

ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
จังหวัดเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นายวสันต์ บรรลือทรัพย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

380.1

235871

ร. 2

ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ

ของ

นายวุฒันต์ บรรลือทรัพย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

พฤษภาคม 2546

4 224678

23 ก.ค. 2546

วสันต์ บรรลือทรัพย์. (2546). *ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป็นความมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบวัดทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี
2. นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความคิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความรู้สึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. นักเรียนแผนวิทย์กับนักเรียนแผนศิลป์มีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. นักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ATTITUDE TOWARDS THE PROJECT OF ONE TAMBON ONE PRODUCT
OF SENIOR HIGH SCHOOL STUDENTS IN CHANGWAT PHETCHABURI.

AN ABSTRACT

BY

MR.WASAN BANLUESAP

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the master of education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

May 2003

Wasan Banluesap. (2003). *Attitude Towards the Project of One Tambon One Product of Senior High School Students in Changwat Phetchaburi*. Master Project. M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School , Srinakharinwirot University. Adviser : Assoc. Prof. Dr. Boonchird Pinyoanuntapong.

The purposes of this study was two - fold. First, it aimed to investigate attitude towards the project of One Tambon One Product of senior high school students in Changwat Phetchaburi , second to compare those of attitude according to students' sex, learning plan, and parent occupation.

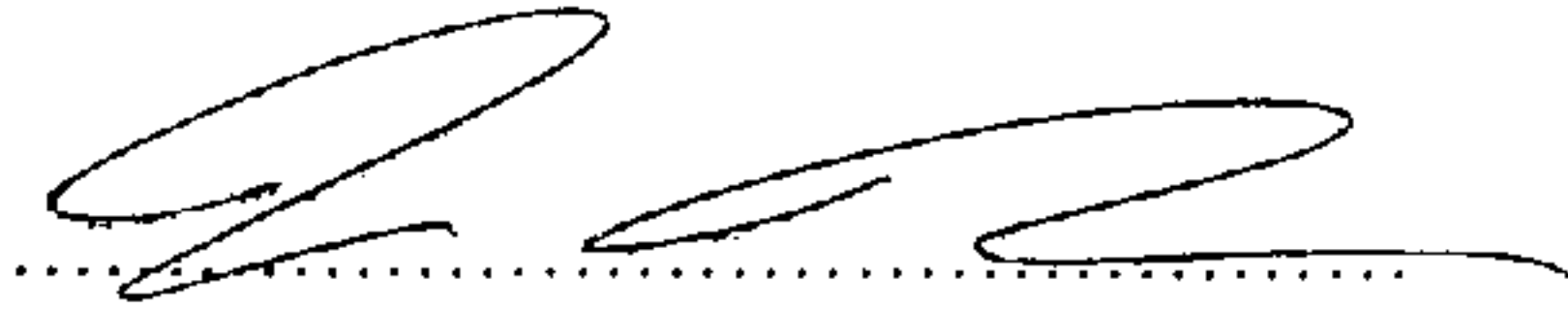
The subjects consisted of 300 senior high school students in Changwat Phetchaburi through multistage – random sampling. Five - rating - scale questionnaire was administered. Then data were analyzed by percentage ,mean ,standard ,deviation , t – test and One - Way Analysis of Variance.

The results revealed that :

1. Students' attitude towards the project of One Tambon One Product was at a good level as a whole and in each aspects.
2. There was a significant difference at .01 level among male and female Students' attitude towards the project of One Tambon One Product as a whole, when considered each aspects, it was found that there was a significant difference at .05 level among those of Students' attitude on thought, and at .01 level on behavior expression, whereas there was no significant difference on feeling.
3. There was no significant difference among those of attitude by students in science plan and art plan as a whole and in each aspects.
4. There was no significant difference among those of attitude by students with difference parent occupation as a whole and in each aspects.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
การสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



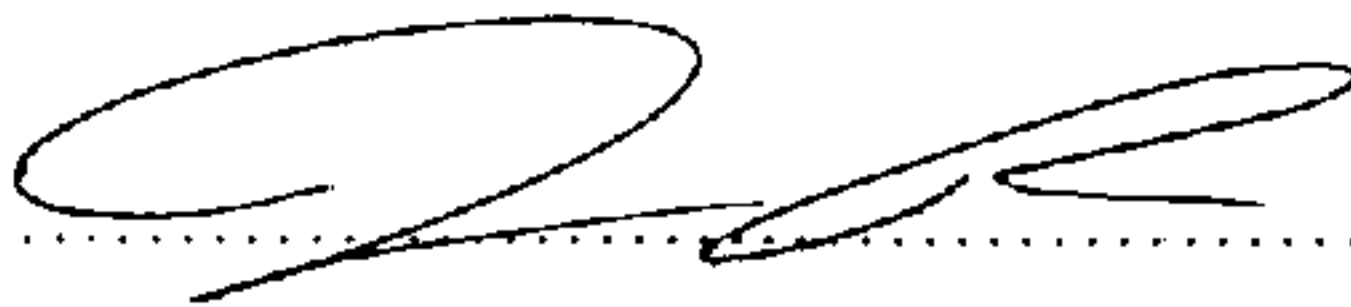
(รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย)

คณะกรรมการการสอบ



.....ประธานคณะกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์)

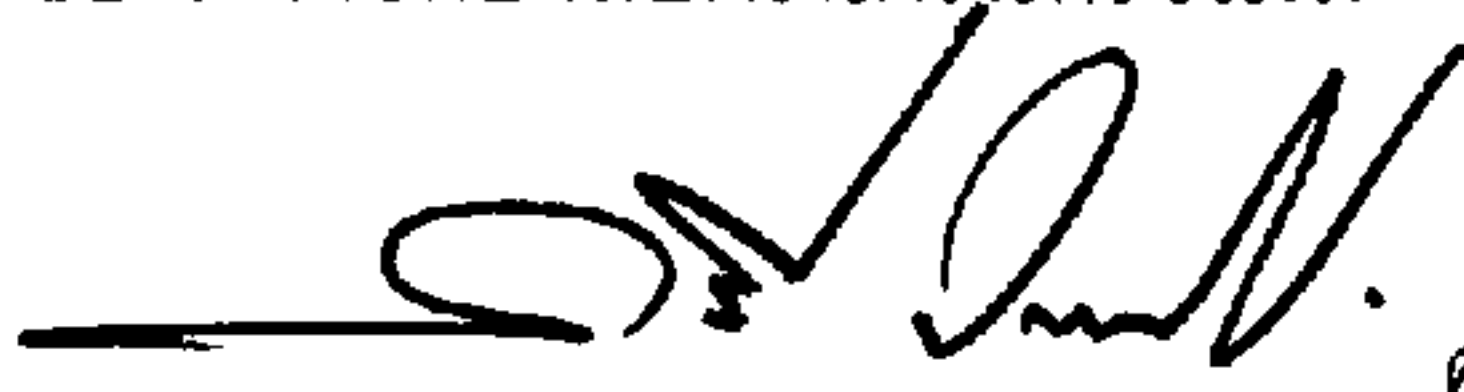


.....กรรมการ
(อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์)



.....กรรมการ
(อาจารย์รัฐ สาเรือง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่...6...เดือน...พฤษภาคม...พ.ศ.2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และเป็นกำลังใจให้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ อาจารย์นพดล กองศิลป์ และอาจารย์ชาญวิทย์ จรัสสุทธิอิศร ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอขอบคุณนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ และอาจารย์รัฐ สาเรือง ที่กรุณาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่าเกี่ยวกับสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์

วสันต์ บรรลือทรัพย์

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ

ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนคติ.....	5
ความคิด.....	20
ความรู้สึก.....	20
การแสดงพฤติกรรม.....	21
เศรษฐกิจชุมชน.....	21
เศรษฐกิจพอเพียง.....	22
ธุรกิจชุมชน.....	22
ภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	23
การจัดการด้านผลิตภัณฑ์.....	23
การจัดการด้านราคา.....	27
การจัดการด้านการจัดจำหน่าย.....	29
การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด.....	30
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น.....	42

3 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร.....	44
กลุ่มตัวอย่าง.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	45
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี.....	52
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี.....	56

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	60
ความสำคัญของการวิจัย.....	60
ประชากร.....	60
กลุ่มตัวอย่าง.....	60
วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	60
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
สรุปผลการวิจัย.....	61
การอภิปรายผล.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	66
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	70
ภาคผนวก ก.....	71
ภาคผนวก ข.....	75
ภาคผนวก ค.....	82

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

- 1 จำนวนและคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ แผนการเรียน
การทำงานระหว่างเรียน และอาชีพผู้ปกครอง.....52
- 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวม
และรายด้าน.....53
- 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความคิด
เป็นรายข้อ.....54
- 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี
ด้านความรู้สึก เป็นรายข้อ.....55
- 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านการแสดง
พฤติกรรม เป็นรายข้อ.....56
- 6 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยม
ศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ.....57
- 7 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยม
ศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมและรายด้านจำแนกตามแผนการเรียน.....58
- 8 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษา
ตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง.....59

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือการพัฒนาประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง ดำเนินนโยบายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมให้ประชาชนมีวิถีการดำรงชีวิตแบบเรียบง่าย มีความขยันหมั่นเพียรในการประกอบอาชีพ มีสติปัญญาและความรอบคอบ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างเหมาะสม สามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคภายในครอบครัว และสามารถจำหน่ายเพื่อการสร้างรายได้ ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความมั่นคงและยั่งยืน (พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. 2544 : 13)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้ัญเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ โดยยึดหลักทางสายกลางในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากภาวะวิกฤตสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยรัฐได้ดำเนินนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในทุกตำบลสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเอง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. 2545 : 1)

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในขั้นแรกคือ การจัดเวทีประชาคม โดยให้ประชาชนช่วยกันคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดของตำบล ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก เช่น ไม้ตาลกลึง ผ้าทอ ไวน์ น้ำสมุนไพร ขนหม้อแกง ข้าวเกรียบปากทอง เห็ดฟางทอดกรอบ สับปะรดกวน กล้วยฉาบ กล้วยอบน้ำผึ้ง และผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นการบริการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อการศึกษาสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดแล้วประชาชนจึงร่วมกันจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อดำเนินการผลิต โดยได้รับการส่งเสริมด้านการผลิตจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน จากการส่งเสริมและสนับสนุนส่งผลให้ประชาชนมีศักยภาพทางการผลิตสูงสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีคุณภาพและผลิตได้เป็นจำนวนมาก (โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 15)

ความสำเร็จของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย คือการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นก่อนดำเนินการผลิตหน่วยงานราชการควรส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการตลาด เพื่อการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงและสีที่สวยงาม เพื่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกำลังการซื้อของผู้บริโภค สามารถจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (หลักการตลาด. 2543 : 3)

ปัจจุบันรัฐบาลให้การส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งความสำเร็จของการดำเนินงานขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริโภค หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีก็มีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ถ้ามีทัศนคติที่ไม่ดีก็อาจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาทัศนคติของนักเรียน เพื่อทราบว่านักเรียนมีทัศนคติอย่างไรต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากนักเรียนคือผู้บริโภคในอนาคต ถ้านักเรียนมีทัศนคติที่ดีก็มีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นทัศนคติของนักเรียนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทัศนคติด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการแสดงพฤติกรรม เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมด้านการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในทุกตำบล ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง และส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป็นความมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และยังส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้มีความยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรสำหรับสุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5,356 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 300 คน ที่เลือกมาจากประชากรโดยวิธีการสุ่มหลายขั้นตอน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 แผนการเรียน

1.2.1 แผนวิทยาศาสตร์

1.2.2 แผนศิลปศาสตร์

1.3 อาชีพผู้ปกครอง

1.3.1 เกษตรกร

1.3.2 ค้าขายหรือผู้ประกอบการ

1.3.3 ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.3.4 ลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ

2. ตัวแปรตาม

ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ซึ่งกระตุ้นให้มีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรม โดยอาจเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ซึ่งมี 3 ด้านดังนี้

1.1 ด้านความคิด หมายถึง ความเชื่อของนักเรียนที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1.2 ด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักเรียนที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1.3 ด้านการแสดงพฤติกรรม หมายถึง แนวโน้มในการประพฤติปฏิบัติของนักเรียนที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2. แผนการเรียน หมายถึง แผนการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งแบ่งเป็นสองแผนการเรียน คือ แผนวิทยาศาสตร์กับแผนศิลปศาสตร์

3. อาชีพผู้ปกครอง หมายถึง อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งแบ่งเป็น 4 อาชีพ คือ เกษตรกร ค้าขายหรือผู้ประกอบการ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทักษะ
2. ความคิด
3. ความรู้สึก
4. การแสดงพฤติกรรม
5. เศรษฐกิจชุมชน
6. เศรษฐกิจพอเพียง
7. ธุรกิจชุมชน
8. ภูมิปัญญาท้องถิ่น
9. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์
10. การจัดการด้านราคา
11. การจัดการด้านการจัดจำหน่าย
12. การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด
13. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

↳ ทักษะ

✓ สุรางค์ ไคว่ตระกูล (2541 : 366) ได้กล่าวว่า ทักษะเป็นอรรถาสัยหรือแนวโน้มที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อม เช่น คน วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ทักษะอาจเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีทักษะด้านบวกต่อสิ่งใดก็จะมีพฤติกรรมที่จะเผชิญต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลมีทักษะด้านลบต่อสิ่งใดก็จะมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงต่อสิ่งนั้น ทักษะเป็นผลที่เกิดจากการเรียนรู้และเป็นการแสดงออกของค่านิยมและความเชื่อของบุคคล

✓ สุชา จันทน์เอน (2542 : 242) ได้กล่าวว่า ทักษะหมายถึงความรู้สึกรู้หรือทำที่ของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมีลักษณะพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เช่น มีความพึงพอใจในการฟังเพลงก็แสดงว่ามีทักษะที่ดีต่อบทเพลง หรือไม่เห็นด้วยกับการแต่งกายที่ไม่สุภาพก็แสดงว่ามีทักษะที่ไม่ดีต่อการแต่งกายที่ไม่สุภาพเรียบร้อย

ทัศนคติเป็นพฤติกรรมที่ฝังอยู่ภายในจิตใจ หากมีสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งมากระตุ้น บุคคลย่อมแสดงพฤติกรรมในลักษณะอย่างเดียวกันเสมอ เช่น บุคคลที่เชื่อคำโบราณที่ว่า คนผมหยิก หน้ากล้อ คอเอียง สองเสียง คบไม่ได้ เมื่อเจอกับบุคคลที่มีบุคลิกภาพดังกล่าว ก็จะหลีกเลี่ยงไม่คบค้าสมาคมด้วย แม้ว่าคนนั้นจะเป็นคนดีอย่างไรก็ตาม

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นอย่างยิ่ง ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลใด หรือสิ่งใด ย่อมมีความชื่นชอบในบุคคลนั้นและสิ่งนั้นด้วยเสมอ เช่น นักเรียนที่มีทัศนคติที่ดีต่อครูย่อมมีความสนใจเรียนในวิชาที่ครูคนนั้นสอนและขยันเรียนเป็นพิเศษ

ทัศนคติเป็นนามธรรมซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคม ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลมีทัศนคติเป็นเครื่องกำหนด ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพและบุคคลย่อมมีทัศนคติแตกต่างกันหรืออาจคล้ายคลึงกันก็ได้

✓ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 236) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นเรื่องของความชอบ ความไม่ชอบ ความลำเอียง ความคิดเห็น ความรู้สึก และความเชื่อฝังใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด มักจะเกิดขึ้นเมื่อเรารับรู้หรือประเมินบุคคลหรือเหตุการณ์ในสังคม โดยเกิดอารมณ์และความรู้สึกควบคู่ไปกับการรับรู้ นั่น ซึ่งส่งผลต่อความคิดและปฏิกิริยาภายในจิตใจ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นทั้งพฤติกรรมภายนอกที่สังเกตได้ และพฤติกรรมภายในที่ไม่สามารถสังเกตได้ โดยเป็นพฤติกรรมภายในมากกว่าพฤติกรรมภายนอก ✕

ทัศนคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถบอกความรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

✕ ทัศนคติเกิดขึ้นจากประสบการณ์ ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางการแสดงพฤติกรรมต่อบุคคล วัตถุ และสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคติเกิดขึ้นได้ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในสังคม
2. เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง
3. ประสบการณ์ในอดีตส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อสถานการณ์ใหม่ที่คล้ายกัน
4. การเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญและรับทัศนคติมาเป็นของตน

✕ ทัศนคติเป็นความรู้สึกต่อบุคคล วัตถุ และสถานการณ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากมีประสบการณ์ในสิ่งนั้นโดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

1.1 ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ และสนับสนุน

1.2 ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ และไม่สนับสนุน

1.3 ความรู้สึกที่เป็นกลาง คือไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2. บุคคลจะแสดงความรู้สึกโดยการแสดงพฤติกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ

2.1 พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ เช่น การกล่าวคำพูดสนับสนุน หรือการแสดงความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก หรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

✓ ประเภทของทัศนคติ

+ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 236) ได้กล่าวว่า ทัศนคติแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ทัศนคติทั่วไป ได้แก่ สภาพของจิตใจโดยทั่วไป เป็นแนวคิดประจำตัวของบุคคล เช่น การมองโลกในแง่ดี การเคร่งครัดในจารีตประเพณี เป็นต้น

2. ทัศนคติเฉพาะอย่าง ได้แก่ สภาพทางจิตใจที่บุคคลมีต่อ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์ต่าง ๆ โดยแสดงออกในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นดีด้วยก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าไม่ชอบและเห็นว่าไม่ดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น เช่น นักเรียนไม่ชอบครูก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อครู ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษก็แสดงว่านักเรียนชอบเรียนภาษาอังกฤษ

✓ ชนิดของทัศนคติ

1. ทัศนคติด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Attitude) ประสพการณ์ที่ทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ ย่อมทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นและสิ่งนั้น ตลอดจนบุคคลอื่นและสิ่งอื่นที่คล้ายคลึงกัน แต่ถ้าประสพการณ์ทำให้เกิดความทุกข์หรือไม่พึงพอใจก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลนั้นหรือสิ่งนั้น เช่น นักเรียนไม่ชอบเรียนคณิตศาสตร์ก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเรียนคณิตศาสตร์ เนื่องจากเคยสอบตก เรียนแล้วไม่เข้าใจ ถูกครูดุและเข้มงวด

2. ทัศนคติด้านปัญญา (Intellectual Attitude) เป็นทัศนคติที่ประกอบด้วยความคิดและความรู้ บุคคลอาจมีทัศนคติต่อบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นผลจากการได้รับการศึกษา เกิดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับอารมณ์และความรู้สึก เช่น ทัศนคติที่ดีต่อศาสนา ทัศนคติที่ไม่ดีต่อยาเสพติด

3. ทัศนคติด้านการกระทำ (Action - oriented Attitude) เป็นทัศนคติที่พร้อมจะนำไปปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล เช่น ทัศนคติที่ดีต่อการพูดจาไพเราะ อ่อนหวานเพื่อให้คนอื่นเกิดความนิยมชมชอบ ทัศนคติที่ดีต่องานในสำนักงาน

4. ทัศนคติด้านความสมดุล (Balanced Attitude) ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านอารมณ์ ทัศนคติด้านปัญญา และทัศนคติด้านการกระทำเป็นทัศนคติเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายของตน และเสริมแรงการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของตนต่อไป

5. ทักษะด้านการป้องกันตัว (Ego – defensive Attitude) เป็นทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองให้พ้นจากความขัดแย้งภายในจิตใจ ประกอบด้วยความสัมพันธ์ทั้ง 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ ด้านปัญญา และด้านการกระทำ เช่น ความก้าวร้าวของนักเรียนมีสาเหตุจากการถูกเพื่อนรังแก จึงแสดงออกโดยการระบายความขัดแย้งหรือความตึงเครียดเพื่อให้จิตใจดีขึ้น

นักเรียน ✓

ลักษณะของทัศนคติ

สุรางค์ โคว์ตระกูล (2541:366) ได้กล่าวว่าทัศนคติประกอบด้วยลักษณะดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้
2. ทัศนคติเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้าหรือหลีกเลี่ยง ดังนั้นทัศนคติจึงมีทั้งบวกและลบ เช่น นักเรียนมีทัศนคติด้านบวกต่อวิชาคณิตศาสตร์ นักเรียนจะชอบเรียนคณิตศาสตร์ และเมื่ออยู่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายก็จะเลือกเรียนแผนวิทยาศาสตร์ ส่วนนักเรียนที่มีทัศนคติด้านลบต่อวิชาคณิตศาสตร์ก็จะไม่ชอบหรือไม่มีแรงจูงใจที่จะเรียน เมื่ออยู่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายก็จะเลือกเรียนแผนศิลปศาสตร์
3. ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) องค์ประกอบเชิงปัญญาหรือการรู้คิด (Cognitive Component) และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม (Behavioral Component)
4. ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ โดยเปลี่ยนแปลงจากบวกเป็นลบ หรือจากลบเป็นบวก ซึ่งเรียกว่าการเปลี่ยนแปลงทิศทางของทัศนคติ หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น (Intensity) และทัศนคติบางอย่างอาจจะหยุดเลิกไปก็ได้
5. ทัศนคติเปลี่ยนแปลงตามสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เนื่องจากสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่อาจจะมีค่านิยมที่เป็นอุดมการณ์เฉพาะ ดังนั้นค่านิยมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลที่เป็นสมาชิก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทัศนคติจะต้องเปลี่ยนค่านิยมเสียก่อน
6. สังคมประกิต (Socialization) มีความสำคัญต่อพัฒนาการด้านทัศนคติของเด็ก โดยเฉพาะทัศนคติต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม เช่น อุดมคติ ทัศนคติต่อเสรีภาพในการพูดและการเขียน ซึ่งพบว่าเด็กที่มาจากครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่ดี ย่อมมีทัศนคติที่ดีต่อเสรีภาพในการพูดและการเขียน (Zellman & Sears, 1971)

✓

องค์ประกอบของทัศนคติ

สุชา จันทน์เอม (2542:242) ได้กล่าวว่าทัศนคติมีองค์ประกอบ 3 ประการ

1. ความรู้ คือความรู้เกี่ยวกับบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ หากรู้ที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี แต่ถ้ารู้ไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น รู้ว่าการเล่นกีฬาทำให้ร่างกายแข็งแรงและสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นกีฬา

2. ความรู้สึก คือความรู้สึกเกี่ยวกับบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมีอารมณ์เกี่ยวข้อง หากบุคคลใดมีความชื่นชอบในบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ ต่าง ๆ ก็ย่อมมีทัศนคติที่ดี แต่ถ้าไม่ชอบก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น นักเรียนชื่นชอบครูก็ย่อมมีทัศนคติที่ดีต่อครู

3. พฤติกรรม คือการแสดงออกของบุคคลที่ตอบโต้ได้อย่างใดอย่างหนึ่งออกมาโดยพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมานั้นเกิดจากความรู้และความรู้สึกที่บุคคลมีต่อบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 236) ได้กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ เป็นองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการสรุปความและเป็นความเชื่อของบุคคล

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งเร้า ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่บุคคลประเมินสิ่งเร้าซึ่งมีลักษณะเป็นความพึงพอใจ

องค์ประกอบทั้งสองด้านนี้มีความสัมพันธ์กัน ทัศนคติบางอย่างมีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนมาก แต่มีองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์เป็นส่วนน้อย แต่ทัศนคติบางอย่างก็มีลักษณะตรงกันข้าม เช่น ทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษจะมีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนมากแต่มีองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์เป็นส่วนน้อย ส่วนทัศนคติด้านความนิยมเลื่อมใสมีองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์เป็นส่วนมากแต่มีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนน้อย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบทางด้านความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางที่จะสนับสนุนหรือคัดค้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคล เช่น คนที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อศาสนา ก็จะไม่สนใจเข้าวัดฟังธรรม หรือผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนก็จะมานะพยายามที่จะเรียนให้ดี และเรียนต่อในระดับสูงขึ้น

สามองค์ประกอบสัมพันธ์กันเสมอแต่จะมีปริมาณมากน้อยแตกต่างกันไป โดยปกติบุคคลมักจะแสดงพฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติแต่ก็ไม่แน่นอนเสมอไป โดยบางครั้งเรามีทัศนคติอย่างหนึ่งแต่ก็ไม่ได้แสดงพฤติกรรมตามทัศนคติ เช่น มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเพื่อนบางคนจึงอยากจะกลั่นแกล้งแต่ก็ไม่ได้ทำเพราะจะถูกตำหนิได้ ดังนั้นการที่เราจะได้ทราบถึงความคิด ความรู้สึก ความเชื่อหรือทัศนคติของบุคคลจึงไม่แน่นอนและอาจจะไม่ถูกต้องเสมอไป



คุณลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติมีคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบตัว การอบรมเลี้ยงดู การเรียนรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งแม้ว่าประสบการณ์ที่เหมือนกัน ก็อาจจะมีทัศนคติที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีสาเหตุจากความแตกต่างระหว่างบุคคล

2. ทัศนคติเป็นการเตรียมหรือความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นการเตรียมความพร้อมภายในจิตใจ โดยมีลักษณะเป็นความพึงพอใจและเกี่ยวข้องกับอารมณ์

3. ทัศนคติย่อมมีทิศทาง โดยมีความรู้สึกหรืออารมณ์เป็นส่วนร่วม ถ้าชอบ หรือพึงพอใจก็เรียกว่ามีทัศนคติด้านบวก ถ้าไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจก็เรียกว่าทัศนคติด้านลบ เช่น ไม่ชอบไม่พอใจก็มีทิศทางในทางลบ

4. ทัศนคติมีความเข้ม คือมีปริมาณมากน้อยของความรู้สึก ถ้าชอบมากหรือเห็นด้วยอย่างมากก็แสดงว่ามีความเข้มสูง ถ้าไม่ชอบเลยหรือเกลียดที่สุดก็แสดงว่ามีความเข้มสูงในทิศทางตรงกันข้าม

5. ทัศนคติมีความคงทน ทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลยึดมั่นถือมั่นและมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้น การยึดมั่นในทัศนคติต่อสิ่งใดทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นได้ยาก

6. ทัศนคติมีทั้งพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมภายในเป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งหากไม่แสดงออกเราก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติอย่างไร ส่วนทัศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายนอกจะแสดงออกเนื่องจากถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า

7. ทัศนคติจะต้องมีสิ่งเร้าจึงมีการตอบสนอง แต่ไม่จำเป็นว่าทัศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกจะตรงกัน เพราะก่อนแสดงพฤติกรรมบุคคลอาจปรับปรุงให้เหมาะสมกับปทัสถานของสังคมแล้วจึงแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์โดยเกิดจากเงื่อนไข 4 ประการ

1. การเพิ่มและการรวมกันของการตอบสนองซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ และจากสิ่งแวดล้อม เช่น บ้าน โรงเรียน และสังคม

2. แบบแผนของตนเอง ความแตกต่างของประสบการณ์ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติแตกต่างกัน โดยทัศนคติบางอย่างเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับพัฒนาการและความเจริญเติบโตของบุคคลนั้น

3. อิทธิพลของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหันหรือความตกใจ ส่งผลให้มีการจดจำประสบการณ์นั้นได้ยาวนาน เช่น เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางแล้วประสบอุบัติเหตุก็จะพยายามหลีกเลี่ยงไม่ใช้บริการอีก

4. การเลียนแบบ บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบบุคคลสำคัญที่ชื่นชอบ เช่น การถ่ายทอดทัศนคติจากพ่อแม่มาสู่ลูก

✓ การวัดทัศนคติ

สุชา จันทน์เอม (2542 : 242) ได้กล่าวว่า การวัดทัศนคติทำให้เราเข้าใจทัศนคติของบุคคล และสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ได้ การวัดทัศนคติอาจทำได้หลายแบบ ดังนี้

1. Scaling Technique มี 2 วิธี ดังนี้

ก. วิธีของเทอร์สโตน (The Thurstone method)

ประกอบด้วยประโยค 10 – 20 ประโยค โดยประโยคเหล่านี้เป็นตัวแทนของระดับความคิดเห็น โดยผู้ถูกทดสอบจะต้องแสดงให้เห็นว่าเขาเห็นด้วยกับประโยคใดบ้าง ประโยคหนึ่ง ๆ จะกำหนดค่าเอาไว้ คือ กำหนดเป็น Scale Value เริ่มจาก 0.0 ซึ่งเป็นประโยคที่ไม่พึงพอใจมากที่สุด ไปถึง 5.5 สำหรับประโยคที่มีความรู้สึกเป็นกลาง (Neutral statement) จนถึง 11.0 ซึ่งมีค่าสูงสุดสำหรับประโยคที่พึงพอใจมากที่สุด

ตัวอย่างการสร้างแบบทดสอบตามวิธีของเทอร์สโตน เพื่อวัดทัศนคติของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง

ข้าพเจ้าคิดว่าบริษัทนี้ดูแลพนักงานดีกว่าบริษัทอื่น ๆ.....	10.4
ถ้าข้าพเจ้าจะหางานใหม่ ก็คงเลือกบริษัทนี้อีก	9.5
พนักงานเอาใจใส่บริษัทเท่า ๆ กับบริษัทเอาใจใส่พนักงาน.....	5.1
ท่านต้องกระตุ้นพนักงานบางคน งานจึงจะดี	2.1
พนักงานที่ซื่อสัตย์ทำงานล้มเหลว..	0.8

ข. วิธีของลิเกิร์ต (The Likert Technique)

ประกอบด้วยประโยคต่าง ๆ ซึ่งแต่ละประโยคผู้ถูกทดสอบจะแสดงความรู้สึกของตนออกมา 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่ละระดับมีคะแนนให้ไว้ตั้งแต่ 1 – 5 คะแนน คะแนนของคนหนึ่ง ๆ ได้จากคะแนนรวมจากทุก ๆ ประโยค

ตัวอย่างแบบวัดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องที่รัฐบาลจะยื่นมือเข้าไปควบคุมธุรกิจ

รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. รัฐบาลควรออกระเบียบ เกี่ยวกับธุรกิจให้มากขึ้น					
2. รัฐบาลควรเป็นเจ้าของ และ จัดการอุตสาหกรรมขนาดใหญ่					

2. Polling การหยั่งเสียงประชาชน ส่วนมากใช้กับการเลือกตั้งพรรคการเมือง หรือการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนก็ต้องมีการหยั่งเสียง เพื่อทราบว่ามหาชนมีความรู้สึกในเรื่องนั้น ๆ อย่างไร เช่น การลดกำลังอาวุธ การเลือกตั้งพรรคการเมือง

ผลการหยั่งเสียงจะออกมาตรงหรือไม่ขึ้นอยู่กับวิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นตัวแทนของประชากรหรือไม่

3. Questionnaire คือ การใช้แบบสอบถามเพื่อทราบว่าเห็นด้วยหรือไม่ ดีหรือไม่ดี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 แบบ คือ

ก. Fixed – alternative questions คือ คำถามที่ถามเฉพาะเจาะจงเพื่อให้ตอบตามเรื่องที่ถามเท่านั้น

ข. Open – ended questions คือ คำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมแล้วนำความคิดเห็นหรือความรู้สึกของคนส่วนมากมาจัดกลุ่ม เพื่อทราบว่าเขาเหล่านั้นมีความรู้สึกอย่างไร หรือมีทัศนคติเช่นไร

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 236) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นนามธรรมซึ่งเป็นความรู้สึกและความเชื่อของบุคคล การวัดทัศนคติจึงไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่วัดได้จากแนวโน้มของบุคคลที่แสดงออกทางภาษา และวัดในลักษณะของความคิดเห็น การวัดทัศนคติของบุคคลอาจใช้วิธีการสังเกตจากการกระทำ คำพูด การแสดงสีหน้าท่าทาง หรือการสัมภาษณ์ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งแบบวัดที่นักจิตวิทยานิยมใช้กันมากคือ แบบสอบถามหรือแบบสำรวจเรียกว่าแบบวัดทัศนคติ

โดยการวัดทัศนคติควรปฏิบัติดังนี้

1.การศึกษาทัศนคติ เป็นการศึกษาความคิดเห็นและความรู้สึกของบุคคลที่มีลักษณะมั่นคง โดยเป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่จะไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาอันรวดเร็ว

2.ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดหรือสังเกตได้โดยตรง การวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อมจากแนวโน้มที่บุคคลแสดงออกหรือพฤติกรรมที่มีแบบแผนคงที่

3.การศึกษาทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นการศึกษาทิศทางของทัศนคติเท่านั้น แต่ต้องศึกษาถึงระดับความมากน้อยหรือความเข้มของทัศนคติด้วย

กระบวนการสร้างแบบวัดทางทัศนคติมี 7 ขั้นตอน ดังนี้

1.การสร้างแบบวัดทัศนคติ ตามวิธีของเทอร์สโตน (Thurstone's Equal Appearing Interval Scale 1929) เทอร์สโตนเสนอหลักการว่าข้อความที่ใช้เป็นเครื่องวัดแต่ละข้อความจะแทนความมากน้อยของทัศนคติในเรื่องนั้นๆ และช่วงระหว่างข้อความมีระยะห่างกัน ตามแบบวัดโดยทฤษฎีนี้ถ้าบุคคลเห็นด้วยกับข้อความใดแล้ว สามารถบอกได้ว่าทัศนคติของเขาอยู่ ณ ที่ใดในแบบวัดทัศนคตินั้น

1.1 การรวบรวมข้อความขั้นต้น โดยข้อความต้องครอบคลุมทัศนคติที่ต้องการ เมื่อได้ข้อความมากเพียงพอและครอบคลุมแล้ว ทำการตรวจและพิจารณาเขียนใหม่ให้ได้ ข้อความที่รัดกุม

1.2 การกำหนดค่าของข้อความ โดยทำการประเมินค่าเพื่อกำหนดน้ำหนัก ของข้อความว่าควรอยู่ในตำแหน่งใดในแบบวัดทัศนคติ โดยให้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ทางด้านการวัดทัศนคติเป็นผู้กำหนด โดยเรียกบุคคลเหล่านี้ว่าผู้ตัดสิน แล้วจัดพิมพ์ ข้อความที่ต้องการลงบัตร บัตรละ 1 ข้อความ แล้วให้ผู้ตัดสินแยกข้อความเป็น 11 กลุ่ม เรียงจากกลุ่มข้อความที่ไม่ชอบ ไปจนถึงกลุ่มข้อความที่ชอบมากที่สุด กลุ่มข้อความแต่ละ กลุ่มอยู่ในอันตรภาคที่ต่อเนื่องกันและแต่อันตรภาคห่างเท่ากัน ดังนั้นจึงมีแบบวัดเป็น 11 ตำแหน่ง

1.3 กำหนดค่าของข้อความ โดยนำผลการตัดสินทั้งหมดมาแจงนับว่าข้อความ แต่ละข้อความถูกจัดอยู่ในกลุ่มใดกี่ครั้ง และหาค่ามาตราส่วน (Scale value) ของข้อความ แต่ละข้อความโดยพิจารณาค่ามัธยฐาน และวิธีการเลือกข้อความนั้น พิจารณาจากค่าที่ได้ ซึ่งเรียกว่าค่า Q (Q value) ค่า Q ต่ำถือว่าข้อความดีและค่า Q สูงถือว่าข้อความไม่ดี

ตัวอย่าง

ให้ทำเครื่องหมาย X ในวงเล็บหน้าข้อความที่เห็นด้วย

() การให้เด็กเรียนข้ามชั้นไม่ควรทำ เพราะจะทำให้พัฒนาการของเด็กเร็วเกินไปและไม่เป็นไปตามขั้นตอน

() การจัดชั้นเรียนควรจัดละกันไประหว่างเด็กที่มีสติปัญญาสูง ปานกลาง และต่ำ

2. การสร้างแบบวัดทัศนคติ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert's Summated Rating Scale 1932) มีหลักการว่า การจัดให้มีข้อความที่แสดงทัศนคติที่มีทิศทาง แล้วให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น คำตอบของแต่ละข้อความจะมีให้เลือกตอบ 5 ช่วง ตั้งแต่เห็นด้วย อย่างมาก เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก ลำดับขั้นตอนของการสร้างมีดังนี้

2.1 รวบรวมข้อความ โดยแต่ละข้อความต้องมีคำอำนาจจำแนก และหลีกเลี่ยง ข้อความที่มี 2 ความหมาย

2.2 ตรวจสอบข้อความนั้นว่าเหมาะสมกับการตอบในลักษณะของ 5 ช่วงหรือไม่

2.3 การทดลองว่ามีข้อความใดไม่ชัดเจนหรือคลุมเครือเพื่อการแก้ไข

2.4 การให้น้ำหนักคะแนนของความคิดเห็นในแต่ละระดับตามวิธีการของ ลิเคิร์ท ทำให้มาตราการวัดของเขาใช้ได้สะดวกมาก เพราะใช้การกำหนดค่าแบบจงใจเพื่อให้เป็นค่า น้ำหนักประจำของแต่ละระดับความคิดเห็นเหมือนกันทุกข้อความ

เมื่อแต่ละระดับความคิดเห็นของแต่ละข้อความมีค่าประจำตายตัว การที่จะทราบว่าบุคคลใดมีทัศนคติเป็นอย่างไร ก็ใช้วิธีการรวมน้ำหนักหรือคะแนนจากการตอบทุกข้อความของแต่ละคน ถ้าน้ำหนักรวมจากการตอบข้อความทั้งหมดมีค่าสูงหรือได้คะแนนสูงแสดงว่าระดับทัศนคติของบุคคลนั้นมีลักษณะพึงพอใจหรือคล้อยตามซึ่งแสดงว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือมีความพึงพอใจในสิ่งนั้น คะแนนหรือน้ำหนักที่ใช้แทนระดับทัศนคติ เช่น

ข้อความ	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วย	ยังไม่ตัดสินใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมาก
1. พ่อเป็นบุคคลที่ข้าพเจ้ารักมาก					
2. พ่อสนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้ทำตามที่ข้าพเจ้าต้องการเสมอ					
3. พ่อดีใจเมื่อข้าพเจ้าสอบผ่าน					

3. การสร้างแบบวัดทัศนคติของออสกู๊ด (Osgood 's Semantic differential Scale 1955) เขามีแนวความคิดว่าความคิดรวบยอดประกอบด้วยลักษณะสำคัญที่บรรยายความคิดรวบยอดนั้น ๆ หลายลักษณะด้วยกัน ซึ่งความคิดรวบยอดมีหลายมิติ จึงได้สร้างแบบวัดโดยใช้ความหมายทางภาษาที่เป็นคำคุณศัพท์ เพื่ออธิบายความหมายของสิ่งเร้าที่มีส่วนสัมพันธ์กับบุคคล

หลักการเบื้องต้นของการสร้างแบบวัดมีดังนี้

3.1 กระบวนการในการอธิบาย ตัดสินใจ หรือประเมินความคิดรวบยอดของบุคคลนั้น สามารถเขียนแทนได้ในเชิงปริมาณที่อยู่ในช่วงของการวัดทางจิตวิทยา ซึ่งมีความเข้มมากน้อย ตามคุณลักษณะของคุณศัพท์ 2 ตัว เช่น ดี – เลว และ สวย – น่าเกลียด

3.2 แนวทางในการอธิบายความคิดรวบยอดของแต่ละบุคคล จะมีลักษณะเป็นมิติเดียว และไม่ขึ้นอยู่กับการวัดอื่น ๆ

3.3 การตอบสนอง หรือการประเมินแต่ละบุคคลที่มีต่อความคิดรวบยอดในแต่ละช่วงการวัด จะอยู่ในช่วง 1 - 7 ที่อยู่ระหว่างคุณสมบัติหรือลักษณะที่ตรงกันข้าม เช่น

ตำรวจ

เข้มแข็ง.....อ่อนแอ

ซื่อสัตย์.....โก่ง

ว่องไว.....เฉื่อยชา

4. การสร้างแบบวัดทัศนคติ วิธีเปรียบเทียบคู่ของเฟคเนอร์ (Fechner 's Method of Paired Comparison 1954) เขาได้สร้างแบบวัดทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกสรรและการจัดอันดับความชอบ เริ่มจากการทดลองโดยใช้ตัวอย่างรูปสี่เหลี่ยมขนาดต่าง ๆ กัน แล้วให้บุคคลจัดอันดับความชอบในรูปสี่เหลี่ยมนั้น โดยการเตรียมแผ่นสี่เหลี่ยมที่มีสัดส่วนต่าง ๆ กัน เริ่มจากสี่เหลี่ยมผืนผ้าเล็ก ๆ จนถึงสี่เหลี่ยมจัตุรัส แล้วจ่ายคละกันไปบนโต๊ะ จากนั้นให้กลุ่มบุคคลจำนวนประมาณ 200 - 300 คน เป็นผู้จัดอันดับโดยให้แต่ละคนเลือกรูปที่ตนเองชอบที่สุดและรองลงไปตามลำดับ จนถึงรูปที่ชอบน้อยที่สุด แล้วนำมาหาความสัมพันธ์ของตัวเลือก และหาระดับความชอบของแต่ละรูป การเปรียบเทียบคู่ใช้ในกรณีสิ่งที่น่าสนใจเปรียบเทียบคู่กันไม่เกิน 10 ชนิด ถ้ามากกว่านี้ใช้วิธีจัดอันดับตำแหน่ง

5. การสร้างแบบวัดทัศนคติ โดยใช้ระเบียบวิธีแบบคิวของสติเฟนสัน (Stephenson 's Q – technique 1953) เป็นวิธีศึกษาความคิดเห็น ทำที่ และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล โดยใช้วิธีแยกบัตรเป็นกอง ๆ แต่ละกองจะมีคะแนนประจำ ใช้คะแนนเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และแปลความหมายต่อไป เป็นวิธีวัดอันดับสิ่งเร้าโดยให้ผู้ถูกทดสอบตัดสินใจว่า เห็นด้วย - ไม่เห็นด้วย ชอบ - ไม่ชอบ วิธีแบบคิวมีขั้นตอนดังนี้

5.1 เลือกคำ ข้อความ สิ่งของที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาพิมพ์ลงบัตร บัตรละ 1 ข้อความ ปกติจะใช้ 60 - 120 บัตร

5.2 เลือกกลุ่มตัวอย่างและให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาบัตรโดยแยกกองตามลำดับตามเกณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ชอบหรือไม่ชอบ

5.3 การให้ลำดับ จะเรียงต่อกันจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ที่ให้ไว้ในกองกลางจะเป็นความเห็นกลาง ๆ แล้วให้คะแนนในบัตรแต่ละใบแล้วจึงนำไปวิเคราะห์ต่อไป

6. การสร้างแบบวัดระยะทางสังคมโบการ์ตัส (Bogard - dus 's Distance Scale 1925) เป็นการวัดทัศนคติต่อบุคคล โดยมีข้อความที่แสดงถึงความสัมพันธ์และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อผู้อื่น โดยมี 7 ข้อความ แต่ละข้อความจะบ่งบอกความสัมพันธ์ทางสังคมในระยะต่าง ๆ กัน ตั้งแต่ความสัมพันธ์ในทางใกล้ชิดเป็นทัศนคติทางบวก ไปจนถึงทัศนคติทางลบ และให้ผู้ตอบบอกว่าตนมีทัศนคติอยู่ในระดับใดจาก 7 ระดับนี้ คือ 1. ยอมรับถึงขั้นแต่งงาน 2. ยอมรับเป็นเพื่อนสนิท 3. ยอมรับเป็นเพื่อนบ้าน 4. ยอมรับเป็นเพื่อนร่วมอาชีพ 5. ยอมรับเป็นพลเมืองของประเทศ 6. ยอมรับในฐานะผู้มาเยือนประเทศ 7. ไม่ยอมรับให้เข้ามาในประเทศ

7. การสร้างแบบวัดสะสมของกัทแมน (Guttman 's Cumulative Scale 1950) เป็นการวัดโดยมีข้อความชุดหนึ่งซึ่งแต่ละข้อความจะแสดงทัศนคติในทิศทางเดียวกันแต่มีความเข้มหรือปริมาณของความรู้สึกแตกต่างกัน ข้อความชุดนี้จะจัดเรียงลำดับความเข้มของทัศนคติที่มีอยู่ในแต่ละข้อความไว้แล้ว โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบด้วยข้อความใดข้อความหนึ่งโดยถือว่า คำตอบที่ผู้ตอบเลือกจะเป็นการยืนยันคำตอบด้วยข้อความใดข้อความหนึ่งที่แสดงความเข้มในระดับรองลงไปด้วย แบบวัดทัศนคติของกัทแมนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าละทิ้งปัญหาที่แท้จริงในการถาม เนื่องจากไม่ครอบคลุมคำตอบ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

สุชา จันทน์เอม (2542 : 242) ได้กล่าวว่า ทัศนคติบางอย่างสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้โดยนักจิตวิทยาได้แนะนำวิธีการเปลี่ยนทัศนคติ 3 วิธี ดังนี้

1. การชักชวน (Persuasion) มีบุคคลเป็นจำนวนมากที่สามารถปรับปรุงทัศนคติหรือเปลี่ยนทัศนคติของตนเสียใหม่ หลังจากได้รับคำแนะนำ บอกเล่า หรือได้รับความรู้เพิ่มขึ้น เช่น เด็กที่เคยกลัวความมืดหากได้รับคำแนะนำหรือคำอธิบายให้ทราบความจริงอาจจะเลิกกลัวได้

2. การเปลี่ยนกลุ่ม (Group Change) กลุ่มมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของบุคคลฉะนั้นหากจะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลอาจจะใช้วิธีเปลี่ยนกลุ่ม เช่น เด็กที่ขี้เกียจเรียนหนังสือเพราะอยู่กับกลุ่มเพื่อนที่ขี้เกียจเรียน หากจัดกลุ่มเสียใหม่โดยย้ายไปอยู่กับกลุ่มที่ขยันเรียน เด็กอาจจะขยันเรียนตามกลุ่มที่ตนอยู่ก็ได้

3. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการชักชวนให้บุคคลหันมาสนใจหรือรับรู้โดยการสร้างสิ่งแปลกใหม่ เช่น บริษัทแห่งหนึ่งผลิตสินค้าใหม่ก็มักจะแจกฟรีก่อนหรือการมีของแถม ก็สามารถดึงดูดความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

ก. การเลือกรับรู้ (Selective perception) คนเราจะรับรู้ในสิ่งที่เห็นว่าเหมาะสมกับตนเองเท่านั้นหากสิ่งใดที่ไม่เหมาะสมจะตัดออกไป คือ ไม่รับรู้ตนเอง เช่น คนที่ชอบดนตรีจะไวต่อเสียงเพลง เมื่อได้ยินเสียงเพลงก็รู้ว่าเป็นเพลงอะไร ใครเป็นผู้ร้อง ส่วนผู้ที่ไม่สนใจแม้ว่าเสียงเพลงจะดังเพียงไรก็ไม่รู้ว่าเป็นเพลงอะไร

ข. การหลีกเลี่ยง (Avoidance) บุคคลจะรับเอาแต่สิ่งที่ให้ความสุขหรือให้ในสิ่งที่ตนต้องการเท่านั้น ส่วนสิ่งที่จะบังเกิดความทุกข์บุคคลจะไม่ยอมรับ คนชนิดนี้ก็เปลี่ยนทัศนคติได้ยากเช่นเดียวกับพวกแรก

ค. การสนับสนุนของกลุ่ม (Group support) บุคคลที่ประสบความสำเร็จขณะอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ไม่อยากที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มใหม่ เพราะมีความสุขและประสบความสำเร็จพวกนี้ก็จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติยากเช่นเดียวกัน

ทัศนคติเกิดจากการมีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม หากประสบการณ์ที่เราได้รับเพิ่มเติมแตกต่างจากประสบการณ์เดิมเราก็อาจเปลี่ยนทัศนคติได้ ซึ่งการเปลี่ยนทัศนคติมี 2 วิธี ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน (Congruent Change) หมายถึงทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติใดเป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบ เช่น เคยชอบคนนี้ก็ชอบมากขึ้นกว่าเดิม หรือในทางตรงกันข้าม เคยเกลียดคนนั้นก็เกลียดมากขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง (Incongruent Change) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางบวกและไปเพิ่มทางลบ เช่น เคยชอบคนคนนี้ก็เปลี่ยนเป็นไม่ชอบ

ทัศนคติที่เปลี่ยนไปในทางเดียวกันจะเปลี่ยนได้ง่าย เช่น ชอบเรียนวิชาสังคมอยู่ก่อนแล้วเมื่อได้เรียนกับครูที่ชื่นชอบก็ยังมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาสังคมเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าได้เรียนกับครูที่ไม่ชอบก็อาจทำให้ชอบวิชาสังคมน้อยลงแต่ก็ยังชอบเรียนอยู่

ทัศนคติที่เปลี่ยนไปในทางเดียวกันมีความมั่นคงกว่าทัศนคติที่เปลี่ยนไปคนละทาง เช่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นกีฬาอยู่ก่อนแล้วเมื่อได้รับข้อมูลว่าการเล่นกีฬาทำให้ร่างกายแข็งแรงปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ เมื่อได้ทราบข้อมูลดังนั้นก็ทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นกีฬาเพิ่มขึ้นและเป็นทัศนคติที่มีความคงทน แต่ถ้าในระหว่างเล่นกีฬาแล้วเกิดอุบัติเหตุจนได้รับบาดเจ็บอาจทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเล่นกีฬา แต่เมื่อรักษาตัวจนหายปกติก็อาจมีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นกีฬาเหมือนเดิม และกลับมาเล่นกีฬาอีกครั้ง ซึ่งการเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความสุดขีด (Extremeness) ทัศนคติที่อยู่ปลายสุดจะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าทัศนคติที่ไม่รุนแรงนัก เช่น ความรักที่สุด ความเกลียดที่สุด จะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าความรักและความเกลียดที่ไม่มากนัก

2. ความซับซ้อน (Multiplicity) ทัศนคติที่เกิดจากสาเหตุเดียวจะเปลี่ยนได้ง่ายกว่าเกิดจากหลาย ๆ สาเหตุหรือเราก็บอกไม่ได้ว่าเกิดจากสาเหตุอะไรบ้าง

3. ความคงที่ (Consistency) ทัศนคติที่มีลักษณะคงที่หมายถึงทัศนคติที่เป็นความเชื่อฝังใจ จะเปลี่ยนยากกว่าทัศนคติทั่วไป เช่น ความรักชาติ ความศรัทธาในศาสนา จะเปลี่ยนได้ยาก

4. ความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่อง (Interconnectedness) ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันโดยเฉพาะที่เป็นไปในทางเดียวกันจะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ไปในทางตรงกันข้าม เช่น ทัศนคติที่มีต่อศาสนาเกี่ยวเนื่องกับบิดามารดาอุทิศตนเพื่อศาสนา

5. ความแข็งแกร่งและจำนวนความต้องการ (Strong and Number of Wants Served) หมายถึงทัศนคติที่มีความแข็งแกร่งและมีความต้องการในระดับสูงจะเปลี่ยนได้ยากกว่าทัศนคติที่ไม่แข็งแกร่งและไม่อยู่ในความต้องการ

6. ค่านิยม หมายถึงความเชื่อและวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากการสั่งสมของวัฒนธรรมประเพณี โดยได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ เช่น การแสดงความเคารพผู้อาวุโสโดยการยกมือไหว้ การทำบุญตักบาตรในวันสำคัญทางพุทธศาสนา การจัดพิธีมณฑลสมรสเพื่อการสร้างครอบครัวที่ยั่งยืน การจัดพิธีอุปสมบทเพื่อสืบทอดหลักธรรมคำสั่งสอนทางพุทธศาสนา

การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับอิทธิพล ต่อไปนี้

1. แหล่งข่าวสารและผู้ให้ข่าวสาร ซึ่งเป็นแหล่งให้ความรู้ ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติ เช่น ผู้ให้ข่าวสารเป็นคนน่าเชื่อถือ เป็นที่รักใคร่ หรือเป็นบุคคลสำคัญก็จะเกิดการถ่ายทอดความรู้สึกหรืออารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การโฆษณาชวนเชื่อของลัทธิการเมืองต่าง ๆ และการเผยแพร่ศาสนา

2. ผู้รับข่าวสาร ผู้รับข่าวสารจะถูกชักจูงให้เปลี่ยนทัศนคติได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับสติปัญญา วิจารณ์ญาณ และความเชื่อมั่นในตนเอง

3. ข่าวสารหรือสื่อที่ใช้ ถ้าให้ข่าวสารบ่อยครั้งพร้อมทั้งให้ความรู้สึกหรืออารมณ์ก็อาจเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับข่าวสารได้

4. ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่สภาพแวดล้อม เช่น สถานการณ์ที่ทำให้ผู้รับรู้สึกว่าคนอื่นได้เปลี่ยนทัศนคติแล้วก็จะเกิดการเลียนแบบและเปลี่ยนทัศนคติในที่สุด

ทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเป็นปฏิกริยากับสภาพแวดล้อมอาจจะสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้แต่สามารถวินิจฉัยได้ว่ามีหรือไม่มี โดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางจิตวิทยา

พฤติกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับทัศนคติมีอยู่ 3 ส่วน ดังนี้

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งพฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ การจำ และความคิด รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางปัญญา การใช้วิจารณ์ญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งพฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจประกอบด้วยความสามารถระดับต่างๆซึ่งเริ่มจากความรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญาขึ้นไปเรื่อย ๆ โดยมีความรู้ความเข้าใจ การแปลความหมาย การให้ความหมาย การคาดคะเน และความสามารถในการนำไปใช้ รวมทั้งความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์

2. พฤติกรรมด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Domain) เป็นความสนใจ ความรู้สึก ท่าที และความชอบ พฤติกรรมด้านนี้เกิดขึ้นภายในซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรม

3. การตอบสนอง (Response) เป็นการตอบสนองต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้าต่างๆพฤติกรรมในขั้นการตอบสนองจะมีลักษณะของความยินดีเต็มใจและพอใจที่จะตอบสนอง

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมโดยเป็นสาเหตุของพฤติกรรมและเป็นผลของพฤติกรรม เพราะบุคคลแสดงพฤติกรรมตามความคิดและความต้องการ เช่น นักเรียนที่ได้รับคำชมจากครูเมื่อสอบผ่านก็จะรู้สึกพอใจและมีทัศนคติที่ดี และจะพยายามตั้งใจในการสอบครั้งต่อไป ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นผลของพฤติกรรมและมีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำในครั้งต่อ ๆ ไปด้วย

ทัศนคติที่อธิบายด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยความสัมพันธ์เชื่อมโยง

นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ และมีการเปลี่ยนแปลงได้เหมือนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ขณะมีการเรียนรู้ก็จะเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งนั้นไปด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้ในกลุ่มนี้จึงมีการเสริมแรง การวางเงื่อนไข การเลียนแบบ และการถ่ายโยง

1. การเสริมแรง เป็นทัศนคติที่เกิดขึ้นจากการเสริมแรงทั้งทางบวกและทางลบ การเสริมแรงทางบวก เช่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนและได้รับคำชมจากครูก็จะทำให้มีความมานะพากเพียรและตั้งใจเรียนมากขึ้น แต่ถ้ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเรียนและถูกตำหนิก็ยิ่งไม่อยากเรียน

2. การวางเงื่อนไข เมื่อมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งแล้วนำไปสัมพันธ์กับอีกสิ่งหนึ่ง ทำให้มีทัศนคติต่อสิ่งนั้นเหมือนกัน เช่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเล่นฟุตบอลเมื่อเห็นผู้เล่นฟุตบอลเป็นนักกีฬาที่มีชื่อเสียงก็มีทัศนคติที่ดีต่อกีฬาประเภทอื่นด้วย

3. การเลียนแบบ ทัศนคติเกิดจากการที่บุคคลรับรู้ทัศนคติของบุคคลอื่นแล้วรับมาเป็นของตนเองโดยไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ตรง เช่น พ่อแม่มีทัศนคติที่ดีต่อการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยลูกก็จะมีทัศนคติเช่นนั้น โดยปกติบุคคลจะเลียนแบบทัศนคติของคนที่รักและศรัทธา หรือคนส่วนใหญ่ในสังคมมีทัศนคติอย่างไรก็พลอยมีทัศนคติเช่นนั้นไปด้วยซึ่งเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

4. การเชื่อมโยง เป็นผลจากบุคคลผู้เป็นเจ้าของทัศนคติเชื่อมโยงลักษณะบางอย่างเข้าด้วยกันตามความคิดและความเข้าใจของตน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงไปในทิศทางเดียวกัน เช่น มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการสูบบุหรี่เมื่อเห็นใครสูบบุหรี่ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลนั้นด้วย

ทัศนคติที่อธิบายด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ความเข้าใจ

ทัศนคติที่อธิบายด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ความเข้าใจประกอบด้วยดังนี้

1. ทฤษฎีความขัดแย้งด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Dissonance Theory) เฟสติเกอร์ (Festinger, 1957) อธิบายว่าองค์ประกอบของทัศนคติคือความรู้ความเข้าใจ ได้แก่ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่แต่ละคนได้รับ ซึ่งบางครั้งพบว่าความรู้ความเข้าใจมีลักษณะที่ขัดแย้งกันทำให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่สบายใจ จึงปรับความคิดและความเชื่อให้สอดคล้องกันซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เช่น มีทัศนคติว่าคนแต่งตัวดีเป็นคนมีฐานะดี แต่เมื่อพบว่าไม่เป็นความจริงจึงต้องปรับทัศนคติใหม่ว่าคนแต่งตัวดีอาจไม่ใช่คนฐานะดีก็ได้ ซึ่งจะทำให้ความขัดแย้งลดน้อยลง

2. ทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างความรู้สึกกับความรู้ความเข้าใจ (Affective Cognitive Consistency) เป็นทฤษฎีที่โรเซนเบิร์ก (Rosenberg, 1956) อธิบายว่าทัศนคติจะไม่เปลี่ยนถ้ายังมีความสอดคล้องกันระหว่างความรู้สึกหรืออารมณ์กับความรู้ความเข้าใจแต่ถ้าองค์ประกอบทั้งสองเกิดขัดแย้งกันก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ไปในทิศทางเดียวกันมิฉะนั้นจะ

เกิดความไม่สบายใจ เช่น มีทัศนคติที่ดีต่อเขาเนื่องจากเขาเป็นคนดีและเราก็ชอบเขา แต่ต่อมาเราพบว่าเขาไม่ได้เป็นคนดีดังที่เราคิดเราจึงต้องเปลี่ยนทัศนคติใหม่ว่าเขาเป็นคนไม่ดี เราจึงไม่ชอบเขา

3. ทฤษฎีความสมดุล (Balance Theory) ไฮเดอร์ (Heider . 1958) มีแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ว่าบุคคลพยายามปรับทัศนคติให้สอดคล้องกัน เมื่อเกิดสภาวะที่ไม่สมดุล บุคคลก็จะพยายามเปลี่ยนทัศนคติให้เข้าสู่สภาวะสมดุล เช่น เปลี่ยนทัศนคติของตนให้สอดคล้องกับผู้อื่น หรือเปลี่ยนทัศนคติของผู้อื่นให้สอดคล้องกับตนเอง

4. ทฤษฎีความลงรอยเดียวกัน (Congruity Theory) ออสกู๊ดและเทนเนนบาร์ม (Osgood and Tannenbaum . 1955) มีแนวคิดว่า การเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลจะเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมรอบตัว

ความคิด

สุชา จันทน์เอม (2542 : 242) ได้กล่าวว่า ความคิดคือความเข้าใจเกี่ยวกับบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ หากมีความเข้าใจที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี แต่ถ้ามีความเข้าใจที่ไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น นักเรียนมีความเข้าใจว่าการรับประทานอาหารตามหลักโภชนาการทำให้ร่างกายมีความต้านทานโรคที่ดีและมีอายุยืนยาว นักเรียนก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการรับประทานอาหารตามหลักโภชนาการ และถ้านักเรียนมีความเข้าใจว่าการสูบบุหรี่เป็นการทำลายสุขภาพของตนเองและคนรอบข้าง นักเรียนก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการสูบบุหรี่

ความรู้สึก

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2543 : 236) ได้กล่าวว่า ความรู้สึกคือความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ หากมีความรู้สึกนึกคิดในทางที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี แต่ถ้ามีความรู้สึกนึกคิดในทางที่ไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น นักเรียนมีความรู้สึกนิยมชมชอบครูที่มีความเมตตากรุณา โอบอ้อมอารี และพูดจาไพเราะอ่อนหวาน นักเรียนก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อครูที่มีบุคลิกภาพดังกล่าว และถ้านักเรียนมีความรู้สึกไม่ชอบครูที่ดูด่าว่ากล่าวด้วยถ้อยคำที่หยาบคาย นักเรียนก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อครูที่มีบุคลิกภาพดังกล่าวเช่นกัน ดังนั้นความรู้สึกจึงส่งผลต่อทัศนคติ หากเราต้องการให้ผู้อื่นมีทัศนคติที่ดีเราก็ควรทำให้เขามีความรู้สึกที่ดี เช่น เราต้องการให้นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพ เราก็ควรจัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยการจัดบรรยากาศให้ผู้เรียนมีความสุขในการประกอบอาชีพ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความพึงพอใจในผลงานของตนเอง มีความรู้สึกภาคภูมิใจในการทำงานด้วยตนเอง

การแสดงพฤติกรรม

สุชา จันทน์เอม (2542 : 242) ได้กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมคือการประพฤติปฏิบัติซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่ร่างกายตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นขึ้นอยู่กับความคิดหรือความรู้สึก หรืออาจจะเป็นผลจากความคิดและความรู้สึกประกอบกัน เช่น นักเรียนมีความคิดว่าความขยันหมั่นเพียรย่อมนำไปสู่ความสำเร็จ นักเรียนก็就会有ความเพียรพยายามในการศึกษาเล่าเรียน และมีความวิริยะอุตสาหะในการทำงาน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการศึกษาเล่าเรียน มีความเจริญก้าวหน้าในการประกอบอาชีพ และมีความสุขในการดำเนินชีวิต แต่ถ้านักเรียนมีความรู้สึกว่าการพูดจាក้าวร้าวทำให้ผู้ฟังรู้สึกเสียใจ นักเรียนก็จะเลิกพูดจាក้าวร้าวและปรับปรุงการพูดของตนเองให้ดีขึ้น ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ เช่น การพูด การเดิน การยืน การนั่ง การแสดงสีหน้าท่าทาง การแสดงความเคารพ
2. พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ เช่น ความรู้สึกที่แฝงอยู่ภายในจิตใจ ความคิดเห็นสนับสนุนหรือคัดค้าน ความเชื่อที่ฝังอยู่ในจิตใจโดยไม่แสดงออก

เศรษฐกิจชุมชน

พะยอม วงศ์สารศรี (2545 : 102) ได้กล่าวว่า ปัญหาเศรษฐกิจชุมชนเป็นปัญหาที่ยืดเยื้อมานาน ภาครัฐได้พยายามแก้ปัญหาอย่างต่อเนื่อง โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดเรื่องการแก้ปัญหาความยากจนเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนา

จากการที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจซึ่งส่งผลให้ปัญหาความยากจนยิ่งทวีความรุนแรง แต่ด้วยพระมหากรุณาธิคุณล้นเกล้าล้นกระหม่อม พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงพระราชทานพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2540 ซึ่งภาครัฐได้น้อมนำกระแสพระราชดำริมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้จัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการเศรษฐกิจชุมชน โดยการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับการกู้ยืมเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เศรษฐกิจพอเพียง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช (2544 : 13) ทรงพระราชทานความหมายของคำว่า เศรษฐกิจพอเพียง คือปรัชญาเศรษฐกิจสำหรับการดำรงชีวิตของประชาชนทุกระดับ โดยมีวิถีชีวิตแบบพอมีพอกินมีความสามารถในการผลิตอาหารและเครื่องใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและชุมชนได้อย่างเพียงพอรู้จักการประหยัดอดออม ดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย มีความมานะพากเพียรในการทำงานมีความอดทนต่อปัญหาและอุปสรรค ใช้สติปัญญาในการแก้ไขปัญหา โดยอาศัยความรู้ รอบคอบ และระมัดระวังในการนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมไทย รวมทั้งมีภูมิคุ้มกันทางความคิดเพื่อการปรับตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์

จากการล่มสลายของระบบเศรษฐกิจไทยสะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยเป็นสังคมแห่งการบริโภคแต่ขาดความสามารถในการผลิต ดังนั้นในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจควรเริ่มด้วยการเปลี่ยนค่านิยมในการบริโภคมาเป็นค่านิยมในการผลิต ซึ่งต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจของทุกคนในชุมชนเป็นพลังแผ่นดิน เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการจัดตั้งองค์การธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน

อุทิศ ศิริวรรณ (2545 : 1) ได้กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยช่วยให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพและมีการหมุนเวียนเงินทุนภายในประเทศ

ธุรกิจชุมชนมีการบริหารงานที่เป็นอิสระ ใช้เงินลงทุนน้อย โดยระยะแรกเน้นการสร้างงานในชุมชนส่งเสริมให้ประชาชนในทุกตำบลสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยรัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณผ่านกองทุนหมู่บ้าน

การดำเนินธุรกิจชุมชนมีหลายรูปแบบ เช่น การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร การผลิตเครื่องใช้ด้วยวัสดุในท้องถิ่น และการบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรัฐควรส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถในการจัดจำหน่ายโดยการให้ความรู้ด้านการตลาดและการสนับสนุนด้านกระบวนการผลิตเพื่อการลดต้นทุนให้ต่ำลง สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจชุมชนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

การพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้นรัฐควรให้ความรู้กับประชาชนในด้านการตลาด เพื่อทราบว่าคุณบริโภคต้องการสินค้าประเภทใดควรจะกำหนดราคาในระดับไหน การจัดจำหน่ายวิธีใดดีที่สุด และจะส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีใดจึงจะประสบความสำเร็จ เมื่อประชาชนสามารถจัดการด้านการตลาดได้แล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กรมวิชาการ (2539 : 2) ได้ให้ความหมายว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์อันยาวนานผ่านกระบวนการฝึกฝนจนเกิดทักษะและความชำนาญ สามารถจัดมวลประสบการณ์เป็นองค์ความรู้ มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนโดยประชาชนในชุมชนนั้น ๆ สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนมาประยุกต์เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นนี้เป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางด้านจิตใจเนื่องจากทำด้วยมืออย่างประณีตงดงาม และเป็นผลงานที่เกิดจากการสั่งสมของอารยธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ๆ

ปัจจุบันสังคมให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (มาตรา 25) ให้สถานศึกษาขั้นพื้นฐานจัดทำสาระของหลักสูตรให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากผู้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อการดำรงรักษาและนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคและการจำหน่าย

การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

อุทิศ ศิริวรรณ (2545 : 25) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์คือสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2542 : 92) ได้กล่าวว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ผลิตต้องวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจในองค์ประกอบส่วนไหนของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยแบ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1. ตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึงประโยชน์ใช้สอยที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ซึ่งตอบสนองความต้องการโดยตรง เช่น อาหารทำให้อิ่ม เสื้อผ้าใช้ปกปิดร่างกาย
2. ส่วนควบของผลิตภัณฑ์ หมายถึงส่วนเพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ เช่น การบริการติดตั้ง การรับประกัน การบริการหลังการขาย
3. ส่วนที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์ หมายถึงคุณประโยชน์ที่แอบแฝงซึ่งเป็นที่คาดหวังของผู้บริโภค เช่น เสื้อผ้านอกจากใช้ปกปิดร่างกายแล้วยังช่วยเพิ่มความงามให้กับผู้สวมใส่
4. ส่วนที่ต้องการบ่งชี้ความแตกต่าง หมายถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น ตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ เพื่อการสร้างความพึงพอใจสำหรับผู้บริโภค

ผู้ผลิตต้องวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคต้องการองค์ประกอบส่วนไหนของผลิตภัณฑ์มากที่สุด หรืออาจต้องการองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างร่วมกัน ดังนั้นรัฐควรให้ความรู้กับประชาชน เกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เพื่อการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 92) ได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์บริโภคและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวเฉพาะผลิตภัณฑ์บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ชนิด ดังนี้

1. สินค้าสะดวกซื้อ เป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายไม่ต้องใช้ความพยายามในการเลือกซื้อ เป็นสินค้าที่ใช้สิ้นเปลืองต้องซื้อบ่อยและราคาถูก เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม และชอสปรงรอส
2. สินค้าเปรียบเทียบซื้อ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการเลือกซื้อเพื่อเปรียบเทียบความเหมาะสมด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบ
3. สินค้าเจาะจงซื้อ เป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะพิเศษ ผู้บริโภคมีความต้องการเฉพาะเจาะจงโดยไม่คำนึงถึงราคาของสินค้า
4. สินค้าไม่แสวงซื้อ เป็นสินค้าใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก ไม่มีความต้องการที่จะซื้อ เช่น เครื่องกรองอากาศ หรือสินค้าที่ผู้บริโภครู้จักแต่ไม่มีความต้องการที่จะซื้อ เช่น ประกันชีวิต

ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายผู้ผลิตควรทราบว่าสินค้าที่จะผลิตนั้นเป็นสินค้าประเภทใด เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น การผลิตแชมพูสมุนไพรซึ่งมีคุณภาพดีกว่าแชมพูทั่วไป เนื่องจากมีส่วนผสมของสมุนไพรไทย ดังนั้นควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบในคุณสมบัติดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการเปรียบเทียบการซื้อ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ (2543 : 82) ได้กล่าวว่า ตราสินค้าสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการจดจำและนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า

ผู้ผลิตควรตระหนักในความสำคัญของตราสินค้า โดยการออกแบบตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถจดจำได้ง่าย และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม เช่น การผลิตน้ำตาลสดของชาวเพชรบุรีก็ควรมีตราสินค้าเป็นรูปต้นตาลเพื่อบอกแหล่งที่มาของวัตถุดิบอย่างชัดเจน

อุทิส ศิริวรรณ (2545 : 25) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์นอกจากจะทำหน้าที่ห่อหุ้มสินค้า และเพื่อความสะดวกในการขนส่งแล้วยังสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการออกแบบรูปทรงและสีสันทัดต่อนะตูดตาและเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

การผลิตสินค้าของประชาชนในท้องถิ่น มักมุ่งเน้นในตัวสินค้าเป็นหลักโดยละเลยด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น กลุ่มแม่บ้านในตำบลหนึ่งของจังหวัดเพชรบุรีสามารถผลิตน้ำพริกเผาที่มีรสชาติดีเยี่ยมแต่ขาดความรู้ความเข้าใจด้านบรรจุภัณฑ์ เมื่อนำมาช่นะเหลือใช้มาบรรจุจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจและไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภค ดังนั้นรัฐควรให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ เพื่อการสร้างคามพึงพอใจสำหรับผู้บริโภค และนำไปสู่ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สำอองค์ งามวิชา (2543 : 279) ได้กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การบริการตนเองของผู้บริโภค โดยบรรจุภัณฑ์ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า คุณสมบัติ และวิธีการใช้สินค้าอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าโดยไม่ต้องสอบถามพนักงานขาย

2. ความประสงค์ของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายดังนั้นควรออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว เช่นการออกแบบอาหารกระป๋องโดยผู้บริโภคสามารถใช้ขวี่ดึงฝาเพื่อเปิดรับประทานได้ทันที

3. การมุ่งให้ผู้บริโภคจดจำตราสินค้า โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ยาสีฟันสมุนไพรยี่ห้อหนึ่งบรรจุในกล่องสีเขียวซึ่งแตกต่างจากยาสีฟันยี่ห้ออื่นอย่างชัดเจน

4. ความคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณค่า โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ เช่น การฉีกด้วยพลาสติกใสซึ่งนอกจากจะเพิ่มความสวยงามแล้วยังป้องกันแมลงและฝุ่นได้เป็นอย่างดี

5. ความสะดวกในการจัดจำหน่าย โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความคงทนเพื่อความสะดวกในการขนส่ง เช่น การบรรจุกล่องเพื่อความสะดวกในการวางทับซ้อน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 104) ได้กล่าวว่า การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการกำหนดตำแหน่งสินค้าหรือบริการให้อยู่ในใจของผู้บริโภค โดยมีวิธีการดังนี้

1. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามราคาและคุณภาพ เช่น ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพดีราคาแพง

2. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะผู้บริโภค เช่น ข้าวกล้องเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ที่ยังห่วงใยในสุขภาพ

3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ชามเบญจรงค์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า

4. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากการนำไปใช้ เช่น น้ำปลาแท้เหาะทุกหยดเพิ่มรสอร่อย สบู่สมุนไพรเพื่อสุขภาพกายทั้งครอบครัว

5. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามระดับชั้นผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่เค็มไข่ยาราคาไม่แพงเหมาะสำหรับผู้มีรายได้ปานกลาง

6. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขัน เช่น ขนมห่มอแกงเมืองเพชรอร่อยที่สุดในโลก

7. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากหลายวิธีร่วมกัน เช่น น้ำปลาแท้ตราหอยหลอดเหาะทุกหยดเพิ่มรสอร่อย

จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ (2543 : 92) ได้กล่าวว่า การวางตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ผลิตควรพิจารณาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านเวลา คือการนำสินค้าออกวางตลาดในเวลาที่เหมาะสมซึ่งมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เช่น การผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรในช่วงที่ทุกคนกำลังห่วงใยในสุขภาพ

2. ด้านทำเล คือการนำสินค้าออกวางตลาดในทำเลที่เหมาะสม ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะสินค้า พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันทางการตลาด

3. ด้านผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือการนำสินค้าออกวางตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น การตั้งร้านขายน้ำตาลสดริมทางหลวงเพื่อบริการผู้สัญจรไปมาบนท้องถนน

4. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดคือการนำสินค้าออกวางตลาดโดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม เช่น การผลิตน้ำลำไยบรรจุขวดควรใช้นโยบายตั้งราคาต่ำ เนื่องจากในตลาดมีน้ำผลไม้บรรจุกระป๋องเป็นผู้ครองตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 114) ได้กล่าวว่า เมื่อสินค้าออกวางจำหน่ายในตลาดย่อมจะมียอดขายและกำไรไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา ดังนั้นเราจึงต้องศึกษาวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นแนะนำ เป็นระยะการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดครั้งแรก ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์หรือไม่แน่ใจในคุณภาพในช่วงนี้ผู้ผลิตเสียค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดสูง

2. ขั้นเจริญเติบโต เป็นระยะที่สินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด ยอดขายเพิ่มขึ้นส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น แต่จะมีคู่แข่งเข้าสู่ตลาดเนื่องจากมองเห็นโอกาสในการทำกำไร

3. ขั้นอิ่มตัว เป็นขั้นที่ยอดขายสูงสุดและจะเริ่มคงที่ ซึ่งในช่วงนี้เป็นช่วงที่ท้าทายความสามารถของนักการตลาดที่จะปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเจริญเติบโตได้อีกครั้ง โดยการแสวงหาตลาดใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะโดดเด่นสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อีกครั้ง

4. ขั้นถดถอย เป็นขั้นที่ยอดขายลดลงเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ผลิตควรใช้วิธีการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ให้ได้มากที่สุดก่อนปิดกิจการ

การสร้างสรรคผลิตภัณฑท์ท้องถิ่น ผู้ผลิตควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑท์เพื่อการวางแผนดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนอย่างเหมาะสม เช่น การผลิตกระดาษจากใบสับปะรด ในขั้นแนะนำยอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ แต่ต้องแบกรับต้นทุนในการโฆษณาสินค้า เมื่อเข้าสู่ขั้นเจริญเติบโตยอดขายเพิ่มสูงขึ้น และเมื่อเข้าสู่ขั้นอิ่มตัวยอดขายจะคงที่ ดังนั้นควรพัฒนาสินค้าให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และควรแสวงหาตลาดใหม่ควบคู่กันไปด้วย ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนนี้จำเป็นต้องอาศัยคำแนะนำจากผู้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อการประคับประคองให้ธุรกิจชุมชนสามารถยืนหยัดอยู่ได้ และกลายเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งในที่สุด

การจัดการด้านราคา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 120) ได้กล่าวว่า ราคาคือจำนวนเงินที่ผู้ซื้อจ่ายโดยกำหนดจากมูลค่าและอรรถประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑท์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขายอย่างสูงสุด

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2542 : 126) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาไว้เป็น 6 ด้านดังนี้

1. เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการลงทุน คือการตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุดโดยการตั้งราคาสูงสำหรับสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ง่ายเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในระยะสั้น แต่จะตั้งราคาต่ำสำหรับสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ยากเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในระยะยาว
2. เพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาด คือการตั้งราคาเพื่อการเป็นส่วนแบ่งของตลาดโดยการผลิตสินค้าราคาถูก เช่น ในตลาดมียาสีฟันหลายยี่ห้อ แต่เราสามารถผลิตยาสีฟันที่มีคุณภาพใกล้เคียง แต่มีราคาถูกกว่าซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้
3. เพื่อดำรงรักษาสวนครองตลาด คือการตั้งราคาเพื่อการรักษาสวนครองตลาดที่เหมาะสม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการลงทุนด้านการผลิต เช่น การกำหนดราคาน้ำอัดลมไม่ควรต่ำเกินไปจนไม่สมดุลกับค่าใช้จ่ายด้านการผลิต
4. เพื่อเผชิญกับการแข่งขัน คือการตั้งราคาเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด เช่น การกำหนดราคาผงซักฟอกจะมีการตัดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ
5. เพื่อแสวงหากำไรสูงสุด คือการตั้งราคาโดยหวังผลกำไรสูงสุด เช่น การตั้งราคาต่ำสำหรับสินค้าที่ขายได้จำนวนมาก และตั้งราคาสูงสำหรับสินค้าที่ขายได้จำนวนน้อย
6. เพื่อรักษาเสถียรภาพด้านราคา คือการตั้งราคาเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าชนิดนั้นไว้ เช่น ราคายาสระผม จะมีราคาคงที่ยาวนาน

ดังนั้นการตั้งราคาสำหรับผลิตภัณฑท์ท้องถิ่นควรให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เช่น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการลงทุน ก็ควรตั้งราคาต่ำเพื่อสร้างยอดขายและผลตอบแทนระยะยาว

สำอากค์ งามวิชา (2543 : 313) ได้กล่าวว่า การกำหนดนโยบายราคาเป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อการตั้งราคา โดยมีหลักการดังนี้

1. ส่วนลดและส่วนยอมให้ หมายถึง ส่วนที่ลดจากราคาที่กำหนดไว้หรือยอมให้เนื่องจากผู้ซื้อได้ทำกิจกรรมทางการตลาดแทนผู้ขาย เช่น ผู้ค้าปลีกจัดแสดงสินค้าภายในร้าน
2. การตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ หมายถึง การตั้งราคาโดยคำนึงถึงการกระจายสินค้าไปจำหน่ายทั่วประเทศ โดยอาจตั้งราคาเดียวหรือตั้งราคาให้แตกต่างกันก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของประเภทสินค้า เช่น วัสดุไฟฟ้าที่ซื้อในที่ห่างไกลจากแหล่งผลิตย่อมมีราคาแพง
3. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา หมายถึง การใช้ราคาเพื่อสร้างความคิดหรือความรู้สึกต่อสินค้าซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ เช่น การตั้งราคาสินค้า 99 บาท เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าไม่แพงเนื่องจากไม่ถึง 100 บาท
4. การตั้งราคาแบบอื่น ๆ หมายถึงการตั้งราคานอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น การตั้งราคาต่ำเพื่อการเจาะตลาดซึ่งเหมาะสำหรับสินค้าที่มีต้นทุนต่ำลงเมื่อมีการผลิตจำนวนมาก

การกำหนดนโยบายราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรมีความเหมาะสมกับชนิดสินค้า การจัดจำหน่าย และผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นแม่บ้านซึ่งนิยมสินค้านี้ราคาถูก ดังนั้นควรใช้นโยบายการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา โดยกำหนดราคา 29 บาท หรือ 39 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 126) ได้เสนอวิธีการตั้งราคา ดังนี้

1. การตั้งราคาโดยพิจารณาต้นทุนเป็นเกณฑ์ โดยการพิจารณาต้นทุนของสินค้าต่อหน่วย ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดแล้วนำต้นทุนเหล่านี้บวกด้วยกำไรก็จะได้ราคาสินค้า
2. การตั้งราคาโดยพิจารณาความสมดุลของอุปสงค์และอุปทาน โดยการพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคและความสามารถในการผลิตสำหรับสินค้าที่มีความต้องการมากและมีกำลังการผลิตมาก ควรตั้งราคาปานกลาง
3. การตั้งราคาโดยพิจารณาความสัมพันธ์กับตลาดอย่างเดี่ยว โดยการนำเอาราคาของคู่แข่งมาใช้เป็นแนวทางในการตั้งราคา

การเลือกวิธีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรพิจารณาเพื่อความเหมาะสม เช่น การตั้งราคาสำหรับไวน์ชมพูของชาวเพชรบุรี ควรตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนเป็นหลัก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้บริโภคน้อย และไม่สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มักจะภักดีต่อยี่ห้อที่ติดตลาดโดยเฉพาะไวน์ต่างประเทศ ดังนั้นจึงควรตั้งราคาปานกลางเพื่อให้เหมาะสมกับผู้ที่มีรายได้ปานกลาง ซึ่งได้แก่ข้าราชการและพนักงานในสถานประกอบการ

การจัดการด้านการจัดจำหน่าย

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2542 : 150) ได้กล่าวว่า การจัดจำหน่ายคือการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค และได้เสนอปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. ลักษณะผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องส่งสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าปลีก ก่อนถึงมือผู้บริโภค
2. ลักษณะของสินค้า สินค้าบางชนิดมีอายุสั้นผู้ผลิตอาจต้องจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง เช่น พืช ผัก และผลไม้
3. อุปนิสัยในการซื้อ ผู้บริโภคบางคนนิยมซื้อสินค้าครั้งเดียวเพื่อใช้ตลอดสัปดาห์ บางคนนิยมซื้อบ่อย ๆ โดยซื้อครั้งละน้อย ๆ เช่น แม่บ้านนิยมซื้อเครื่องปรุงอาหารให้เพียงพอสำหรับหนึ่งสัปดาห์
4. ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่นอกเขตเมืองจึงต้องซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในชุมชนนั้น ๆ เช่น ในหมู่บ้านที่ห่างไกลร้านค้าปลีกจะมีบทบาทสำคัญในการจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภค
5. ลักษณะของผู้ผลิต ผู้ผลิตบางรายอาจมีศักยภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าโดยไม่ต้องพึ่งตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง เช่น ธุรกิจขายตรงซึ่งผู้ผลิตเป็นผู้ขายสินค้าด้วยตนเอง

6. สภาพแวดล้อม สภาพการแข่งขันในระบบตลาดเสรีทำให้ผู้ผลิตต้องปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายอยู่เสมอ

สำอองค์ งามวิชา (2543 : 327) ได้จัดแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคดังนี้

1. ผู้ผลิตเป็นผู้ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง เช่น ชาวสวนผักนำพืชผักมาขายด้วยตนเอง
2. ผู้ผลิตขายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก เช่น การทำขนมหม้อแกงไปขายให้กับผู้ค้าปลีกรายใหญ่ซึ่งมีศักยภาพในการขายเนื่องจากมีทุนในการตั้งร้านเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว
3. ผู้ผลิตขายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง เช่น การผลิตน้ำปลาแล้วขายให้กับผู้ค้าส่งที่มารับซื้อ จากนั้นผู้ค้าส่งจะขายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค
4. ผู้ผลิตขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย เช่น การผลิตน้ำตาลโตนดมีตัวแทนจำหน่ายทำหน้าที่รวบรวมผลิตภัณฑ์ จากนั้นขายให้กับผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และถึงมือผู้บริโภคในที่สุด

ตำรวจคดี ชัยสนธิ (2542 : 161) ได้จัดแบ่งสถาบันคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ดังนี้

1. สถาบันพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง และตัวแทนจำหน่าย
2. สถาบันที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า ได้แก่ บริษัทขนส่งทางเรือ รถบรรทุก และเครื่องบิน
3. สถาบันที่ให้บริการความสะดวกทางการตลาด ได้แก่ บริษัทให้บริการคำปรึกษาทางการตลาด บริษัทโฆษณา และบริษัทประกันภัย

การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรเลือกให้เหมาะสมกับชนิดสินค้า ลักษณะของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อม เช่น การผลิตน้ำตาลสดบรรจุขวด ผู้ผลิตอาจขายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกจากนั้นผู้ค้าปลีกก็จะนำมาจัดแผงขายริมทางหลวงซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคพอสมควร รัฐควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีศักยภาพในการจำหน่ายด้วยตนเองเนื่องจากการขายผ่านผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง หรือตัวแทนจำหน่ายผลกำไรย่อมลดน้อยลง ดังนั้นรัฐควรเสริมสร้างให้ผู้ผลิตมีทัศนคติที่ดีต่อการขายสินค้า จากนั้นก็ควรแนะนำให้รู้จักช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อการเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับสินค้าและลักษณะของผู้บริโภค

การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด

สำอองศ์ งามวิชา (2543 : 385) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดหมายถึง การติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและชักชวนให้ซื้อสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 : 167) ได้แบ่งองค์ประกอบในการส่งเสริมการตลาดดังนี้

1. การโฆษณา คือการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าโดยผ่านสื่อสารมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์
2. การส่งเสริมการขาย คือการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น ลด แลก แจก แถม และชิงโชค
3. การประชาสัมพันธ์ คือการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผู้ผลิตสินค้า โดยการจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม เช่น การวิ่งมาราธอน การนำชิ้นส่วนบรรจุภัณฑ์มาสร้างสรรค์สิ่งของเครื่องใช้
4. การขายโดยพนักงานขาย คือ การส่งพนักงานขายออกไปสาธิตและเสนอขายสินค้ากับผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอาจเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและราคา เช่น การผลิตกล้วยฉาบอบน้ำผึ้ง ในช่วงแรกอาจใช้วิธีส่งเสริมการขายโดยการแจกให้ทดลองชิมและโดยวัฒนธรรมของคนไทยเมื่อชิมแล้วก็จะเกิดความเกรงใจจนตัดสินใจซื้อในที่สุด

สุชิน นะตาปา (2541 : 187) ได้นำเสนอวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

1. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า เช่น คุณลักษณะ คุณสมบัติ คุณประโยชน์ของสินค้า รายการลด แลก แจก แถม และชิงโชค
2. เพื่อชักชวนและกระตุ้น โดยการเสนอจุดเด่นของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น เพื่อชักชวนและกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า
3. เพื่อเตือนความทรงจำ เป็นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคระลึกถึงสินค้าอยู่เสมอเพื่อรักษาสวนครองตลาดไว้ให้ยาวนานที่สุด

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีจุดเด่นที่เป็นงานฝีมือซึ่งเครื่องจักรไม่สามารถผลิตให้มีคุณภาพเทียบเท่าได้ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมแพรวา ดังนั้นผู้ผลิตควรนำเสนอจุดเด่นด้านคุณภาพเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และควรมีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าควบคู่กันไปด้วยเพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคระลึกถึงสินค้าอยู่เสมอ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วิชิต นันทสุวรรณ (2544:1) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่า เกิดจากความสำเร็จของการพัฒนาตนเองด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการจำหน่ายในจังหวัดโออิตะประเทศญี่ปุ่น จากนั้นกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นความพยายามของหน่วยงานราชการไทยในการศึกษาและนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศไทย จากนั้นพรรคการเมืองพรรคหนึ่งได้หยิบยกโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาเป็นนโยบายพรรค และเมื่อชนะการเลือกตั้งนโยบายพรรคจึงกลายเป็นนโยบายรัฐบาล ซึ่งทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนไปสู่การปฏิบัติในทุกตำบลของประเทศไทย

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545 : 5) ได้กล่าวถึงนโยบายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น
2. เพื่อสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้
3. เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นสร้างงานสร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย

วิชิต นันทสุวรรณ (2544 : 7) ได้กล่าวว่า แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือการสนับสนุนและส่งเสริมให้ทุกตำบลสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายอย่างน้อย 1 ชนิด โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และได้กล่าวถึงขั้นตอนดำเนินงานดังนี้

1. สนับสนุนศูนย์กลางการเรียนรู้ของชุมชน
2. สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและผลผลิต
3. ประสานความร่วมมือระหว่างข้าราชการ องค์กรธุรกิจ และองค์กรชุมชน

4. ชุมชนค้นหาศักยภาพของตนเอง เช่น คน ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาองค์กรชุมชนและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
6. พัฒนากองทุนเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในชุมชน
7. วิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี (2545 : 2) ซึ่งมีหน้าที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัดเพชรบุรี ได้กล่าวถึงแนวคิดในการดำเนินงานว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ดำเนินตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับฐานรากเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการสนับสนุนให้แต่ละตำบลพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรในท้องถิ่น อาจเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร งานหัตถกรรม หรือการบริการ ซึ่งการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในแต่ละตำบล

นโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดังนี้

1. การให้ความรู้ เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และวิธีการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. การพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยการจัดเวทีประชาคมตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติกำหนด
3. การจัดทำทะเบียนผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์
4. การกำหนดประเภทผลิตภัณฑ์เป็น 9 ประเภท ดังนี้
 - 4.1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.2 ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์
 - 4.3 ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม
 - 4.4 ผลิตภัณฑ์ขนม
 - 4.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
 - 4.6 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร
 - 4.7 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม
 - 4.8 วัฒนธรรมประเพณีและธรรมชาติ
 - 4.9 การบริการและอื่น ๆ
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการแบ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็น 3 ระดับ คือ ดีเยี่ยม ดี และพอใช้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากระดับพอใช้ระดับดี และระดับดีเยี่ยมในที่สุด

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบุรี

1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร		
1.1 สมุนไพรพื้นบ้าน	ต.บ้านหม้อ	อ.เมืองเพชรบุรี
1.2 ชาใบหม่อน	ต.ดอนขุนห้วย	อ.ชะอำ
2. ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์		
2.1 พวงหรีดดอกไม้จันทร์	ต.ท่าช้าง	อ.เขาย้อย
2.2 แป้งปั้น	ต.แก่งกระจาน	อ.แก่งกระจาน
2.3 มัลลียดินหอม	ต.บางตะบูน	อ.บ้านแหลม
3. ผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม		
3.1 ไม้ตาลกลึง	ต.หนองปรัง	อ.เขาย้อย
3.2 เรือจำลอง	ต.ห้วยโรง	อ.เขาย้อย
3.3 แข่งจักสาน	ต.บ้านทาน	อ.บ้านลาด
3.4 กำไลทองเหลือง	ต.บ้านลาด	อ.บ้านลาด
3.5 เครื่องเบญจรงค์	ต.ท่าแลง	อ.ท่ายาง
3.6 เครื่องประดับศิราภรณ์	ต.ดอนยาง	อ.เมืองเพชรบุรี
4. ผลิตภัณฑ์ขนม		
4.1 ขนมหม้อแกง	ต.ไร่มะขาม	อ.บ้านลาด
4.2 ขนมพื้นบ้าน	ต.หนองจอก	อ.ท่ายาง
4.3 ขนมเกรียบงา	ต.ช่องสะแก	อ.เมืองเพชรบุรี
4.4 ลูกตาลเชื่อม	ต.เวียงคอย	อ.เมืองเพชรบุรี
5. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ		
5.1 ผ้าทอพื้นเมือง	ต.วังไกร	อ.ท่ายาง
5.2 ผ้าทอที่กระตุก	ต.ท่าตะคร้อ	อ.หนองหญ้าปล้อง
5.3 ผ้าขาวม้า	ต.บางขุนไทร	อ.บ้านแหลม
5.4 ผ้าตัดเย็บ	ต.ท่าแร้ง	อ.บ้านแหลม
6. ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร		
6.1 มะขามแก้ว	ต.หนองชุมพล	อ.เขาย้อย
6.2 น้ำตาลโตนด	ต.สะพานไกร	อ.บ้านลาด
6.3 กล้วยกวน	ต.สมอพลี	อ.บ้านลาด
6.4 ลูกตาลสด	ต.ห้วยท่าช้าง	อ.บ้านลาด
6.5 ข้าวซ้อมมือ	ต.มาบปลาเค้า	อ.ท่ายาง
6.6 ข้าวหลาม	ต.ยางห้อย	อ.ท่ายาง
6.7 สับปะรดกวน	ต.เขากระปุก	อ.ท่ายาง
6.8 มะม่วงดอง	ต.กลัดหลวง	อ.ท่ายาง

6.9 กล้วยหอมทอง	ต.บ้านในดง	อ.ท่ายาง
6.10 กล้วยฉาบ	ต.ป่าเต็ง	อ.แก่งกระจาน
6.11 กล้วยอบ	ต.พสุวรรณ์	อ.แก่งกระจาน
6.12 มะเฟืองหยี	ต.หนองโสน	อ.เมืองเพชรบุรี
6.13 หมูทุบ	ต.บางจาน	อ.เมืองเพชรบุรี
6.14 ข้าวกล้อง	ต.หนองขนาน	อ.เมืองเพชรบุรี
6.15 น้ำตาลปีก	ต.บางครก	อ.บ้านแหลม
6.16 อาหารทะเลแห้ง	ต.บางแก้ว	อ.บ้านแหลม
6.17 กะปิ	ต.บ้านแหลม	อ.บ้านแหลม
6.18 ข้าวเกรียบฟักทอง	ต.ไร่ใหม่พัฒนา	อ.ชะอำ
6.19 น้ำพริกแกง	ต.หนองศาลา	อ.ชะอำ
6.20 ไช้เค็ม	ต.สระพัง	อ.เขาย้อย
7. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม		
7.1 น้ำมะนาว	ต.ท่าไม้รวก	อ.ท่ายาง
7.2 น้ำสมุนไพร	ต.ตำหรุ	อ.บ้านลาด

8. วัฒนธรรมประเพณี และ ธรรมชาติ

- 8.1 หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านไทยทรงดำต.เขาย้อย อ.เขาย้อย
 8.2 หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะท่าไทร ต.บางแก้ว อ.ชะอำ

9. การบริการและอื่น ๆ

- 9.1 การเลี้ยงโคขุน ต.ห้วยทรายเหนือ อ.ชะอำ

ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
จุดแข็ง

1. ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น ขนมหม้อแกง
น้ำตาลโตนด และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

2. ทรัพยากรในท้องถิ่นมีมาก เช่น ดันตาลโตนด ผลไม้ และอาหารทะเล
จุดอ่อน

1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย
3. บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม
4. บณฉลากบรรจุภัณฑ์ไม่มีรายละเอียด เช่น วันหมดอายุ ส่วนประกอบ และสถานที่
5. ไม่มีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค
6. ประชาชนขาดทักษะและประสบการณ์ในการแข่งขันทางการตลาด
7. วัตถุดิบราคาแพงส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูง
8. กระบวนการจัดจำหน่ายไม่มีประสิทธิภาพ

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐเนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐบาล
2. สภาพภูมิศาสตร์เอื้ออำนวย เช่น มีชายหาดชะอำซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก
3. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เช่น ขนมหม้อแกงเมืองเพชรรสชาติเป็นเลิศ

อุปสรรค

1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อน้อย
2. การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์โดยนายทุนในท้องถิ่น
3. คู่แข่งขันมีประสิทธิภาพทางการผลิตสูงกว่า

กลยุทธ์การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
 2. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม
 3. จัดพิมพ์รายละเอียดบนฉลากให้ครบถ้วน เช่น วันหมดอายุ ส่วนประกอบ วิธีใช้ และสถานที่ผลิต
 4. ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เช่น ชนิดและปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ
 5. สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการตลาด
 6. พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อการลดต้นทุน
 7. พัฒนาระบบการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ
 8. พัฒนาด้านการตลาด เช่น การโฆษณา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
- ## แผนการส่งเสริมการผลิต
1. จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
 2. จัดประเภทผลิตภัณฑ์เป็น 9 ประเภทเพื่อความสะดวกในการพัฒนาการผลิต
 3. จำแนกมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็น 3 ระดับ คือ
 - 3.1 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 - 3.2 ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 - 3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- การจำแนกมาตรฐานผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่สำนักงานคณะกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

4. จำแนกผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาด 3 ระดับ คือ

4.1 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดชุมชน เช่น ภายในหมู่บ้าน ตำบล และอำเภอ

4.2 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในประเทศ เช่น การจัดส่งสับปะรดกวนไปขายในภาคเหนือ

4.3 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดสากล เช่น การส่งออกกล้วยอบน้ำผึ้งไปขายในต่างประเทศ

ซึ่งการจำแนกนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย เช่น การผลิตสับปะรดกวนเพื่อการส่งไปขายในตะวันออกกลาง ควรได้รับการรับรองจากองค์กรศาสนาอิสลามเนื่องจากประชากรในภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นชาวมุสลิม

5. พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

6. พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

7. ออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและง่ายต่อการจดจำ

การประชาสัมพันธ์

1. รัฐบาลประชาสัมพันธ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนว่าการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจได้ ซึ่งเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในทุกตำบล และส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2. สถานีโทรทัศน์ทุกสถานีให้การส่งเสริมและสนับสนุนโดยการประชาสัมพันธ์สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการจัดช่วงเวลาสำหรับแนะนำสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป เช่น รายการหนึ่งนาที่หนึ่งผลิตภัณฑ์ของสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 และรายการด้วยลำแข้งของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแนะนำสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. จัดแสดงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ ศาลากลางจังหวัดทุกแห่งทั่วประเทศ เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับประชาชนทั่วไป

5. จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่โดยติดตั้งบริเวณริมทางที่มีการคมนาคมพลุกพล่าน เพื่อย้ำเตือนให้ประชาชนตระหนักในคุณค่าของสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งสร้างสรรค์โดยภูมิปัญญาท้องถิ่น

6. จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์และแนะนำสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป

7. จัดงานแสดงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานพระนครคีรี งานของดีอำเภอยะยาวยาง งานเทศกาลวันลอยกระทง งานเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ งานเทศกาลวันสงกรานต์ งานวันกาชาดสากล และงานประจำปีของแต่ละชุมชน

8. จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ห้างสรรพสินค้า สถานีบริการน้ำมัน ร้านขนมหวานพื้นเมือง และร้านขายของที่ระลึก

9. กรมส่งเสริมการส่งออกจัดงานแสดงสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อแนะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ

ผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2545

เดือน	ยอดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ทุกประเภท	ต้นทุนการผลิต	กำไรสุทธิ
มกราคม	198,356	130,521	67,835
กุมภาพันธ์	802,464	537,102	265,362
มีนาคม	29,518,960	19,800,510	9,718,450
เมษายน	38,181,800	27,871,910	10,309,890
พฤษภาคม	38,854,848	25,744,578	13,110,270
รวม 5 เดือน	107,556,428	74,084,621	33,471,807

จากตารางแสดงผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2545 แสดงให้เห็นว่ายอดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น ส่วนต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นเช่นกันแต่กลับลดลงในเดือนพฤษภาคม ซึ่งอาจเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น ผลของการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ราคาวัตถุดิบลดลง หรือผู้ผลิตอาจมีความชำนาญในการผลิตมากขึ้น

**ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ
จากองค์การอาหารและยา**

ลำดับที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานที่ผลิต	
		ตำบล	อำเภอ
1	น้ำพริกเผา	ตำหรุ	บ้านลาด
2	ขนมหม้อแกง	ตำหรุ	บ้านลาด
3	ขนมทองหยอด	ตำหรุ	บ้านลาด
4	ขนมฝอยทอง	ตำหรุ	บ้านลาด
5	ขนมชั้น	ตำหรุ	บ้านลาด
6	ขนมบ้าบิ่น	ตำหรุ	บ้านลาด
7	น้ำพริกแกง	ตำหรุ	บ้านลาด
8	น้ำพริกตาแดง	บ้านหาด	บ้านลาด
9	มะขามแก้ว	บ้านหาด	บ้านลาด
10	มะนาวแก้ว	บ้านหาด	บ้านลาด
11	มะนาวเชื่อม	บ้านหาด	บ้านลาด
12	เห็ดนางฟ้าสามรส	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
13	น้ำพริกมะขามเห็ดนางฟ้า	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
14	น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้า	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
15	เห็ดนางฟ้าแดดเดียว	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
16	แหนมเห็ดนางฟ้า	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
17	ขนมปังเห็ดนางฟ้า	นาวั่ง	เมืองเพชรบุรี
18	เห็ดนางฟ้าแดดเดียว	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
19	เห็ดสามรส	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
20	เห็ดสวรรค์	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
21	ข้าวเกรียบเห็ด	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
22	น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้า	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
23	น้ำพริกนรกเห็ด	โพไร่หวาน	เมืองเพชรบุรี
24	ทองม้วน	โพพระ	เมืองเพชรบุรี
25	ลูกตาลลอยแก้ว	ไร่ส้ม	เมืองเพชรบุรี
26	กล้วยฉาบหวาน	ห้วยแม่เพรียง	แก่งกระจาน
27	กล้วยฉาบเค็ม	ห้วยแม่เพรียง	แก่งกระจาน

ลำดับที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานที่ผลิต	
		ตำบล	อำเภอ
28	กล้วยหวาน	ห้วยแม่เพรียง	แก่งกระจาน
29	สับปะรดหวาน	ห้วยแม่เพรียง	แก่งกระจาน
30	กล้วยตาก	ห้วยแม่เพรียง	แก่งกระจาน
31	มะนาวดอง	ท่าคอย	ท่ายาง
32	ข้าวเกรียบชะอม	ท่าคอย	ท่ายาง
33	มะม่วงแช่อิ่ม	ท่าคอย	ท่ายาง
34	น้ำผลไม้สมุนไพร	ท่าคอย	ท่ายาง

ผลิตภัณฑ์ดีเด่น

ชื่อผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ป้านศรนารายณ์

สถานที่ผลิต หมู่ที่ 8 บ้านหุบกระพง ต.เขาใหญ่ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี

ประวัติความเป็นมา

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เสด็จเยี่ยมชาวบ้านหุบกระพงพระองค์ทรงเห็นว่าชาวบ้านหุบกระพงมีรายได้น้อย และทอดพระเนตรเห็นต้นป้านศรนารายณ์ซึ่งมีอยู่อย่างมากมาย สามารถนำเส้นใยมาทำเชือกสมอเรือ จึงมีพระราชดำริให้นำป้านศรนารายณ์มาถักเป็นเปื้อยแล้วเย็บเป็นกระเป่า เป็นหมวก และเครื่องใช้อื่น ๆ โดยมีอาจารย์จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาสอนวิธีการทำให้กับชาวบ้าน จากนั้นชาวบ้านได้จัดตั้งกลุ่มเพื่อการผลิต โดยมีนางอารยา เต็มจันทร์มณี เป็นประธานกลุ่มจนถึงปัจจุบัน

สมาชิกภายในกลุ่มได้พัฒนาฝีมือการเย็บและการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภค และได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นหลายชนิด เช่น กระเป่าถือ กระเป่าสะพาย หมวก เข็มขัด รองเท้า ที่รองแก้ว ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเพราะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรูปทรงและสีสันสวยงาม มีความประณีต ใช้งานได้ยาวนาน และราคาไม่แพง

กระบวนการผลิต

1. เตรียมวัสดุ โดยการนำป้านศรนารายณ์มาทุบเพื่อแยกเนื้อใยออกให้เหลือเพียงเส้นใย
2. นำเส้นใยมาตากแดดให้แห้ง แล้วนำมาทำความสะอาด
3. นำเส้นใยมาถักเปื้อยแล้วนำมาเย็บตามต้องการ
4. นำเส้นใยที่ถักเปื้อยเรียบร้อยแล้วมาเย็บเป็นกระเป่า หมวก เข็มขัด หรือเครื่องใช้ตามต้องการ
5. เคลือบผิวด้วยแล็กเกอร์เพื่อความสวยงาม

การใช้ประโยชน์

ใช้ประโยชน์ได้ตามรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋าส่งสำหรับใส่ของใช้และเป็นของฝากที่ทรงคุณค่าเนื่องจากเป็นงานฝีมือที่มีความประณีตและผลิตจากวัสดุธรรมชาติซึ่งมีคุณค่าในเชิงอนุรักษ์

ปริมาณการผลิต

ประเภทกระเป๋าไม้ปริมาณการผลิต 500 ใบ/เดือน

ประเภทหมวกไม้ปริมาณการผลิต 1,000 ใบ/เดือน

การจัดจำหน่าย

1. จัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า
2. จัดจำหน่ายในโรงแรม
3. จัดจำหน่ายในศูนย์แสดงสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
4. จัดจำหน่ายโดยการส่งออกไปขายยังตลาดต่างประเทศ

ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์

1. ผลิตจากวัสดุธรรมชาติซึ่งมีคุณค่าในเชิงอนุรักษ์
2. เป็นงานฝีมือที่มีความประณีตงดงาม

ผลิตภัณฑ์ดีเด่น

ชื่อผลิตภัณฑ์ ขนมหวานพื้นเมือง

สถานที่ผลิต เลขที่ 93 หมู่ที่ 2 ต.ห้วยโรง อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี

ประวัติความเป็นมา

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาย้อยได้สนับสนุนและส่งเสริมให้สตรีมีอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ โดยการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ในปี พ.ศ. 2540 เพื่อการผลิตและจำหน่ายขนมหวานพื้นเมืองโดยมีนางสมาน กลิ่นนาค เป็นประธาน

ขนมหวานพื้นเมืองของกลุ่มอาชีพตำบลห้วยโรงมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและเมื่อรัฐบาลมีนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนมหวานพื้นเมืองจึงได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น

กระบวนการผลิต

1. เตรียมส่วนผสมได้แก่ แป้ง ข้าวเหนียว น้ำตาล เกลือ ถั่ว ผือก ไข่
2. นำส่วนผสมมาผสมรวมกันตามกรรมวิธีการผลิตของขนมแต่ละชนิด
3. นำมาผ่านกระบวนการความร้อน เช่น อบ นึ่ง ผิง ตามความเหมาะสม
4. ตัดแบ่งใส่ภาชนะบรรจุ เช่น กล่อง ถาด และถุง

การจัดจำหน่าย

1. ตลาดชุมชน โดยการจำหน่ายปลีกและส่งในระดับตำบล และอำเภอ
2. ตลาดในประเทศ โดยการจำหน่ายที่ศูนย์การค้าเพชรปิ่นแก้ว ตลาดริมน้ำ ในอำเภอเมืองเพชรบุรี และจำหน่ายส่งให้กับร้านค้าในต่างจังหวัด
3. ตลาดสากล โดยการติดต่อตัวแทนจำหน่ายเพื่อส่งออกไปขายในต่างประเทศ

ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์

1. ขนมหวานพื้นเมืองมีหลากหลายชนิด
2. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและมีหลายรูปแบบ
3. รสชาติอร่อยเป็นที่นิยมของคนทั่วไป
4. ได้รับการรับรองคุณภาพโดยได้เครื่องหมายฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งสร้างความมั่นใจให้กับผู้นับถือศาสนาอิสลามและสามารถเปิดตลาดสู่ประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ผลิตภัณฑ์ดีเด่น

ชื่อผลิตภัณฑ์ ไวน์ผลไม้

สถานที่ผลิต หมู่ที่ 4 ต.ท่าไม้รวก อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี

ประวัติความเป็นมา

โรงเรียนหนองชุมแสงวิทยาได้จัดฝึกอบรมเรื่องการทำไวน์จากผลไม้เพื่อให้ความรู้กับกลุ่มอาชีพสตรีหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้วกลุ่มอาชีพก็เริ่มผลิตไวน์ออกจำหน่ายโดยการจัดตั้งกลุ่มอาชีพผลิตไวน์ผลไม้เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2543 มีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 45 คน โดยมีนางสาวรจิต จงเจตจำนง เป็นประธาน ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 56 คน มีหุ้น 159 หุ้น หุ้นละ 100 บาท

กระบวนการผลิต

1. เตรียมวัตถุดิบ เช่น ชมพู่ สับปะรด ตะไคร้ กระจับ และเชอร์รี่
2. นำวัตถุดิบมาทำความสะอาด
3. นำวัตถุดิบมาสับแบบหยาบ ๆ
4. นำวัตถุดิบที่ผ่านการสับมาผสมน้ำและเติมน้ำตาล
5. ต้มน้ำให้เดือด
6. พักไว้ให้เย็นแล้วใส่ภาชนะเพื่อเตรียมการหมัก
7. หมักโดยการเติมน้ำยีสต์
8. บรรจุขวด

ราคาจำหน่าย

ขวดละ 80 – 120 บาท

การจัดจำหน่าย

1. จัดจำหน่าย ณ สถานที่ผลิต คือ หมู่ที่ 4 ต.ท่าไม้รวก อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี
2. จัดจำหน่ายในร้านเพชรบุรีภัณฑ์
3. จัดจำหน่ายในร้านวนอุทยานชะอำ

ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์

1. ผลิตจากผลไม้ในท้องถิ่น เช่น ชมพู สับปะรด ตะไคร้ กระจับปี่ และเชอร์รี่
2. รสชาติดีเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

อำนวยพร สุนทรสมัย (2537) ได้วิจัยผ้าทอของจังหวัดพิษณุโลก พบว่าการออกแบบลวดลายมีความสวยงามเนื่องจากการได้รับการฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีการจัดจำหน่ายโดยการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงและขายผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการนำผลผลิตออกจำหน่ายในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานวันแม่ งานกาชาด และงานประจำปีของจังหวัดพิษณุโลก

สุวิมล พิสัยสวัสดิ์ (2539) ได้วิจัยการผลิตและการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทยประเภทผ้ามัดหมี่ พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด มีการจัดจำหน่ายโดยการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง และการขายผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก ซึ่งทำให้สินค้ากระจายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศและมีการส่งออกไปขายยังต่างประเทศด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาดยังมีข้อบกพร่องเนื่องจากเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่เพียงพอ ขาดความรู้ความชำนาญ และขาดงบประมาณในการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการตลาด

จรรยาพร บุญเหลือ (2539) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขนมหวานเมืองเพชรของผู้บริโภค จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคต้องการซื้อขนมที่มีคุณภาพดี สะอาด สีสันทัดใจจนเกินไป มักตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ไม่ได้กำหนดชนิดของขนมที่ต้องการล่วงหน้า นิยมซื้อจากร้านที่มีชื่อเสียง โดยซื้อเพื่อเป็นของฝากมากกว่าการซื้อเพื่อรับประทานเอง ต้องการทดลองชิมก่อนตัดสินใจซื้อและต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับขนม เช่น วันหมดอายุ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท จังหวัดมุกดาหาร จากการวิจัยพบว่าประชาชนได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ โดยในระยะแรกกลุ่มอาชีพมีขนาดเล็กเนื่องจากจำนวนสมาชิกมีน้อย การบริหารงานของกลุ่มอาชีพอาศัยความไว้วางใจ ระบบการบริหารงานไม่มีความชัดเจน นโยบายการดำเนินงานขึ้นอยู่กับประธานกลุ่ม สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเมื่อกลุ่มอาชีพมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงประสบปัญหาในการดำเนินงาน

สมคิด พรหมจ้อย (2541) ได้วิจัยเรื่องเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสานใต้ จากการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน คือการส่งเสริมให้ประชาชนสำรวจข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจภายในชุมชนว่าควรผลิตสินค้าชนิดใด ควรผลิตปริมาณเท่าไร ควรผลิตด้วยวิธีการอย่างไร สามารถบริหารจัดการด้านแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสมดุลระหว่างสาขาการผลิตเพื่อตอบสนองการบริโภค มีการระดมทุนเพื่อจัดตั้งกองทุนหมุนเวียน มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งกลุ่มอาชีพในรูปแบบและขนาดการผลิตที่เหมาะสม เพื่อการสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรตามศักยภาพของแต่ละชุมชน

สิริพร เลิศพรกุลรัตน์ (2542) ได้วิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่ จากการวิจัยพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าขนมไทยมีรสชาติอร่อย สะอาด สีสันสวยงาม มีให้เลือกมากมายหลายชนิด บรรจุภัณฑ์มีความสะอาดปลอดภัย ราคาเหมาะสม โดยนักศึกษาซื้อขนมไทยจากร้านค้าปลีกในตลาดสำหรับจุดประสงค์ในการซื้อขนมไทยคือการซื้อเพื่อรับประทานเอง จำนวนนักศึกษาชายและหญิงที่บริโภคขนมไทยมีจำนวนใกล้เคียงกัน รายได้ของผู้ปกครองส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยในระดับปานกลาง และพื้นฐานการดำเนินชีวิตของนักศึกษาส่วนใหญ่มีความผูกพันกับการบริโภคขนมไทย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าผู้บริโภคมีความคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีความรู้สึกต่อรูปทรงและสีสันทของผลิตภัณฑ์ในลักษณะต่าง ๆ และมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบในการวิจัยเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความคิด
2. ด้านความรู้สึก
3. ด้านการแสดงพฤติกรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ประชากร
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรสำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5,356 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี พิจารณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดสัดส่วน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยดำเนินการสุ่มตามลำดับดังนี้

1. สุ่มอำเภอมา 3 อำเภอ จากทั้งหมด 8 อำเภอ
2. สุ่มโรงเรียนมาอำเภอละ 2 โรงเรียน ได้จำนวนทั้งหมด 6 โรงเรียน
3. เลือกนักเรียนแผนวิทยาศาสตร์ จำนวน 25 คน นักเรียนแผนศิลปศาสตร์ จำนวน 25 คน รวมโรงเรียนละ 50 คน ทั้งหมด 6 โรงเรียน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบวัดทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 สอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยแบ่งออกเป็น
- 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการแสดงพฤติกรรม
- โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - 4 หมายถึง เห็นด้วย
 - 3 หมายถึง ไม่มีความคิดเห็น
 - 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 - 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบวัดทัศนคติ โดยศึกษาจากเอกสารเรื่องหลักการตลาด และจากงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยจังหวัดเชียงใหม่
2. สร้างข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการแสดงพฤติกรรม จำนวน 45 ข้อ
3. นำข้อคำถามมาสร้างแบบวัดทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างแบบมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก
4. นำแบบวัดทัศนคติเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อการตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
5. นำแบบวัดทัศนคติที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรง อุดมไพจิตรกุล อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ อาจารย์นพดล กองศิลป์ อาจารย์ชาญวิทย์ จรัสสุทธิธิศร เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด ได้ค่า (IOC) ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 จำนวน 43 ข้อ
6. นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 50 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ได้ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป จำนวน 30 ข้อ
7. นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่าสูงเพียงพอสำหรับนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ขออนุญาตผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาแต่ละแห่งเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบวัดทัศนคติจำนวน 300 ฉบับ ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 3 มีนาคม 2546 ถึงวันที่ 12 มีนาคม 2546 ได้แบบวัดทัศนคติกลับคืนมาครบทุกฉบับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

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

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยการหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง มีทัศนคติที่ดีอย่างยิ่ง
3.51 - 4.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ดี
2.51 – 3.50	หมายถึง ไม่แสดงทัศนคติ
1.51 – 2.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดี
1.00 – 1.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีอย่างยิ่ง

3. เปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มสองกลุ่มโดยใช้การทดสอบค่าที (t - test)

4. เปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มที่มากกว่าสองกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงนำมาทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีของ Tukey - Kramer Test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (บุญเชิด ภิญโญนนันทพงษ์. 2521 : 36)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร
 (บุญเชิด ภิญโญนนันทพงษ์. 2521 : 56)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละระดับยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 95)

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

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	$\sum R$	แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัดทัศนคติ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 84)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน	คะแนนของข้อคำถาม
	Y	แทน	คะแนนของข้ออื่นที่เหลือทุกข้อ

2.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดทัศนคติ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2545 : 131)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มสองกลุ่ม โดยการทดสอบค่าที่ (t – test) (บุญเชิด ภิญโญนนิตพงษ์. 2521 : 100)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2 + \left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มที่ 1 และค่าความแปรปรวนของกลุ่มที่ 2
	n_1, n_2	แทน	จำนวนคนในกลุ่มที่ 1 และจำนวนคนในกลุ่มที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มากกว่าสองกลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) (บุญเชิด ภิญโญนนิตพงษ์. 2521 : 109)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F - Distribution
	MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวน (Mean square) ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวน (Mean square) ภายในกลุ่ม

ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงนำมาทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี
ของ Tukey – Kramer Test

$$q_{TK} = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{MS_E \left[\frac{\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2}}{2} \right]}}$$

เมื่อ $\overline{X}_1$, $\overline{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2
 N_1 , N_2 แทน จำนวนสมาชิกของกลุ่มที่ 1 และจำนวนสมาชิกของกลุ่มที่ 2
 MS_E แทน Mean Square Error

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย เรื่องทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้กระทำตามลำดับความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน
S	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
N	แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
df	แทน ระดับชั้นของความเป็นอิสระ
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์การประเมินซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติที่ดีอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง	มีทัศนคติที่ดี
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง	ไม่แสดงทัศนคติ
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง	มีทัศนคติที่ไม่ดี
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง	มีทัศนคติที่ไม่ดีอย่างยิ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาแจกแจงและคำนวณค่าร้อยละ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	96	32.0
หญิง	204	68.0
2. แผนการเรียน		
แผนวิทยาศาสตร์	150	50.0
แผนศิลปศาสตร์	150	50.0
3. อาชีพผู้ปกครอง		
เกษตรกร	136	45.3
ค้าขายหรือผู้ประกอบการ	59	19.7
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	15.3
ลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ	59	19.7
รวม	300	100.0

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน มีลักษณะดังนี้

1.เพศ นักเรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิง โดยมีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 นักเรียนชายมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

2.แผนการเรียน นักเรียนที่เรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนที่เรียนแผนศิลปศาสตร์มีจำนวน 150 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50

3.อาชีพผู้ปกครอง นักเรียนมีผู้ปกครองที่มีอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุดมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคืออาชีพค้าขายหรือผู้ประกอบการมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อาชีพลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี

2.1 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

การวิเคราะห์ในตอนนี้ ผู้วิจัยนำคะแนนของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน

ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S	ระดับ
ด้านความคิด	4.19	0.38	ดี
ด้านความรู้สึก	4.18	0.37	ดี
ด้านการแสดงพฤติกรรม	4.15	0.37	ดี
รวม	4.17	0.30	ดี

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 2 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.17$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับคือ ด้านความคิด ($\bar{X} = 4.19$) ด้านความรู้สึก ($\bar{X} = 4.18$) และด้านการแสดงพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.15$)

2.2 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี เป็นรายชื่อ

การวิเคราะห์ในตอนนี้ ผู้วิจัยนำคะแนนของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายชื่อดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความคิด เป็นรายชื่อ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความคิด เป็นรายชื่อ

ด้านความคิด	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	4.21	0.62	ดี
2. ผลิตภัณฑ์สะอาดและปลอดภัย	4.30	0.56	ดี
3. ผลิตภัณฑ์มีกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย	4.15	0.61	ดี
4. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน	4.19	0.72	ดี
5. ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่	4.14	0.72	ดี
6. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.11	0.70	ดี
7. ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จดจำได้ง่าย	4.17	0.72	ดี
8. ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย	4.25	0.67	ดี
9. ราคาผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจน	4.26	0.68	ดี
10. ร้านขายผลิตภัณฑ์อยู่ในทำเลที่เหมาะสม	4.13	0.67	ดี
รวม	4.19	0.38	ดี

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 3 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความคิด เป็นรายชื่อ ทุกข้ออยู่ในระดับดี ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์สะอาดและปลอดภัย ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาสองอันดับคือ ราคาผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.26$) และราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.11$)

2.2.2 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความรู้สึก เป็นรายชื่อ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความรู้สึก เป็นรายชื่อ

ด้านความรู้สึก	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงสวยงาม	4.13	0.60	ดี
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันสดใสสะดุดตา	4.12	0.63	ดี
3. บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงทันสมัย	4.09	0.68	ดี
4. บรรจุภัณฑ์มีสีสันสวยงาม	4.15	0.68	ดี
5. ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า	4.32	0.65	ดี
6. ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์	4.39	0.64	ดี
7. นักเรียนพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.25	0.62	ดี
8. ผลิตภัณฑ์มีราคาถูก	4.17	0.71	ดี
9. ผู้ผลิตจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง	4.12	0.72	ดี
10. นักเรียนสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก	4.10	0.73	ดี
รวม	4.18	0.37	ดี

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 4 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านความรู้สึก เป็นรายชื่อ ทุกข้ออยู่ในระดับดี ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาสองอันดับคือ ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า ($\bar{X} = 4.32$) และนักเรียนพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงทันสมัย ($\bar{X} = 4.09$)

2.2.3 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านการแสดงผลพฤติกรรม เป็นรายชื่อ ปรัชญาผลดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านการแสดงผลพฤติกรรม เป็นรายชื่อ

ด้านการแสดงผลพฤติกรรม	$\bar{X}$	S	ระดับ
1. เมื่อมีงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นักเรียนจะเข้าไปชม	4.23	0.63	ดี
2. นักเรียนจะทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์	4.16	0.63	ดี
3. นักเรียนจะสอบถามแหล่งผลิตจากผู้ขาย	4.15	0.62	ดี
4. นักเรียนจะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียด	4.25	0.59	ดี
5. นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ขาย	4.12	0.65	ดี
6. นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับวิธีการผลิตจากผู้ขาย	4.17	0.66	ดี
7. นักเรียนจะพิจารณารูปทรงและสีสันทของบรรจุภัณฑ์	4.18	0.58	ดี
8. นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายจากผู้ขาย	4.08	0.66	ดี
9. นักเรียนจะพูดคุยกับผู้อื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4.09	0.65	ดี
10. นักเรียนจะชักชวนผู้อื่นให้ซื้อผลิตภัณฑ์	4.07	0.69	ดี
รวม	4.15	0.37	ดี

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ด้านการแสดงผลพฤติกรรม เป็นรายชื่อ ทุกข้ออยู่ในระดับดี ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ นักเรียนจะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียด ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาสองอันดับคือ เมื่อมีงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นักเรียนจะเข้าไปชม ($\bar{X} = 4.23$) และนักเรียนจะพิจารณารูปทรงและสีสันทของบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.18$) ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ นักเรียนจะชักชวนผู้อื่นให้ซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.07$)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี

3.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ

การวิเคราะห์ในตอนนี้ ผู้วิจัยนำค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ระหว่างนักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมาเปรียบเทียบกันโดยวิธีการทดสอบค่าที ($t - test$) โดยรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	ชาย (N = 96)		หญิง (N = 204)		t	P
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S		
ด้านความคิด	4.21	0.33	4.18	0.41	0.558 *	0.032
ด้านความรู้สึก	4.24	0.34	4.16	0.39	1.824	0.243
ด้านการแสดงพฤติกรรม	4.19	0.28	4.13	0.40	1.609 **	0.006
รวม	4.21	0.24	4.16	0.33	1.693 **	0.003

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 6 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ทัศนคติโดยรวมของนักเรียนชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 นักเรียนหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 1.693$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักเรียนชายมีทัศนคติดีกว่านักเรียนหญิงทุกด้าน โดยด้านความคิด นักเรียนมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการแสดงพฤติกรรม นักเรียนมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความรู้สึก นักเรียนมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามแผนการเรียน

การวิเคราะห์ในตอนนี ผู้วิจัยนำค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ระหว่างนักเรียนที่เรียนแผนวิทยาศาสตร์กับแผนศิลปศาสตร์มาเปรียบเทียบกัน โดยวิธีการทดสอบค่าที (t-test) โดยรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามแผนการเรียน

ทัศนคติต่อโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	แผนวิทยาศาสตร์ (N = 150)		แผนศิลปศาสตร์ (N = 150)		t	P
	X	S	X	S		
ด้านความคิด	4.21	0.42	4.17	0.35	1.103	0.193
ด้านความรู้สึก	4.17	0.38	4.19	0.37	-0.479	0.784
ด้านการแสดงพฤติกรรม	4.16	0.39	4.14	0.35	0.315	0.506
รวม	4.18	0.32	4.17	0.28	0.398	0.062

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 7 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ทัศนคติโดยรวมของนักเรียนแผนวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 นักเรียนแผนศิลปศาสตร์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 0.398$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้งสามด้านนักเรียนมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง

การวิเคราะห์ในตอนนี้ ผู้วิจัยนำค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ระหว่างนักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพเกษตรกร ค้าขายหรือผู้ประกอบการ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการมาเปรียบเทียบกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวทำการวิเคราะห์ทั้งโดยรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง

ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	อาชีพผู้ปกครอง								df	F
	เกษตรกร		ค้าขายหรือผู้ประกอบการ		ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ			
	(N = 136)		(N = 59)		(N = 46)		(N = 59)			
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S		
ด้านความคิด	4.17	0.38	4.24	0.40	4.17	0.38	4.21	0.38	299	0.617
ด้านความรู้สึก	4.19	0.40	4.22	0.37	4.12	0.35	4.18	0.34	299	0.724
ด้านการแสดงพฤติกรรม	4.15	0.35	4.18	0.35	4.12	0.43	4.14	0.38	299	0.292
รวม	4.17	0.31	4.21	0.30	4.13	0.33	4.18	0.28	299	0.634

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 9 พบว่าทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี ทัศนคติโดยรวมของนักเรียนที่ผู้ปกครองเป็นเกษตรกรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 นักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพค้าขายหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 นักเรียนที่ผู้ปกครองเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และนักเรียนที่ผู้ปกครองเป็นลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งนักเรียนมีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 0.634$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักเรียนมีทัศนคติแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง ซึ่งสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป็นความมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และยังส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้มีความยั่งยืน

ประชากร

ประชากรสำหรับสุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5,356 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 300 คน ที่เลือกมาจากประชากรโดยวิธีการสุ่มหลายขั้นตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

✓ กระดาษคำตอบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวัดทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง
 ตอนที่ 2 สอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น
 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการแสดงพฤติกรรม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ขออนุญาตผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาแต่ละแห่งเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบวัดทัศนคติจำนวน 300 ฉบับ ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 3 มีนาคม 2546 ถึงวันที่ 12 มีนาคม 2546 ได้แบบวัดทัศนคติกลับคืนมาครบทุกฉบับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

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

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างโดยการหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง มีทัศนคติที่ดีอย่างยิ่ง
3.51 - 4.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ดี
2.51 – 3.50	หมายถึง ไม่แสดงทัศนคติ
1.51 – 2.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดี
1.00 – 1.50	หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีอย่างยิ่ง

3. เปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มสองกลุ่มโดยใช้การทดสอบค่าที (t - test)

4. เปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มที่มากกว่าสองกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงนำมาทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีของ Tukey - Kramer Test

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าร้อยละ สรุปผลได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนหญิงมากกว่านักเรียนชาย นักเรียนแผนวิทยาศาสตร์มีจำนวนเท่ากับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์ นักเรียนมีผู้ปกครองเป็นเกษตรกรมากที่สุดรองลงมา คืออาชีพค้าขาย หรือผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวนเท่ากับอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ ส่วนอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลได้ว่าทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปผลได้ดังนี้

2.1 ด้านความคิด นักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์สะอาดและปลอดภัย รองลงมาสองอันดับคือ ราคาผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจนและราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2.2 ด้านความรู้สึก นักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์ รองลงมาสองอันดับคือ ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า และนักเรียนพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงทันสมัย

2.3 ด้านการแสดงพฤติกรรม นักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ นักเรียนจะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียด รองลงมาสองอันดับคือ เมื่อมีงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นักเรียนจะเข้าไปชม และนักเรียนจะพิจารณารูปทรงและสีสันทของบรรจุภัณฑ์ ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ นักเรียนจะชักชวนผู้อื่นให้ซื้อผลิตภัณฑ์

3. การเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง สรุปผลได้ดังนี้

3.1 นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความคิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความรู้สึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 นักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์มีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 นักเรียนที่ผู้ประกอบการประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี อภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านความคิดนักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดีซึ่งเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์โดยรัฐ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 5) ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์สะอาดและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2542 : 92) ซึ่งได้กล่าวว่าผู้ผลิตควรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดและปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสองคือ ราคาผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2542 : 126) ซึ่งได้กล่าวว่า ผู้ขายควรกำหนดราคาให้ชัดเจนและระบุไว้ที่ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อความสะดวกของผู้ซื้อในการตัดสินใจ ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสามคือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2543 : 120) ซึ่งได้กล่าวว่าการตั้งราคาควรพิจารณาอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์ซึ่งควรเหมาะสมกับจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2542 : 92) ซึ่งได้กล่าวว่าผู้ผลิตควรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสร้างความพึงพอใจสำหรับผู้บริโภค สาเหตุที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีอาจเป็นเพราะว่าหน่วยงานของรัฐได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนและความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ

ด้านความรู้สึกรักนักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดี ซึ่งเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์โดยรัฐ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 5) ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการจัดการศึกษา (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. 2542 : 14) ซึ่งได้กำหนดให้สถานศึกษาขั้นพื้นฐานจัดทำสาระของหลักสูตรให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการดำรงรักษาไว้ให้คงอยู่สืบไป ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสองคือ ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการจัดการศึกษา (กรมวิชาการ. 2539 : 2) ซึ่งได้กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีความค่าทางด้านจิตใจ เนื่องจากเป็นงานหัตถกรรมที่มีความประณีตงดงาม ข้อที่นักเรียนมี ทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสามคือ นักเรียนพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (อุทิส ศิริวรรณ. 2545 : 25) ซึ่งได้กล่าวว่าผู้ผลิตควรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2542 : 92) ซึ่งได้กล่าวว่าผู้ผลิตควรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีรูปทรงทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค สาเหตุที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีอาจเป็นผลมาจากนโยบายการจัดการศึกษาของชาติซึ่งได้พยายามปลูกฝังจิตสำนึกในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการสังสมมวลประสบการณ์จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และอาจมีสาเหตุจากการได้รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ โดยได้เสนอข้อมูลเกี่ยวกับงานหัตถกรรมของประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นงานฝีมือที่มีความประณีต

ด้านการแสดงพฤติกรรมนักเรียนมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับดี ซึ่งเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์โดยรัฐ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 5) ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับแรกคือ นักเรียนจะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยาพร บุญเหลือ (2539) เรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อขนมหวานเมืองเพชรบุรีของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคต้องการทราบรายละเอียด เช่น ส่วนประกอบ ชื่อผู้ผลิต และวันหมดอายุ เพื่อความสะดวกในการตัดสินใจของผู้บริโภค ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสองคือ เมื่อมีงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นักเรียนจะเข้าไปชม ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 5) ซึ่งได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เช่น จัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสามคือ นักเรียนจะพิจารณารูปทรงและสีสันทนของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (อุทิส ศิริวรรณ. 2545 : 25) ซึ่งได้กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ ควรมีรูปทรงและสีสันทนที่โดดเด่นสะดุดตาและเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ส่วนข้อที่นักเรียนมีทัศนคติที่ดีเป็นอันดับสุดท้ายคือ นักเรียนจะชักชวน

ผู้อื่นให้ซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (สุชิน นະตาปา. 2541 : 187) ซึ่งได้กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดคือการชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งการบอกปากต่อปากเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง สาเหตุที่นักเรียนมีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมที่ดี อาจเป็นเพราะว่านักเรียนมีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น การอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษารายละเอียด และอาจเกิดจากความสำเร็จของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของรัฐซึ่งสามารถทำให้นักเรียนเกิดความสนใจและมีแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น สอบถามเกี่ยวกับวิธีการผลิต และสถานที่ผลิต

2. ผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง อภิปรายผลได้ดังนี้

นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่านักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติ (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2543 : 236) ซึ่งได้กล่าวว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลอาจส่งผลให้บุคคลมีทัศนคติแตกต่างกัน เช่น นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงอาจมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความคิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่านักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติด้านความคิดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติ (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2543 : 236) ซึ่งได้กล่าวว่าความแตกต่างของพัฒนาการด้านร่างกายระหว่างชายกับหญิง อาจส่งผลให้เกิดทัศนคติด้านความคิดแตกต่างกัน ด้านความรู้สึกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่านักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติด้านความรู้สึกไม่แตกต่างกัน ด้านการแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่านักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติด้านความรู้สึกแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติ (สุชา จันทน์อม. 2542 : 244) ได้กล่าวว่าบุคคลแสดงพฤติกรรมตามความคิด เมื่อนักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีความคิดต่างกันย่อมส่งผลให้มีพฤติกรรมแตกต่างกัน สาเหตุที่นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่านักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีความสนใจในการรับรู้แตกต่างกัน เมื่อนักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีการรับรู้ที่ต่างกันจึงส่งผลให้เกิดความรู้และความคิดแตกต่างกัน เมื่อนักเรียนชายกับนักเรียนหญิงได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ก็จะเลือกรับรู้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ตนเองสนใจเท่านั้น ดังนั้นจึงส่งผลให้นักเรียนชายกับนักเรียนหญิงมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

นักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์มีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่านักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์โดยรัฐ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 5) ซึ่งได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ทำให้นักเรียนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเท่าเทียมกัน นักเรียนจึงมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะว่าเนื้อหาในหลักสูตรแผนวิทยาศาสตร์กับแผนศิลปศาสตร์ไม่ได้ส่งผลต่อทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะนักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งทำให้นักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์เกิดการรับรู้เกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเท่าเทียมกัน จึงส่งผลให้มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะว่าการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาและเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวมไม่ได้เจาะจงที่สินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ดังนั้นนักเรียนแผนวิทยาศาสตร์กับนักเรียนแผนศิลปศาสตร์จึงมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน

นักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่านักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีมากมายหลายชนิด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. 2545 : 3) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ศึกษาทัศนคติต่อสินค้าโดยรวมทุกชนิด ดังนั้นจึงส่งผลให้นักเรียนแสดงทัศนคติไม่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพ ทำให้นักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเท่าเทียมกัน จึงส่งผลให้มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะว่านักเรียนสามารถพบเห็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐจัดขึ้นเนื่องในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานพระนครคีรี งานของดีทำยาง และงานกินหอยดูนกตกหมึกชะอำ ซึ่งจากการพบเห็นสินค้าเหล่านี้ทำให้นักเรียนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเท่าเทียมกัน แม้ว่าผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันก็ตามจึงส่งผลให้นักเรียนมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะว่านักเรียนมีความเชื่อว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น และสามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับชุมชน ซึ่งส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้อาจส่งผลให้นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แม้ว่านักเรียนจะมีผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันแต่ทุกคนก็มีความคาดหวังว่าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะสามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจได้จริงตามที่หน่วยงาน

ของรัฐประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ จึงส่งผลให้นักเรียนที่ผู้ปกครองประกอบอาชีพต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะโดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัยดังนี้

1. ด้านความคิด ผู้ผลิตควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีความแปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันที่มีอยู่ในท้องตลาด และควรเลือกทำเลในการตั้งร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. ด้านความรู้สึกรู้สึก ผู้ผลิตควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรงทันสมัย และควรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม เช่น ผู้ผลิตขายผ่านผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งขายผ่านผู้ค้าปลีก และผู้ค้าปลีกสู่ผู้บริโภค

3. ด้านการแสดงผลการดำเนินงาน ผู้ผลิตและหน่วยงานราชการควรส่งเสริมให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรทำการวิจัยเรื่องทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยกำหนดประชากรเป็นบุคคลวัยทำงานเนื่องจากบุคคลวัยทำงานคือ กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์

2. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

3. ควรทำการวิจัยเรื่องทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยเจาะจงผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2539). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับหลักสูตรที่พึงประสงค์. กรุงเทพฯ :
คุรุสภาลาดพร้าว.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ :
คุรุสภาลาดพร้าว.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2545). เอกสารนโยบายหนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : เอทีเอ็นโปรดักชัน.
- จิรพร สุเมธิประสิทธิ์. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : แสงจันทร์การพิมพ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2542). กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2545). เอกสารการสอน ชุดวิชาการพัฒนาเครื่องมือ
สำหรับการประเมิน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2521). เอกสารการสอน ชุดวิชาสถิติการศึกษา. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรียาพร อนุตรโรจน์. (2543). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. (2544). พระราชดำรัส. กรุงเทพฯ : บริษัท
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- พะยอม วงศ์สารศรี. (2545). การจัดการและการวางแผนธุรกิจ กรุงเทพฯ : บริษัทศรีสยาม
พริ้นท์แอนด์แพคเกจ จำกัด.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2544). แนวทางการพัฒนาแบบหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. มปท.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเทกซ์ จำกัด.
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2540). การพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท จังหวัด
มุกดาหาร.ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมคิด พรหมจ้อย. (2541). เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสานใต้. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะ
กรรมการวิจัยแห่งชาติ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. (2545). หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเพชรบุรี.มปท.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2544). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9. กรุงเทพฯ :
คุรุสภาลาดพร้าว.
- สำอองศ์ งามวิชา. (2543). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพฯ : โอเอสพริ้นติ้งฮาส์.

- สิริพร เลิศพรกุลรัตน์. (2542). พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ในมหาวิทยาลัยจังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษวท.ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- สุชา จันทน์เอม. (2542). จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุชิน นະดาปา. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- สุรางค์ ไคว่ตระกูล. (2541). จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล พิสัยสวัสดิ์. (2539). การผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทยประเภทผ้ามัดหมี่.
กรุงเทพฯ : การศาสนา กรมการศาสนา.
- อำนวยการพร สุนทรสมัย. (2537). การศึกษาผ้าทอของจังหวัดพิษณุโลก. กรุงเทพฯ : การศาสนา
กรมการศาสนา.
- อุทิส ศิริวรรณ. (2545). การจัดการธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : บริษัทศรีสยามพริ้นท์แอนด์
แพคเกจ จำกัด.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบวัดทัศนคติ

แบบวัดทัศนคติ

เรื่อง ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง
2. แบบวัดทัศนคติแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้
 - 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.2 ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศ

- () ชาย
() หญิง

1.2 แผนการเรียน

- () แผนวิทยาศาสตร์
() แผนศิลปศาสตร์

1.3 อาชีพผู้ปกครอง

- () เกษตรกร
() ค้าขายหรือผู้ประกอบการ
() ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
() ลูกจ้างหรือพนักงานในสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 ทักษะคิดต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

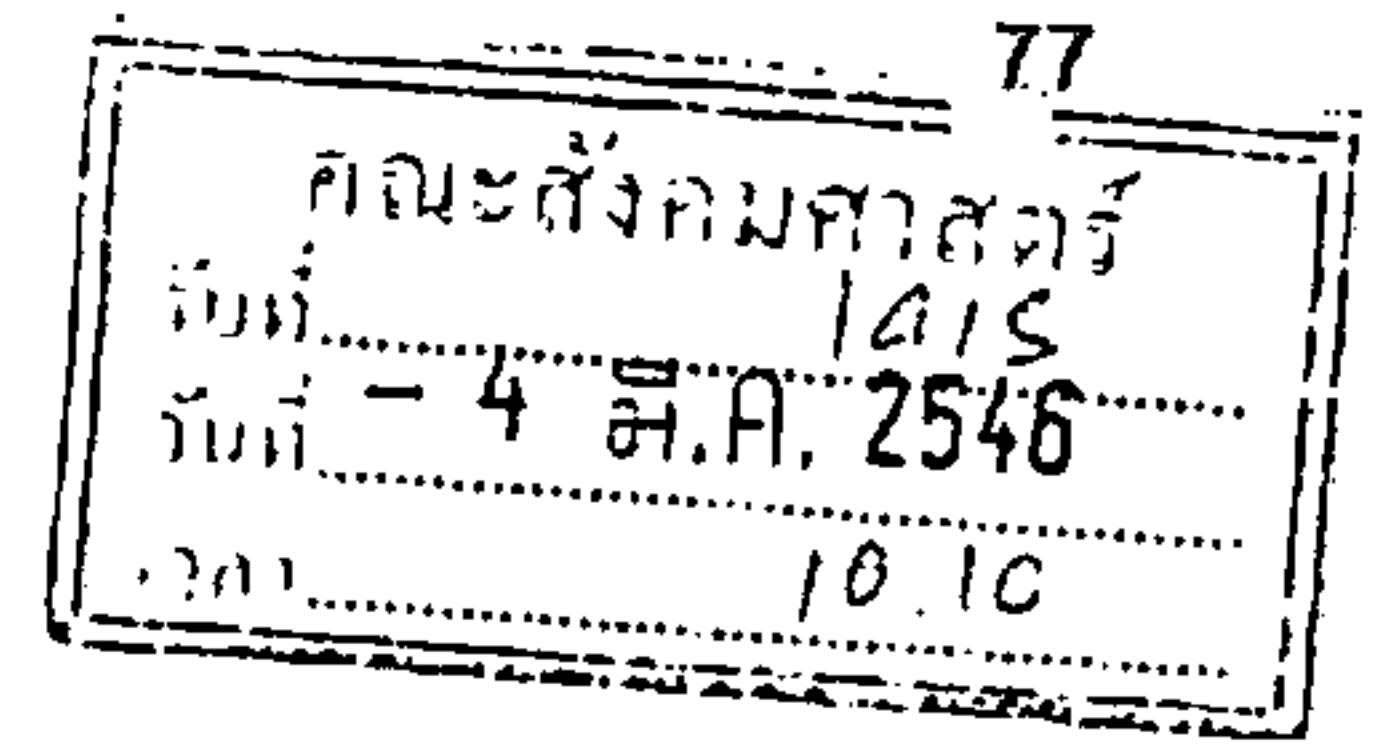
ข้อ	ข้อความ	ระดับทัศนคติ				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความ คิดเห็น	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านความคิด						
1	ผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
2	ผลิตภัณฑ์สะอาดและปลอดภัย					
3	ผลิตภัณฑ์มีกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย					
4	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน					
5	ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่					
6	ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
7	ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จดจำได้ง่าย					
8	ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย					
9	ราคาผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจน					
10	ร้านขายผลิตภัณฑ์อยู่ในทำเลที่เหมาะสม					
ด้านความรู้สึก						
1	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงสวยงาม					
2	ผลิตภัณฑ์มีสีสันสดใสสะดุดตา					
3	บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงทันสมัย					
4	บรรจุภัณฑ์มีสีสันสวยงาม					
5	ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่ทรงคุณค่า					
6	ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรอนุรักษ์					
7	นักเรียนพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
8	ผลิตภัณฑ์มีราคาถูก					
9	ผู้ผลิตจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง					
10	นักเรียนสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก					

ข้อ	ข้อความ	ระดับทัศนคติ				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความ คิดเห็น	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านการแสดงพฤติกรรม						
1	เมื่อมีงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นักเรียน จะเข้าไปชม					
2	นักเรียนจะทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์					
3	นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับแหล่งผลิตจากผู้ขาย					
4	นักเรียนจะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษา รายละเอียด					
5	นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากผู้ขาย					
6	นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับวิธีการผลิตจากผู้ขาย					
7	นักเรียนจะพิจารณารูปทรงและสีสันทของบรรจุภัณฑ์					
8	นักเรียนจะสอบถามเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายจาก ผู้ขาย					
9	นักเรียนจะพูดคุยกับผู้อื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					
10	นักเรียนจะชักชวนผู้อื่นให้ซื้อผลิตภัณฑ์					

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์



บันทึกข้อความ



ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/1651

วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล อาจารย์สิริฉฐากร ชูทรัพย์ และ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ทม 1012/ ๙๗๙

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

11 มีนาคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนป่าเต็งวิทยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือน มีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-1668882



ที่ ทม 1012/ ๒๕๖๗

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

// มีนาคม 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนอรุณประดิษฐ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ตอบแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-1668882



ที่ ทม 1012/ ๒๕๐๕

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

// มีนาคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อการศึกษาวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนชะอำคุณหญิงเนื่องบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย โดยขอให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ตอบแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-1668882



ที่ ทม 1012/ ๒๕๐๗

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ มีนาคม 2546

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนโตนดหลวงวิทยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี" โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญนนันตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ตอบแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-1668882



ที่ ทม 1012/๒๕๐๕

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

11 มีนาคม 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนป่าเต็งวิทยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ตอบแบบสอบถามทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายวสันต์ บรรลือทรัพย์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร ะหวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-1668882

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. รองศาสตราจารย์ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล
อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง
อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์สิฐฎากร ชูทรัพย์
อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. อาจารย์นพดล กองศิลป์
อาจารย์โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร (ฝ่ายประถม)
5. อาจารย์ชาญวิทย์ จรัสสุทธิธร
ศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา จังหวัดนครราชสีมา

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นายวสันต์ บรรลือทรัพย์
 วัน เดือน ปี 20 มีนาคม 2517
 ที่อยู่ปัจจุบัน 319/7 ต.ชะอำ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี
 ตำแหน่ง อาจารย์ 1 ระดับ 5
 สถานที่ทำงาน โรงเรียนป่าเต็งวิทยา ต.ป่าเต็ง อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี
 ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2535 มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนชะอำคุณหญิงเนื่องบุรี

พ.ศ. 2539 ครุศาสตรบัณฑิต (วิชาเอกอุตสาหกรรมศิลป์) สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

พ.ศ. 2546 การศึกษามหาบัณฑิต (วิชาเอกธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ