0.475 0.208	2.282	0.10

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 12 พบว่านักศึกษาที่ศึกษาสาขาวิชาประเภทวิชาธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยคู่ใดที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ปรากฏดังตาราง 13

ตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านราคา จำแนกตามสาขาวิชา
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ				
		การบัญชี	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	การตลาด	
	$\bar{X}$	3.48	3.59	3.68	
ด้านราคา	การบัญชี	3.48	-	0.11	0.20*
	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	3.59	-	-	0.09
	การตลาด	3.68	-	-	-

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 13 พบว่านักศึกษาในสาขาวิชาการบัญชี และการตลาด มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้าน ราคา แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัด
เพชรบุรี โดยรวมและรายด้านจำแนกตาม เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์	เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 1,000 บาท (N = 62)		ระหว่าง 1,001-1,500 บาท (N = 144)		สูงกว่า 1,500 บาท (N = 44)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	0.52	3.75	0.45	3.81	0.51
ด้านราคา	3.50	0.54	3.58	0.50	3.66	0.40
ด้านการจัดจำหน่าย	3.56	0.57	3.73	0.52	3.67	0.54
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	0.64	3.77	0.62	3.69	0.58
รวม	3.58	0.48	3.71	0.45	3.71	0.41

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 14 พบว่า นักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี
โดยรวม ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท มีความ
คิดเห็นต่ำกว่า ระดับเงินเดือนระดับอื่น ๆ โดยมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด
($\bar{X}$ = 3.67) นักศึกษาที่ได้รับเงินเดือนระหว่าง 1,001-1,500 บาท มีความคิดเห็นในด้านการ
ส่งเสริมการตลาดสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.77) และนักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนสูงกว่า 1,500 บาท มี
ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด ($\bar{X}$ = 3.81)

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.52	0.26	1.12	0.32
	ภายในกลุ่ม	247	57.40	0.23		
	รวม	249	57.93			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.69	0.34	1.40	0.24
	ภายในกลุ่ม	247	61.09	0.24		
	รวม	249	61.78			
ด้านการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.28	0.64	2.16	0.11
	ภายในกลุ่ม	247	72.95	0.29		
	รวม	249	74.23			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.63	0.81	2.08	0.12
	ภายในกลุ่ม	247	96.74	0.39		
	รวม	249	98.38			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.79	0.39	1.90	0.15
	ภายในกลุ่ม	247	51.51	0.20		
	รวม	249	52.30			

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 15 พบว่านักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท ระหว่าง 1,001-1,500 บาท และมากกว่า 1,500 บาท มีความคิดเห็นมีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์ในการบริโภค ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป				t	p
	น้อยกว่า 3 ปี (N = 78)		มากกว่า 3 ปี (N = 172)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	0.46	3.75	0.49	-0.396	0.693
ด้านราคา	3.58	0.46	3.57	0.51	0.078	0.938
ด้านการจัดจำหน่าย	3.64	0.49	3.69	0.56	-0.711	0.478
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	0.53	3.70	0.66	0.401	0.689
รวม	3.67	0.41	3.68	0.47	-0.168	0.867

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 16 พบว่านักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป น้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามความถี่ในการบริโภค

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์	ความถี่ในการบริโภค				t	p
	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน (N = 92)		มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน (N = 158)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	0.44	3.75	0.50	-0.464	0.643
ด้านราคา	3.53	0.52	3.60	0.47	-1.057	0.292
ด้านการจัดจำหน่าย	3.66	0.54	3.69	0.55	-0.333	0.739
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66	0.62	3.74	0.62	-1.002	0.317
รวม	3.64	0.46	3.69	0.45	-0.852	0.395

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 17 พบว่านักศึกษาที่มีความถี่ในการบริโภค น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสังกัดของสถานศึกษา

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์	สังกัดของสถานศึกษา				t	p
	สถานศึกษา ของรัฐ (N = 85)		สถานศึกษา ของเอกชน (N = 165)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	0.46	3.79	0.48	-2.121*	0.035
ด้านราคา	3.44	0.50	3.64	0.47	-3.212**	0.001
ด้านการจัดจำหน่าย	3.62	0.53	3.71	0.54	-1.184	0.237
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	0.68	3.81	0.57	-3.428**	0.001
รวม	3.56	0.46	3.74	0.44	-2.959**	0.003

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 18 พบว่า นักศึกษาที่สังกัดสถานศึกษาของรัฐ และสังกัดสถานศึกษาของเอกชน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนในรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ในตอนนี้เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามปลายเปิด ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยนำมาจัดหมวดหมู่ และแจกแจงด้วยมือ รายละเอียดปรากฏดังตาราง 19

ตาราง 19 ความคิดเห็นเพิ่มเติมความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ความถี่
ด้านผลิตภัณฑ์	
1.ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน	27
2.ควรผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานคงที่	22
3.ควรมีการระบุขนาดและส่วนประกอบให้ชัดเจน	12
4.หลายตำบลมีการผลิตสินค้าคล้ายคลึงกัน	9
5.สินค้าผลิตได้ไม่ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค	3
6.สินค้าบางชนิดยังไม่เป็นที่รู้จัก	2
7.สินค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	1
ด้านราคา	
1.ไม่ควรตั้งราคาสูงกว่าต้นทุนที่แท้จริงมากนัก	26
2.สินค้าที่ระลึก ของฝากราคาจะตั้งสูงกว่าปกติ	25
3.ควรติดราคาสินค้าให้ทราบชัดเจน	13
4.มักมีการขึ้นราคาในงานเทศกาล	7
5.เมื่อพบลูกค้าต่างถิ่นมักขายในราคาสูงกว่าปกติ	3

ตาราง 19 (ต่อ)

ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ความถี่
ด้านการจัดจำหน่าย	
1.การจัดจำหน่ายยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่	24
2.ควรจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่าย หรือร้านตัวแทนจำหน่ายมากขึ้น	17
3.การจัดวางสินค้ายังไม่เด่น ไม่เป็นที่สะดุดตา	14
4.สถานที่ในการจำหน่ายควรถูกสุขลักษณะ	12
ด้านการส่งเสริมการตลาด	
1.ภาครัฐควรให้การสนับสนุน โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	45
2.ควรเพิ่มงานแสดงสินค้าให้เพียงพอต่อปริมาณสินค้า	19
3.ควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์สู่ต่างจังหวัด และต่างประเทศ	19
4.ควรสนับสนุนให้คนในจังหวัดหันมาบริโภคสินค้ามากขึ้น	12
5.ควรแสดงกรรมวิธีการผลิตเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการบริโภค	6
6.ควรเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์	4

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 19 พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ใน 3 อันดับแรก ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน ควรผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานคงที่ และควรมีการระบุขนาดและส่วนประกอบให้ชัดเจน
2. ด้านราคา ใน 3 อันดับแรก ไม่ควรตั้งราคาสูงกว่าต้นทุนที่แท้จริงมากนัก สินค้าที่ระลึก ของฝากราคาจะตั้งสูงกว่าปกติ และควรติดตามราคาสินค้าให้ทราบชัดเจน
3. ด้านการจัดจำหน่าย ใน 3 อันดับแรก การจัดจำหน่ายยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่าย หรือร้านตัวแทนจำหน่ายมากขึ้น และการจัดวางสินค้ายังไม่เด่น ไม่เป็นที่สะดุดตา
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ใน 3 อันดับแรก ภาครัฐควรให้การสนับสนุน โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ควรเพิ่มงานแสดงสินค้าให้เพียงพอต่อปริมาณสินค้า และควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์สู่ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสพการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา ซึ่งสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสพการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นำไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์การตลาด ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเพชรบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป นำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้อง และสามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคสูงสุด

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจต่างกันมีความเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีเงินที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

3. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีความถนัดในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่อยู่ในสังกัดของสถานศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี จำนวน 225 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 447 คน รวมประชากรทั้งสิ้นจำนวน 672 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2547 โดยใช้สูตรกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ของ ยามาเน่ (ยูทรพงษ์ กัยวรรณ. 2543 : 79 อ้างถึง ทาโร ยามาเน่. 1973 : 125) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 250 คน จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน (Two Steps Sampling) โดยขั้นตอนแรกเป็นการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster or Area sampling) ได้จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี จำนวน 85 คน และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 165 คน ขั้นตอนต่อมาทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามประเภทวิชาบริหารธุรกิจ ได้แก่ สาขาการบัญชี สาขาการตลาด และสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จากนั้นทำการเทียบสัดส่วนระหว่างประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมาตรประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยแบ่ง เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่ และแจกนับด้วยมือ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี และผู้อำนวยการโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม โดยได้ขอความร่วมมือและนัดหมายไปยังอาจารย์ประจำวิชา เก็บข้อมูลในวิทยาลัยอาชีวศึกษาจำนวน 85 ฉบับ และโรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ จำนวน 165 ฉบับรวม 250 ฉบับ ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 21 กรกฎาคม – 30 กรกฎาคม 2547 โดยเข้าไปชี้แจงและอธิบายถึงวัตถุประสงค์การวิจัยกับนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ก่อนให้กลุ่มตัวอย่างนำแบบสอบถามกลับไปตอบที่บ้าน หลังจากนั้นวันรุ่งขึ้น ให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งคืนอาจารย์ประจำวิชา หลังจากนั้น 1 สัปดาห์จึงไปเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเองจากอาจารย์ประจำวิชา โดยได้คืนมาครบทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Sciences/Personal Computer) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเพชรบุรี

ใน 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้เกณฑ์การประเมินแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง นักศึกษามีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่ โดยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's test) ส่วนประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา วิเคราะห์โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด นำมาจัดหมวดหมู่ และแจกแจงด้วยมือ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี สรุปผลได้ ดังนี้

1. นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง สาขาการบัญชี การตลาด และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 93 ,71 และ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 ,28.4 และ 34.4 ตามลำดับ นักศึกษาส่วนใหญ่ มีเงินที่ได้รับต่อเดือน อยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป มากกว่า 3 ปี จำนวน 172 คนคิดเป็นร้อยละ 68.8 มีความถี่ในการบริโภค มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 158 คนคิดเป็น ร้อยละ 63.2 และส่วนใหญ่สังกัดสถานศึกษาของเอกชน จำนวน 165 คน คิดเป็น ร้อยละ 66

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัด

เพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับมากต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีด้านผลิตภัณฑ์ คือ ข้าวหลามไม้ไผ่มีความสดใหม่ ($\bar{x} = 3.96$) รองลงมาคือมะนาวแปรรูปมีหลากหลายรูปแบบ ($\bar{x} = 3.82$) มะขามแก้วเหมาะกับโอกาสนำไปของฝาก ($\bar{x} = 3.64$) และข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นปานกลางคือ ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.39$) และกะปิมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.24$)

2.2 ด้านราคา พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักศึกษามีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีด้านราคาในระดับมาก คือราคา सबประรดกวน 20 บาท ต่อ 1 ถู เป็นราคาที่ท่านพอใจจ่ายเพื่อซื้อบริโภค ($\bar{x} = 3.78$) รองลงมา มะนาวแปรรูปมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ($\bar{x} = 3.66$) และข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นปานกลางคือ ราคาลูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่องเหมาะสม ($\bar{x} = 3.49$) รองลงมา มะขามแก้วมีการตั้งราคาสูงเกินไป ($\bar{x} = 3.48$)

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักศึกษามีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก คือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้หาซื้อได้ง่าย ($\bar{x} = 3.84$) รองลงมา ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารหาซื้อได้ง่าย ($\bar{x} = 3.81$) และข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นปานกลาง คือภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีการตกแต่งที่สวยงาม ($\bar{x} = 3.48$)

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักศึกษามีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก คือมีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ($\bar{x} = 3.88$) รองลงมา มีการนำเสนอคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น / สื่อสิ่งพิมพ์ / เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.81$) และผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ช่วยในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 3.74$)

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสิทธิภาพในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา ปรากฏผลดังนี้

3.1 นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงสาขาวิชาการบัญชี การตลาด และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาสาขาการบัญชี และการตลาด มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจกับสาขาการตลาด และสาขาการบัญชีกับคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 นักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท ระหว่าง 1,001-1,500 บาท และสูงกว่า 1,500 บาท มีความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 นักศึกษาที่มีประสิทธิภาพในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปน้อยกว่า 3 ปี และมากกว่า 3 ปี มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 นักศึกษาที่มีความถี่ในการบริโภค น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือนักศึกษาที่มีความถี่ในการบริโภค น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ใกล้เคียงกัน

3.5 นักศึกษาที่สังกัดสถานศึกษาของรัฐ และสังกัดสถานศึกษาของเอกชน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนในรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ข้อที่มีความถี่สูงสุดคือ ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สะดวกต่อการใช้งาน

รองลงมา ควรผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานคงที่ ด้านราคา ข้อที่มีความถี่สูงสุดคือ ไม่ควรตั้งราคาสูงกว่าต้นทุนที่แท้จริงมากนัก รองลงมา สินค้าที่ระลึก ของฝากราคาจะตั้งสูงกว่าปกติ ด้านการจัดจำหน่าย ข้อที่มีความถี่สูงสุดคือ ควรจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่าย หรือร้านตัวแทนจำหน่ายมากขึ้น รองลงมา การจัดวางสินค้ายังไม่เด่น และไม่เป็นที่สะดุดตา และด้านส่งเสริมการตลาด ข้อที่มีความถี่สูงสุดคือ ภาครัฐควรให้การสนับสนุน และโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รองลงมา ควรเพิ่มงานแสดงสินค้าให้เพียงพอต่อปริมาณสินค้า

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ข้อ 4 น้ำตาลโตนดเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี ($\bar{x} = 4.41$) ข้อ 8 ข้าวซ้อมมือเหมาะกับโอกาสในการรับประทานเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{x} = 4.08$) และ ข้อ 1 ข้าวหลามไม้ไผ่มีความสดใหม่ ($\bar{x} = 3.96$) ตามลำดับ นั่นคือในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญที่จะแสดงถึงคุณค่าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา โดยจะต้องคำนึงถึงสรรพประโยชน์ และสามารถสนองความต้องการ หรือความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับสุวิทย์ เปียผ่อง (2537 : 127) ได้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภาพพจน์ที่ได้รับจากการกำหนดตราสินค้า ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับ อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 99) ได้กล่าวว่าสรรพประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ส่งผลให้กับผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นนั่นเอง ส่วนในข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับปานกลางคือ ข้อ 3 ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.39$) และข้อ 7 กะปิมีความสะอาด ($\bar{x} = 3.24$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของอาหารแปรรูปมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่จะบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ

ข้อเสนอแนะของ คณิงนิตย์ จันทรศรี (2543 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทย ปี 2540-2541 พบว่าควรมีการปรับปรุงข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพนมพร้อมดื่มให้ทันสมัยกับเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และอารี วิบูลย์พงศ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ ยังไม่ผ่านเกณฑ์ GMP ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภค นั่นคือคุณภาพและมาตรฐานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค

1.2 ด้านราคา พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ข้อ 17 ราคาสับประรดกวน 20 บาท ต่อ 1 ถู เป็นราคาที่ท่านพอใจจ่ายเพื่อซื้อบริโภค ($\bar{x} = 3.78$) ข้อ 15 สามารถซื้อน้ำตาลโตนดได้ในราคาที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน ($\bar{x} = 3.76$) และข้อ 12 มะนาวแปรรูปมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ($\bar{x} = 3.66$) ตามลำดับ นั่นคือการตั้งราคาที่จะให้ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นราคาที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เป็นราคาที่ตั้งไว้เป็นมาตรฐาน มีหลายระดับราคาขึ้นกับรูปแบบและขนาด ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความพึงพอใจ สามารถพิจารณาตัดสินใจซื้อได้อย่างสะดวกและราคาผานกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์สรรค์ ลีลาหงส์จุฑา (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรสดหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ ฯ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับ อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 155) ได้กล่าวว่า การกำหนดราคาจะต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมด้วย และต้องกำหนดราคาให้ประสานสอดคล้องกับการผลิต เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ส่วนในข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 3 อันดับคือ ข้อ 11 ราคาลูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่องเหมาะสม ($\bar{x} = 3.49$) ข้อ 16 มะขามแก้วมีการตั้งราคาสูงใจให้น้ำซื้อ ($\bar{x} = 3.48$) และข้อ 18 ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปในท้องตลาด ($\bar{x} = 3.45$) ซึ่งราคาของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้สำหรับจัดจำหน่ายนั้นควรจะมีการกำหนดราคาให้มีความชัดเจน โดยที่ราคานี้จะต้องไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เป็นจำนวนเงินที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายให้กับสินค้าที่ต้องการ อีกทั้งต้องเป็นราคาที่สามารถจูงใจให้เกิดการซื้อ ซึ่งจะสอดคล้องกับ จรรยาพร บุญเหลือ และสุวิทย์ เปียผ่อง (2541 : 130) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคถึงแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ได้กล่าวถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ราคาที่สนใจ และพอใจซื้อ นำไปพิจารณาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดราคาให้เกิดความเหมาะสม

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ข้อ 22 ผลិតภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้หาคือได้ง่าย ($\bar{x} = 3.84$)

ข้อ 26 ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารหาคือได้ง่าย ($\bar{x} = 3.81$) และข้อ 27 รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารสะดวกต่อการเลือกซื้อ ($\bar{x} = 3.79$) ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของการจัดการจำหน่าย นักการตลาดจะต้องเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใดก็ได้ที่คิดว่าจะเป็นประโยชน์ และมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มากที่สุดซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าอาหารแปรรูปและสามารถซื้อหามาบริโภคได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 171 อ้างถึง ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ 2537 : 28) ได้กล่าวถึงอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ เป็นช่องทางที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จากการหาซื้อสินค้าในร้านค้าใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน หรือในร้านค้าที่ลูกค้าสะดวกในการไปซื้อ สอดคล้องกับ พงษ์สรรค์ ลีลาหงส์จุฑา (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรชนิดแห้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อในระดับมากที่สุด โดยผู้บริโภคใช้เหตุผลในการพิจารณาประกอบด้วย ความสะดวกในการซื้อ หาคือได้ง่าย สอดคล้องกับ อุณหพันธ์ กลิ่นเกลลา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่านักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ข้อ 35 มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ($\bar{x} = 3.88$) ข้อ 29 มีการนำเสนอคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.81$) และข้อ 36 ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ ช่วยในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 3.74$) ตามลำดับ ซึ่งในการส่งเสริมการตลาดนั้น การโฆษณาเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งขาดไม่ได้ ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินการทางธุรกิจในปัจจุบัน ได้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งด้านรูปแบบ เทคโนโลยี บรรจุภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอย และการให้บริการที่ยอดเยี่ยม ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด และสามารถผูกมัดใจลูกค้าให้ได้โดยเฉพาะในสินค้าอาหารแปรรูป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยการโฆษณาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 200) ได้กล่าวว่าการโฆษณาเป็นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมากโดยผ่านสื่อโฆษณาเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างกว้างขวางมากที่สุดเท่าที่ประสิทธิภาพของสื่อสามารถทำได้ ซึ่งในชีวิตประจำวันของคนต้องพบเห็นได้รับรู้ ได้สัมผัสกับโฆษณาต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 167) ได้กล่าวว่าการโฆษณาคือการเผยแพร่

ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าโดยผ่านสื่อสารมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่นสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ นอกจากการโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว เพื่อประสิทธิผลยังจำเป็นต้องอาศัยพนักงานขาย การให้คำแนะนำ และการแสดงขั้นตอนในการผลิต ก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการชักจูงให้เกิดการบริโภคได้มากเช่นกัน ซึ่งพนักงานขายสามารถที่จะสื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ อาคม ศรีทองรุ่ง (2542 : 249) ได้กล่าวว่าการขายโดยพนักงานขายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยพนักงานสามารถอธิบาย ตอบข้อซักถาม รวมถึงอธิบายขั้นตอนการผลิต ส่วนประกอบ การใช้งาน และประโยชน์ของสินค้า ให้เป็นที่เข้าใจได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ สำออง งามวิจิธา (2543 : 385) ได้กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า และเพื่อตอบสนองความต้องการ

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน ประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป ความถี่ในการบริโภค และสังกัดของสถานศึกษา ปรากฏดังนี้

2.1 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ วสันต์ บรรลือทรัพย์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักเรียนแผนวิทย์กับนักเรียนแผนศิลป์ มีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีสาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นเพราะนักศึกษาที่เรียนวิชาแตกต่างกัน มีความต้องการในการซื้ออาหารแปรรูปเพื่อบริโภคในราคาที่ไม่เท่ากัน มีการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจต่างกัน ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับในเรื่องของราคาอาหารแปรรูป ต้นทุนในการผลิต และเห็นว่าอาหารแปรรูปควรมีราคาที่เหมาะสมกับการเลือกซื้อเพื่อมาบริโภคซึ่งสอดคล้องกับพงษ์สรรค์ สีสานหงส์จุฑา (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรชนิดหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

2.2 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่ได้รับเงินต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน และไม่สอดคล้องกับ จิราพร ทัดพินิจ (2546) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคขนมอบที่มีต่อร้านเค้กจิราพร อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคขนมอบที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อร้านเค้กจิราพร ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 นั้นแสดงให้เห็นว่าเงินที่ได้รับต่อเดือนที่แตกต่างกันของนักศึกษาแต่ละคน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารแปรรูปนั้นอาจเป็นเพราะอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพนักศึกษาอาจติดใจในรสชาติ หรืออยากทดลองรับประทาน อีกทั้งมีราคาที่ไม่สูงนัก จึงทำให้นักศึกษาไม่รู้สึกถึงความแตกต่างในการซื้อมารับประทาน สอดคล้องกับ งามอาจ โกยอนธรรมกุล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้ตามีเดียโนนิ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ จารีก เทรยวรรณ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสุราแช่พื้นเมือง พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสุราแช่พื้นเมืองที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จินตนา สัมปชชิต (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของร้านมนต์นมสด สาขา กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั้นแสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการบริโภคต่างกันได้รับผลกระทบในการบริโภคที่ไม่แตกต่าง และเพราะรสชาติของอาหารแปรรูปมีความเป็นมาตรฐานคงที่ ตั้งแต่เริ่มผลิตจำหน่าย จนถึงปัจจุบัน จึงทำให้นักศึกษาไม่รู้สึกถึงความแตกต่างจากการที่ได้บริโภคอาหารแปรรูปซึ่งในบางครั้ง ประสบการณ์จึงไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ กำหนดความคิด หรือพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ สรสิทธิ์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัญหาของอาจารย์เกี่ยวกับการเรียนการสอน โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไปตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยทวารวดี ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของปัญหาในด้านต่าง ๆ จำแนกตามประสบการณ์การสอน สอดคล้องกับสมจิตร เรืองวิสัย (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมของศึกษานิเทศก์อำเภอ ตามทัศนะของ ศึกษานิเทศก์อำเภอและนักวิชาการศึกษา ในเขตการศึกษา 6 พบว่า นักวิชาการศึกษาที่มี ประสบการณ์แตกต่างกัน มีทัศนะเกี่ยวกับปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมของศึกษานิเทศก์อำเภอ ในแต่ละงานและโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ สุภานนา เจริญวัลย์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีประสบการณ์ในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษต่างก็มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษโดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน

2.4 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีความถนัดในการบริโภคต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับ พอพันธ์ สิงห์จันทร์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ ผักตบชวาซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีความถนัดในการซื้อต่างกัน มีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากอาหารแปรรูปไม่ใช่อาหารที่ต้องบริโภคในทุก ๆ วันแต่เป็นเพียงอาหารสำหรับทานเล่น หรือทานเป็นครั้งคราว หรือเมื่อพบเห็นนารับประทานก็ซื้อมาบริโภค หรือเป็นลักษณะของฝากที่มีคนนำมาฝาก หรือนำไปฝากบุคคลอื่น ดังนั้นความถนัดจึงไม่ใช่เป็นตัวบ่งชี้ หรือทำให้รู้สึกถึงความแตกต่างในการรับประทานอาหารแปรรูปสอดคล้องกับสพล มรรคไพบูลย์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี พบว่าส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี ในด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร สอดคล้องกับ อุณหนันทน์ กลิ่นเกลสา (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีความถนัดในการมาซื้อสินค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ รัตนธนาธิราช (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน Boots ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านความถี่ในการซื้อต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

2.5 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่สังกัดสถานศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยรวมที่ระดับ .01 ส่วนในรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ ชงศ์สุตา มะอาจเลิศ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของนิสิต นักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชนมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกาย ด้านการรับรู้ปัญหา และการค้นหาข้อมูล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ สอดคล้องกับ นันทิยา ผิวงาม (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อพฤติกรรมการสอนของอาจารย์คณะวิทยาการจัดการในสถาบันราชภัฏ สหวิทยาลัยอีสานเหนือ พบว่านักศึกษาที่อยู่ต่างสถาบัน มีทัศนะต่อพฤติ

กรรมการสอนที่คาดหวัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความคิดเห็นของนักศึกษาที่สังกัดสถานศึกษาต่างกัน ในด้านการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั้นเป็นเพราะว่า ในจังหวัดเพชรบุรี มีสถานที่จำหน่ายประเภทตลาดนัด และตลาดประเภทเปิดท้ายขายของอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีเกือบทุก ๆ วัน และกระจายอยู่ตามที่ต่าง ๆ กัน จึงเกิดความสะดวกในการซื้อมารับประทาน นอกจากนี้ยังมีอาหารแปรรูปวางจำหน่ายกระจายครอบคลุมพื้นที่จึงทำให้นักศึกษาหาซื้ออาหารแปรรูปได้อย่างง่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ กะปิ และข้าวเกรียบงาดำควรผลิตให้มีความสะอาด ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สะดวกต่อการนำไปใช้งาน ควรผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานคงที่ และควรมีการระบุขนาด และส่วนประกอบให้ชัดเจน
2. ด้านราคา ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปในท้องตลาด ไม่ควรตั้งราคาสูงกว่าต้นทุนที่แท้จริงมากนัก สินค้าที่ระลึกของฝาก ราคาจะตั้งสูงกว่าปกติ และควรติดราคาสินค้าให้ทราบชัดเจน
3. ด้านการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรจัดให้มีการจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่าย หรือร้านตัวแทนจำหน่ายให้มากขึ้น การจัดวางสินค้ายังไม่เด่น ไม่เป็นที่สะดุดตาเท่าที่ควร
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาครัฐควรให้การสนับสนุน โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ควรเพิ่มงานแสดงสินค้าให้เพียงพอต่อปริมาณสินค้า ควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์สู่ต่างจังหวัด และต่างประเทศ และควรสนับสนุนและรณรงค์ให้คนในจังหวัด หันมาบริโภคสินค้าในโครงการให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป เพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยเจาะจงสินค้าแต่ละชนิด เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นและสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. ควรมีศึกษาผลกระทบการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ เพื่อเป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองต่อตลาดเป้าหมาย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2539). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับหลักสูตรที่พึงประสงค์*. กรุงเทพฯ ฯ : ชุรสภา
ลาดพร้าว.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร. (2546). *สรุปข้อมูลจังหวัดเพชรบุรี*. สำนักงาน
จังหวัดเพชรบุรี.
- กองพัฒนาบริหารงานเกษตร. (2545). *คู่มือการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.
กรมส่งเสริมการเกษตร
- เกตุสิน วิฑูรชาติ และคณะ. (2545). *การสำรวจสภาพปัจจุบัน และปัญหาของทนาย SMEs ใน
การสืบสานกิจการต่อ พร้อมช่องทางการปรับตัวของ กิจการในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ*.
วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 26 ฉบับที่ 97 มกราคม – มีนาคม 2546 :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คณินันต์ จันทร์ศรี. (2543). *การวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมนมพร้อมดื่มในประเทศไทยปี
2540-2541. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)*. กรุงเทพฯ ฯ
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- จรรยาพร บุญเหลือ และสุวิทย์ เปียผ่อง. (2541). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. เพชรบุรี
สถาบันราชภัฏเพชรบุรี
- จารึก เตรยารวรรณ. (2546). *ได้ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ
มหานคร ที่มีต่อสุราแช่พื้นเมือง*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- จินตนา สัมปชชิต. (2546). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของร้านมนต์นมสด
สาขากรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- จิราพร ทัดพินิจ. (2546). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าจรรยาพร อำเภอเมือง
จังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ซงศ์สุตา มะอาจเลิศ. (2543). *ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของนิสิต นักศึกษา
หญิงมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม.(คหกรรมศาสตร์ศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- ชาธิวัฒน์ ศรีแก้ว. (2545). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9*. กรุงเทพฯ ฯ : พ.ศ.
พัฒนา

- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. (2543). การบริหารการพัฒนาชนบทเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ ฯ : เซ็นจูรี
- ชุตติวิชาการวิจัยชุมชน. (2545). หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการและการประเมินโครงการ. ทบวงมหาวิทยาลัย
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2543). ศักยภาพของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. โครงการวิจัยการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน. วารสารเศรษฐศาสตร์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2543. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ ฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นันทิยา ผิวงาม. (2539). ทักษะของนักศึกษาที่มีต่อพฤติกรรมการสอนของอาจารย์คณะวิทยาการจัดการในสถาบันราชภัฏ สหวิทยาลัยอีสานเหนือ. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- บุญเชิด ภิญโญนันตพงษ์. (2545). เอกสารการสอน ชุตติวิชาการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการประเมิน. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- บุญเสริม บุญเจริญผล. (2544). แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง. ศรีปทุมปริทัศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2544. ถ่ายเอกสาร.
- ปริญ ลักษิตานนท์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ ฯ : Diamond in business world
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2543). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ ฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พงษ์สรรค์ ลีลาหงส์จุฑา. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสมุนไพรชนิดแห้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. (2544). พระราชดำรัส. กรุงเทพฯ ฯ : อมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
- พอพันธ์ สิงห์จันทร์. (2546). ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- พัชรี กรกวิน. (2526). จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและการปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ ฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

- พิเศษ เขียวอินทร์.(2545). ความคิดเห็นของสมาชิกต่อการดำเนินงานสหกรณ์เครดิตยูเนียนวัด
นาพรหม จำกัด. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ ฯ : สุวีริยาสาส์น.
- รัตนา ทศนียพัธุ์. (2546). พฤติกรรมการบริโภคน้ำมันข้าวยาคุุ ซ้ายี่ห่อเดิม ในเขต
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษและไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ ฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งกรุฟฟี่
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5
กรุงเทพฯ ฯ : สุวีริยาสาส์น
- วสันต์ บรรลือทรัพย์. (2546). ทศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียน
มัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ :
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- วิชิต นันทสุวรรณ. (2544). แนวทางการพัฒนาแบบหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. มปท.
- ศิริวรรณ รัตนธนาภิรักษ์. (2545). ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้าน
Boots ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).
กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ ฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเทกซ์ จำกัด.
- สพล มรรคไพบูลย์. (2546). ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์. (2546). คู่มือผู้บริโภค. กรุงเทพฯ ฯ : กระทรวง
สาธารณสุข
- สมจิตร์ เรืองวิไลย. (2539). ได้ศึกษาปัญหาการบริหารงานส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและ
วัฒนธรรมของศึกษานิเทศก์ตามทัศนะของศึกษานิเทศก์และนักวิชาการ
ศึกษา ในเขตการศึกษา 6. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ :
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สมศักดิ์ สรสิทธิ์. (2539). ปัญหาของอาจารย์เกี่ยวกับการเรียนการสอน โปรแกรมวิชาการ
จัดการทั่วไปตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของสหวิทยาลัยทวารวดี. สาร

- นิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2539). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ ฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์
- สาวิกา อุณหนันท์. (2542). การควบคุมทางการตลาด. กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภัณฑา เจริญวัลย์. (2539). ได้ศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม.(จิตวิทยาแนะแนว). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). แผน 9 ฉบับประชาชน. กรุงเทพฯ ฯ. ศรีเมืองการพิมพ์
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. (2545). หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. มปท.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี.(2546). เอกสารแบบรายงานผลการดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบุรี. ถ่ายเอกสาร
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี.(2546).การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : เพชรภูมิการพิมพ์
- สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบุรี. (2545). รายงานผลข้อมูลจังหวัดเพชรบุรี. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สำนักนายกรัฐมนตรี. ถ่ายเอกสาร
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2544). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9. กรุงเทพฯ ฯ : cursa ลาดพร้าว
- สำอองค์ งามวิชา. (2543). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ ฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2542). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ ฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง
- สุพรรณภา ตักดีทอง. (2546). ความคิดเห็นต่อโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของนักศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา ในจังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สมนา อยู่โพธิ์. (2540). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ ฯ : ชวนพิมพ์
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2541). จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวิทย์ เปี้ยผ่อง. (2537). กลยุทธ์การตลาด. เพชรบุรี : สถาบันราชภัฏเพชรบุรี
- สุวิมล ทิรกานันท์. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ ฯ : ดวงกมลสมัย

- องอาจ โกยอนธรรมกุล. (2546). การใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้ตามอัตวิสัยของ
ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- อาคม ศรีทองรุ่ง. (2542) หลักการตลาด. สถาบันราชภัฏเพชรบุรี
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ ฯ
:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภิชัย พันธเสน. (2544). พุทธเศรษฐศาสตร์ วิชาการ ทฤษฎีและการประยุกต์กับ
เศรษฐศาสตร์สาขาต่าง ๆ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ ฯ : อมรินทร์
- อมรา ใจบำรุง. (2545). ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานประกอบการที่มีต่อนักศึกษาฝึกงานของ
โรงเรียนพณิชยการเพชรบุรีบริหารธุรกิจ. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ
: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- อุทิศ ศิริวรรณ. (2545). การจัดการธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ ฯ : บริษัทศรีสยามพรีนติ้ง แอนด์
แพคเกจ จำกัด

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. นายเชิด จินะเป็งกาศ นักวิชาการพัฒนาชุมชน 6
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี
2. นายธีรยุทธ เอมาวัฒน์ เจ้าหน้าที่บริหารงานการเกษตร 6
สำนักงานเกษตร อำเภอนองหญ้าปล้อง
3. นายพิทักษ์ มณีรัสยากร นักวิชาการพาณิชย์ 7
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์
สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง [] ที่ตรงกับตัวท่านเพียง
ข้อเดียวและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

1. สาขาวิชาประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

[] 1.1. การบัญชี

[] 1.2. การตลาด

[] 1.3. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

2. เงินที่ได้รับของนักศึกษาต่อเดือน

[] 2.1. ต่ำกว่า 1,000 บาท

[] 2.2. ระหว่าง 1,001 – 1,500 บาท

[] 2.3. สูงกว่า 1,500 บาท

3. ประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูป

[] 3.1. น้อยกว่า 3 ปี

[] 3.2. มากกว่า 3 ปี

4. ความถี่ในการบริโภค

[] 4.1. น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

[] 4.2. มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

5. สังกัดของสถานศึกษา

[] 5.1. สถานศึกษาของรัฐ

[] 5.2. สถานศึกษาของเอกชน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ต้องการเลือกเพียงช่องเดียวในแต่ละคำถามและตอบให้ครบทุกข้อ

ความคิดเห็น	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1.ข้าวหลามไม้ไผ่มีความสดใหม่					
2.มะนาวแปรรูปมีหลากหลายรูปแบบ					
3.ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด					
4.น้ำตาลโตนดเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของ จังหวัดเพชรบุรี					
5.การบรรจุหีบห่อสับประรดกวน สวยงาม					
6.น้ำพริกแกงบรรจุกระปุกมีอายุการเก็บรักษานาน					
7.กะปิมีความสะอาด					
8.ข้าวซ้อมมือเหมาะกับโอกาสในการรับประทานเป็น อาหารเพื่อสุขภาพ					
9.มะขามแก้วเหมาะกับโอกาสนำไปของฝาก					
<u>ด้านราคา</u>					
10. การซื้อข้าวหลามไม้ไผ่ คำนึงกับราคาที่จ่าย					
11.ราคาดูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่อง เหมาะสม					
12.มะนาวแปรรูปมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
13.น้ำพริกแกงมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
14.กะปิมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา					
15.สามารถซื้อน้ำตาลโตนดได้ในราคาที่กำหนดไว้ เป็นมาตรฐาน					
16.มะขามแก้วมีการตั้งราคาจูงใจให้น่าซื้อ					
17.ราคาสับประรดกวน 20 บาท ต่อ1 ถู เป็นราคาที่ ท่านพอใจจ่ายเพื่อซื้อบริโภค					
18.ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง- ผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปใน ท้องตลาด					

ความคิดเห็น	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
<u>ด้านราคา(ต่อ)</u>					
19.การตั้งราคาขายข้าวเกรียบงาดำทำให้ผู้ขายได้กำไรสูง					
<u>ด้านการจัดจำหน่าย</u>					
20. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวหาซื้อได้ง่าย					
21.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีการตกแต่งที่สวยงาม					
22. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้หาซื้อได้ง่าย					
23.มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้จำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต					
24.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้สะดวกต่อการเลือกซื้อ					
25.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้มีการตกแต่งที่สวยงาม					
26. ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารหาซื้อได้ง่าย					
27.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารสะดวกต่อการเลือกซื้อ					
28.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารมีการตกแต่งที่สวยงาม					
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>					
29.มีการนำเสนอคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์					
30.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวลดราคาในเทศกาลสำคัญ					
31.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว					
32.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ช่วยในการตัดสินใจซื้อ					
33.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์					

ความคิดเห็น	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด(ต่อ)</u>					
34.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ลด ราคาในเทศกาลสำคัญ					
35.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้					
36.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูป จากผลไม้ ช่วยในการตัดสินใจซื้อ					
37.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุง อาหารผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร แนะนำผลิตภัณฑ์					
38.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุง อาหารลดราคาในเทศกาลสำคัญ					
39.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร					
40.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูป สำหรับปรุงอาหาร ช่วยในการตัดสินใจซื้อ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี
คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

2. ด้านราคา

.....

.....

.....

.....

3.ด้านการจัดจำหน่าย

.....

.....

.....

.....

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง

ดัชนีค่าความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 20 ค่าดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าเฉลี่ย (IOC)
	คุณ เชิด	คุณ ธีรยุทธ	คุณ พิทักษ์	รวม	
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ข้าวหลามไม้ไผ่มีความสดใหม่	1	1	1	3	1
2.มะนาวแปรรูปมีหลากหลายรูปแบบ	0	1	1	2	0.66
3.ลูกตาลเชื่อมสะดวกในการบริโภค	-1	1	0	1	0.33
4.ข้าวเกรียบงาดำมีความสะอาด	1	0	1	2	0.66
5.น้ำตาลโตนดเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของ จังหวัดเพชรบุรี	1	1	1	3	1
6.การบรรจุหีบห่อสับประรดกวน สวยงาม	1	1	0	2	0.66
7.น้ำพริกแกงบรรจุกระปุกมีอายุการเก็บรักษานาน	0	1	1	2	0.66
8.กะปิมีความสะอาด	1	0	1	2	0.66
9.ข้าวซ้อมมือเหมาะกับโอกาสในการรับประทานเป็น อาหารเพื่อสุขภาพ	1	1	1	3	1
10.มะขามแก้วเหมาะกับโอกาสนำเป็นของฝาก	1	0	1	2	0.66
ด้านราคา					
11. การซื้อข้าวหลามไม้ไผ่ คำนึงกับราคาที่จ่าย	1	1	0	2	0.66
12.ราคาลูกตาลเชื่อม 25 บาทต่อปริมาณ 1 กล่อง เหมาะสม	0	1	1	2	0.66
13.มะนาวแปรรูปมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	1	0	1	2	0.66
14.น้ำพริกแกงมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	1	0	1	2	0.66
15.กะปิมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	0	1	1	2	0.66
16.สามารถซื้อน้ำตาลโตนดได้ในราคาที่กำหนดไว้ เป็นมาตรฐาน	0	1	1	2	0.66
17.มะขามแก้วมีการตั้งราคาจูงใจให้นำซื้อ	1	0	1	2	0.66
18.ราคาสับประรดกวน 20 บาท ต่อ1 ถู เป็นราคาที่ ท่านพอใจจ่ายเพื่อซื้อบริโภค	0	1	1	2	0.66
19.ราคาข้าวซ้อมมือในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง- ผลิตภัณฑ์ สูงกว่าราคาข้าวซ้อมมือที่ขายทั่วไปใน ท้องตลาด	1	0	1	2	0.66

ตาราง 20 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าเฉลี่ย (IOC)
	คุณ เชิด	คุณ ธีรยุทธ	คุณ พิทักษ์	รวม	
<u>ด้านราคา (ต่อ)</u>					
20.การตั้งราคาขายข้าวเกรียบงาดำทำให้ผู้ขายได้กำไรสูง	0	1	1	2	0.66
<u>ด้านการจัดจำหน่าย</u>					
21. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวหาคือได้ง่าย	1	0	1	2	0.66
22. มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต	0	0	-1	-1	-0.33
23.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวสะดวกต่อการเลือกซื้อ	-1	1	0	0	0
24.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวมีการตกแต่งที่สวยงาม	0	1	1	2	0.66
25. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้หาคือได้ง่าย	1	1	1	3	1
26. มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้จำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต	0	1	1	2	0.66
27.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้สะดวกต่อการเลือกซื้อ	1	1	0	2	0.66
28.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้มีการตกแต่งที่สวยงาม	1	1	1	3	1
29. ผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารหาคือได้ง่าย	1	1	1	3	1
30. มีผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต	0	1	-1	0	0
31.รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารสะดวกต่อการเลือกซื้อ	1	1	1	3	1
32.ภายในร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหารมีการตกแต่งที่สวยงาม	0	1	1	2	0.66
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>					
33.มีการนำเสนอคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น / สื่อสิ่งพิมพ์ / เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	1	1	1	3	1

ตาราง 20 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ สินค้าอาหารแปรรูปในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเพชรบุรี	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				ค่าเฉลี่ย (IOC)
	คุณ เชิด	คุณ ธีรยุทธ	คุณ พิทักษ์	รวม	
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด(ต่อ)</u>					
34.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ลดราคาในเทศกาลสำคัญ	1	1	1	3	1
35.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว	1	1	1	3	1
36.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูป จากข้าว ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	1	1	1	3	1
37.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ผ่านสื่อ วิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	0	1	1	2	0.66
38.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ลด ราคาในเทศกาลสำคัญ	1	0	1	2	0.66
39.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้	1	0	1	2	0.66
40.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูป จากผลไม้ ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	1	0	1	2	0.66
41.มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุง อาหารผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร แนะนำผลิตภัณฑ์	0	1	1	2	0.66
42.มีการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุง อาหารลดราคาในเทศกาลสำคัญ	1	1	1	3	1
43.มีการแสดงขั้นตอนการผลิตช่วยให้มั่นใจใน คุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับปรุงอาหาร	1	1	1	3	1
44.ผู้ขายให้คำแนะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แปรรูป สำหรับปรุงอาหาร ช่วยในการตัดสินใจซื้อ	1	0	1	2	0.66

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ	นายณัฏพล สุธุทธิ
วันเดือนปีเกิด	25 เมษายน 2520
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	96/2 ม.2 ต.บ้านกุ่ม อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	เจ้าของกิจการศูนย์เช่า วีซีดี ดีวีดี
สถานที่ทำงาน	ร้าน 54 วีซีดี 96/2 ม.2 ต.บ้านกุ่ม อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2535 มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนพรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2538 มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.2541 ศศ.บ.(การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2547 กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ