

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์และการแปลความหมายออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตั้งแต่ ตารางที่ 2 ถึง ตารางที่ 7 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 อาชีพ
- 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.6 สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของผู้บริโภค ตั้งแต่ตารางที่ 10 ถึงตารางที่ 35 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- 2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ ตั้งแต่ตารางที่ 10 ถึงตารางที่ 15
- 2.2 ด้านความคิดเห็น ตั้งแต่ตารางที่ 16 ถึงตารางที่ 20
- 2.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ตั้งแต่ตารางที่ 21 ถึงตารางที่ 36

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ เพศ รายได้ ตั้งแต่ตารางที่ 37 ถึงตารางที่ 57

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ตั้งแต่ตารางที่ 58 ถึงตารางที่ 60

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตารางที่ 2** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	117	29.3	2
หญิง	283	70.8	1
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 และเป็นเพศชายจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3

**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	30	7.5	4
21-30 ปี	214	53.6	1
31-40 ปี	99	24.8	2
41-50 ปี	43	10.8	3
50 ปีขึ้นไป	14	3.5	5
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุดจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 อายุ 41-50 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอายุ 50 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	34	8.5	4
มัธยมปลาย/ปวช.	91	22.8	2
อนุปริญญา/ปวส.	53	13.3	3
ปริญญาตรี	207	51.8	1
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.8	5
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ระดับมัธยมต้นหรือต่ำกว่า มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
นักเรียน/นักศึกษา	52	13.0	3
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	13	3.3	6
พนักงานบริษัทเอกชน	184	46.0	1
เจ้าของกิจการ	94	23.5	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	17	4.3	5
อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน	40	10.0	4
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 อาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 5,000บาท	49	12.3	5
5,001-10,000บาท	139	34.8	1
10,001-15,000บาท	61	15.3	3
15,001-20,000บาท	57	14.3	4
สูงกว่า 20,000บาท	94	23.5	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ผู้ที่มีรายได้ สูงกว่า 20,000บาท มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีจำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 15.3 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทมีจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 14.3 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

**ตารางที่ 7** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	249	62.3	1
สมรส	140	35.0	2
อื่นๆ ได้แก่ หม้าย หย่า ร้าง	11	2.8	3
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่น ๆ ได้แก่ หม้าย หย่าร้าง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

การซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
เคย	393	98.3	1
ไม่เคย	7	1.8	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมากที่สุดจำนวน 393 คิดเป็นร้อยละ 98.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ความพอใจในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
พอใจ	388	97.0	1
ไม่พอใจ	12	3.0	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พอใจในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่พอใจในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

**ส่วนที่ 2** ทศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ**

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในการรู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ความรู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
รู้จัก	398	99.5	1
ไม่รู้จัก	2	0.5	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 99.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่รู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

**ตารางที่ 11** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจจากแหล่งที่รู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

แหล่งที่รู้จัก	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
งานแสดงสินค้า	370	92.5	1
โทรทัศน์	366	91.5	2
วิทยุ	124	31.0	5
หนังสือพิมพ์	172	43.0	4
นิตยสาร	84	21.0	8
อินเทอร์เน็ต	102	25.5	7
คนอื่นแนะนำ	109	27.3	6
การให้สัมภาษณ์ของรัฐมนตรี	55	13.3	10
อบต./เทศบาล	58	14.5	9
มีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต	217	54.3	3
อื่นๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว	9	2.3	11

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจากแหล่งที่รู้จักเรียงลำดับดังนี้ งานแสดงสินค้า มีจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 โทรทัศน์ มีจำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 การมีสินค้าจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รู้จักจากหนังสือพิมพ์จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 คนอื่นแนะนำ มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อินเทอร์เน็ต มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 นิตยสาร มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อบต./เทศบาล มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และการให้สัมภาษณ์ของรัฐมนตรี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และจากแหล่งอื่นๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

**ตารางที่ 12** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในการ  
รู้จักอาหารที่เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ชนิดของอาหารที่รู้จัก	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ขนมขบเคี้ยว	289	72.3	1
ขนมไทย	248	62.0	4
ผักผลไม้แปรรูป	279	69.8	2
ประเภทน้ำพริก	262	65.5	3
อาหารปรุงสำเร็จ	185	46.3	5
อาหารแปรรูป	262	65.5	3
อื่น ๆ ได้แก่ ผลไม้ต่าง ๆ	25	6.3	6

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ขนมขบเคี้ยวมากที่สุดมีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ผักผลไม้แปรรูป มีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 ประเภทน้ำพริก และ อาหารแปรรูปมีจำนวนที่เท่ากันคือ 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ขนมไทยมีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 อาหารปรุงสำเร็จมีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 อาหารอื่น ๆ ได้แก่ ผลไม้ต่าง ๆ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3



**ตารางที่ 13** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ความรู้	ผลจากการตอบคำถาม		
	ถูก	ผิด	ลำดับที่ ของจำนวน ผู้ตอบถูก
1. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตมีในประเทศไทย	397 (99.3%)	3 (0.8%)	1
2. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องมี อย.	316 (79.0%)	84 (21.0%)	9
3. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตโดย โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่	381 (95.3%)	19 (4.8%)	5
4. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	371 (92.8%)	29 (7.3%)	6
5. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	386 (96.5%)	14 (3.5%)	4
6. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตขึ้นตามภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น	390 (97.5%)	10 (2.5%)	3
7. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตโดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	322 (80.5%)	78 (19.5%)	8
8. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตกันทุกตำบลของแต่ละจังหวัด	311 (77.8%)	89 (22.3%)	10
9. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับจังหวัด	334 (83.5%)	66 (16.5%)	7
10. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับภาค	299 (74.8%)	101 (25.3%)	12
11. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับประเทศ	292 (73.0%)	108 (27.0%)	13
12. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก	305 (76.3%)	95 (23.8%)	11
13. มผช.คือมาตรฐานที่รับรองโดยกระทรวงอุตสาหกรรม	299 (74.8%)	101 (25.3%)	12
14. อย. คือมาตรฐานที่รับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข	391	9	2

	(97.8%)	(2.3%)	
--	---------	--------	--

หมายเหตุ: คูณค่าตอบในภาคผนวก ข

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ตอบถูกต้องเรียงลำดับดังนี้ คือ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตในประเทศไทย มีจำนวนผู้ตอบถูกต้องจำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3 อย. คือมาตรฐานที่รับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 391 คนคิดเป็นร้อยละ 97.8 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นตามภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นมีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 386 คนคิดเป็นร้อยละ 96.5 และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตโดยโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับจังหวัด มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตโดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องมี อย. มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตกันทุกตำบลของแต่ละจังหวัด มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตเพื่อการส่งออก มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับภาค และ มผช.คือมาตรฐานที่รับรองโดยกระทรวงอุตสาหกรรม มีผู้ตอบถูกต้องจำนวนเท่ากันคือ 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีดาวระดับประเทศ มีผู้ตอบถูกต้องจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0

**ตารางที่ 14** แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ระดับคะแนนความรู้ความเข้าใจที่มีผู้ตอบถูกต้อง	จำนวนคนที่ได้คะแนน	ร้อยละ	ลำดับที่
5 คะแนน	1	0.3	9
6 คะแนน	1	0.3	9
7 คะแนน	4	1.0	8
8 คะแนน	11	2.8	6
9 คะแนน	42	10.5	4
10 คะแนน	85	21.3	3
11 คะแนน	131	32.8	1
12 คะแนน	101	25.3	2
13 คะแนน	16	4.0	5
14 คะแนน	8	2.0	7
รวม	400	100.0	
ค่าเฉลี่ย 10.82		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.32	

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย คะแนนเต็ม 14 คะแนน

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เรียงลำดับ ได้ดังนี้ ผู้ที่ได้ระดับคะแนนเท่ากับ 11 คะแนน มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ระดับคะแนนเท่ากับ 12 คะแนน มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ระดับคะแนนเท่ากับ 10 คะแนน มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ระดับคะแนนเท่ากับ 9 คะแนน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ระดับคะแนนเท่ากับ 13 คะแนน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ระดับคะแนนเท่ากับ 14 คะแนน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ระดับคะแนนเท่ากับ 7 คะแนน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ที่ได้ระดับคะแนนเท่ากับ 5 คะแนน มีจำนวนเท่ากับ ระดับ

คะแนน 6 คะแนน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 โดยมีค่าเฉลี่ย 10.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.32

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจึงแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 15

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยแบ่งตามช่วงคะแนน

ช่วงคะแนนความรู้ความเข้าใจ ที่มีผู้ตอบถูกต้อง	จำนวนคน	ร้อยละ	ระดับความรู้	ลำดับที่
<= 8 คะแนน	17	4.3	น้อย	3
9-11 คะแนน	258	64.5	ปานกลาง	1
12-14 คะแนน	125	31.3	มาก	2
รวม	400	100.0		

หมายเหตุ : 1.จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย คะแนนเต็ม 14 คะแนน

2.ระดับความรู้ <=8 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ที่น้อย 9-11 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ปานกลาง 12-14 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบได้คะแนน 9-11 คะแนน มีมากที่สุดจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ปานกลาง รองลงมาได้คะแนน 12-14 คะแนนมีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 จัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้มาก ได้คะแนน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 8 คะแนนมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 จัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ที่น้อย

## 2.2 ด้านความคิดเห็น

**ตารางที่ 16** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.38	เฉย ๆ	2
ด้านราคา	3.08	เฉย ๆ	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.31	เฉย ๆ	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	เห็นด้วย	1
โดยรวม	3.38	เฉย ๆ	

จากตารางที่ 16 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.38) แต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับ ได้ดังนี้คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.73) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.38) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.31) และด้านราคา (3.08)

**ตารางที่ 17** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ  
ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น			รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย			
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง กว่าสินค้าทั่วไป	142 (35.6)	154 (38.5)	104 (26.0)	400 (100)	3.11 (เฉย ๆ)	6
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติอาหาร ที่อร่อยกว่าสินค้าทั่วไป	153 (38.3)	165 (41.3)	82 (20.5)	400 (100)	3.20 (เฉย ๆ)	5
บรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี ลักษณะสวยงามกว่าสินค้า ทั่วไป	167 (41.8)	146 (36.5)	87 (21.8)	400 (100)	3.21 (เฉย ๆ)	4
ลักษณะของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สะอาด น่า ซื้อกว่าสินค้าทั่วไป	191 (47.8)	149 (37.3)	60 (15)	400 (100)	3.37 (เฉย ๆ)	3
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีสินค้าให้เลือก หลากหลาย	308 (77.0)	62 (15.5)	30 (7.5)	400 (100)	3.84 (เห็น ด้วย)	1
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะต้องผ่านการคัดสรร และได้รับรางวัล 5 ดาว	250 (62.5)	74 (18.5)	76 (19.1)	400 (100)	3.58 (เห็น ด้วย)	2
ค่าเฉลี่ยรวม					3.38 (เฉย ๆ)	

จากตารางที่ 17 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.38) ในด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงกว่าสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ด้านรสชาติอาหารที่อร่อยกว่าสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ด้านบรรจุภัณฑ์มีลักษณะสวยงามกว่าสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 ด้านสะดวกน่าซื้อกว่าสินค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ด้านมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีจำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 ด้านสินค้าที่มีคุณภาพต้องผ่านการคัดสรรและได้รับรางวัล 5 ดาว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

**ตารางที่ 18** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ  
ด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น			รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย			
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี ราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไปใน ท้องตลาด	165 (41.3)	107 (26.8)	128 (32.1)	400 (100)	3.10 (เฉย ๆ)	2
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้	221 (55.3)	103 (25.8)	76 (19.1)	400 (100)	3.42 (เฉย ๆ)	1
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี ราคาไม่สมเหตุสมผล	178 (44.5)	138 (34.5)	84 (21.1)	400 (100)	2.73 (เฉย ๆ)	3
ค่าเฉลี่ยรวม					3.38 (เฉย ๆ)	

จากตารางที่ 18 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.08) ในด้านราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปในท้องตลาด ส่วนใหญ่มีความ คิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ด้านสามารถต่อรองราคาได้ ส่วน ใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ด้านมีราคาไม่ สมเหตุสมผล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

**ตารางที่ 19** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น			รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย			
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีขายในร้านค้า ทั่วไป	207 (51.8)	70 (17.5)	123 (30.8)	400 (100)	3.21 (เฉย ๆ)	3
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีขายในซูเปอร์ มาร์เก็ต	258 (64.6)	76 (19.0)	66 (16.5)	400 (100)	3.49 (เฉย ๆ)	2
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์ สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	273 (68.3)	62 (15.5)	65 (16.3)	400 (100)	3.59 (เห็น ด้วย)	1
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ยาก	150 (37.5)	110 (27.5)	140 (35.0)	400 (100)	2.95 (เฉย ๆ)	4
ค่าเฉลี่ยรวม					3.31 (เฉย ๆ)	

จากตารางที่ 19 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบ แบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.31) ในด้านสินค้ามีขายในร้านค้าทั่วไป ส่วนใหญ่มี ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 ด้านสินค้ามีขายในซูเปอร์ มาร์เก็ต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 ด้านสินค้า มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมี



จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ด้านสินค้าหาซื้อได้ยาก ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

**ตารางที่ 20** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น			รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่
	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย			
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์	314 (78.5)	50 (12.5)	36 (9.1)	400 (100)	3.84 (เห็น ด้วย)	3
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	316 (79.1)	58 (14.5)	26 (6.6)	400 (100)	3.86 (เห็น ด้วย)	2
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทาง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร	305 (76.3)	65 (16.3)	30 (7.6)	400 (100)	3.83 (เห็น ด้วย)	4
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ไม่มีการ ส่งเสริมการขาย เช่น ลด ราคา , แคมสินค้า	163 (40.8)	108 (27.0)	129 (32.3)	400 (100)	3.08 (เฉย ๆ)	5
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง	344 (86.1)	43 (10.8)	13 (3.3)	400 (100)	4.08 (เห็น ด้วย)	1

ผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดงาน แสดงสินค้าอย่าง สม่ำเสมอ					ด้วย)	
ค่าเฉลี่ยรวม					3.73 (เห็น ด้วย)	

จากตารางที่ 20 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.73) ในด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 ด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 ด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 ด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มี การส่งเสริมการขาย เช่นลดราคาสินค้า, แคมเปญสินค้า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมี จำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 40.8 ด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้า อย่างสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีจำนวน 344 คนคิดเป็นร้อยละ 86.1

### 2.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

**ตารางที่ 21** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เคย	393	98.3	1
ไม่เคย	7	1.8	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้ามีจำนวน 393 คน คิด เป็นร้อยละ 98.3 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยซื้อสินค้ามีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

**ตารางที่ 22** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเป็นประจำ

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภท อาหาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ขนมขบเคี้ยว	284	71.00	1
ขนมไทย	213	53.25	4
ผักผลไม้แปรรูป	222	55.50	3
ประเภตน้ำพริก	232	58.00	2
อาหารปรุงสำเร็จรูป	144	36.00	6
อาหารแปรรูป	195	48.70	5
อื่น ๆ ได้แก่ ผลไม้ต่าง ๆ	10	2.50	7

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นประจำเรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือขนมขบเคี้ยว มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ประเภทน้ำพริก มีจำนวน 232 คนคิดเป็นร้อยละ 58.0 ผักผลไม้แปรรูป มีจำนวน 222 คนคิดเป็นร้อยละ 55.50 ขนมไทย มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 อาหารแปรรูป มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.70 อาหารปรุงสำเร็จ มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ ประเภทอื่น ๆ ได้แก่ ผลไม้ต่าง ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

**ตารางที่ 23** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	มาก	1

ด้านราคา	3.57	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.47	ปานกลาง	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก	3
โดยรวม	3.58	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก (3.58) แต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (3.80) ด้านราคา (3.57) ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.51) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.47)

**ตารางที่ 24** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของเหตุผล					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
วัตถุดิบที่มีคุณภาพของ สินค้า	110 (27.5)	186 (46.5)	101 (25.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	400 (100)	4.01 (มาก)	3
ความสะดวกของสินค้า	153 (38.3)	164 (41.0)	79 (19.8)	4 (1.0)	0 (0)	400 (100)	4.17 (มาก)	1
มาตรฐานรับรองคุณภาพ สินค้า	106 (26.5)	165 (41.3)	113 (28.3)	14 (3.5)	2 (0.5)	400 (100)	3.90 (มาก)	4
ความสวยงามของหีบห่อ ที่บรรจุสินค้า	30 (7.5)	127 (31.8)	213 (53.3)	28 (7.0)	2 (0.5)	400 (100)	3.39 (ปาน กลาง)	5

ตราयीหื้อของสินค้า	25 (6.3)	112 (28.0)	206 (51.5)	48 (12.0)	9 (2.3)	400 (100)	3.24 (ปาน กลาง)	6
รสชาติของสินค้า	154 (38.5)	153 (38.3)	86 (21.5)	7 (1.8)	0 (0)	400 (100)	4.13 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม							3.80 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.80) โดยมี 4 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ คือ ความสะอาดของสินค้า (4.17) รสชาติของสินค้า (4.13) วัตถุประสงค์ที่มีคุณภาพของสินค้า (4.01) และมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า (3.90) และมี 2 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสวยงามของหีบห่อที่บรรจุสินค้า (3.39) และ ตราयीหื้อของสินค้า (3.24)

**ตารางที่ 25** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคา	ระดับความสำคัญของเหตุผล					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	89 (22.3)	169 (42.3)	135 (33.8)	3 (0.8)	4 (1.0)	400 (100)	3.84 (มาก)	1
ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ	84 (21.0)	156 (39.0)	139 (34.8)	19 (4.8)	2 (0.5)	400 (100)	3.75 (มาก)	2
สามารถต่อรอง	43	125	173	47	12	400	3.35	3

ราคาสินค้าได้	(10.8)	(31.3)	(43.3)	(11.8)	(3.0)	(100)	(ปานกลาง)	
ราคาถูกกว่าสินค้า ทั่วไป	50 (12.5)	102 (25.5)	195 (48.8)	41 (10.3)	12 (3.0)	400 (100)	3.34 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม							3.57 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยมี 2 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ (3.84) ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ (3.75) และมี 2 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (3.35) และ ราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไป (3.34)

**ตารางที่ 26** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านช่อง ทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญของเหตุผล					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สามารถหาซื้อ สินค้าได้ง่าย	72 (18.0)	131 (32.8)	151 (37.8)	39 (9.8)	7 (1.8)	400 (100)	3.56 (มาก)	1
ร้านที่จำหน่ายมีที่ จอดรถ สะดวกสบาย	66 (16.5)	120 (30.0)	156 (39.0)	47 (11.8)	11 (2.8)	400 (100)	3.46 (ปานกลาง)	2
การตกแต่งร้าน	45	125	186	36	8	400	3.41	3

สวยงาม	(11.3)	(31.3)	(46.5)	(9.0)	(2.0)	(100)	(ปานกลาง)	
ค่าเฉลี่ยรวม							3.47	(ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.47) โดยมี 1 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้ ดังนี้คือ สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย (3.56) และมี 2 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ดังนี้ ร้านที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกสบาย (3.46) และ การตกแต่งร้านสวยงาม (3.41)

**ตารางที่ 27** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของเหตุผล					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	85 (21.3)	144 (36.0)	140 (35.0)	25 (6.3)	6 (1.5)	400 (100)	3.69 (มาก)	2
มีการแจกของสมนาคุณ	42 (10.5)	92 (23.0)	171 (42.8)	77 (19.3)	18 (4.5)	400 (100)	3.16 (ปานกลาง)	4
มีการลดราคาสินค้า	54	114	160	57	15	400	3.34	3

	(13.5)	(28.5)	(40.0)	(14.3)	(3.8)	(100)	(ปานกลาง)	
มีตัวอย่างสินค้าให้ชิม	99 (24.8)	179 (44.8)	94 (23.5)	20 (5.0)	8 (2.0)	400 (100)	3.85 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.51 (มาก)	

จากตารางที่ 27 พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.51) โดยมี 2 ปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือ มีตัวอย่างสินค้าให้ชิม (3.85) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (3.69) และมี 2 ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการลดราคาสินค้า (3.34) มีการแจกของสมนาคุณ (3.16)



**ตารางที่ 28** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ซื้อทุกวัน	9	2.3	6
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	45	11.3	3
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	37	9.3	5
เดือนละ 2-3 ครั้ง	47	11.8	2
เดือนละ 1 ครั้ง	37	9.3	5
ซื้อไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง	184	46.0	1
อื่น ๆ	41	10.3	4
รวม	400	100.0	

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อทุกครั้งที่พบ ซื้อทุกครั้งที่มีงานแสดงสินค้า ซื้อเมื่อมีโอกาส

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ซื้อไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ซื้อเดือนละ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 ซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เป็นอื่น ๆ ได้แก่ ซื้อทุกครั้งที่พบ ซื้อทุกครั้งที่มีงานแสดงสินค้า ซื้อเมื่อมีโอกาส มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ที่มีจำนวนเท่ากันคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง และ เดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ ซื้อทุกวัน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

**ตารางที่ 29** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแต่ละครั้ง

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแต่ละครั้ง	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 100 บาท/ครั้ง	46	11.5	5
101 บาท-200 บาท/ครั้ง	133	33.3	1
201 บาท-300 บาท/ครั้ง	73	18.3	2
301 บาท-400 บาท/ครั้ง	50	12.5	4
401 บาท-500 บาท/ครั้ง	45	11.3	6
มากกว่า500 บาท/ครั้ง	53	13.3	3
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 29 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเรียงลำดับได้ดังนี้คือ จำนวนเงิน 101 บาท-200 บาท/ครั้ง มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 จำนวนเงิน 201 บาท-300 บาท/ครั้ง มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 จำนวนเงินมากกว่า500 บาท/ครั้ง มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 จำนวนเงิน 301 บาท-400 บาท/ครั้ง มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 จำนวนเงินไม่เกิน 100 บาท/ครั้ง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ จำนวนเงิน 401 บาท-500 บาท/ครั้ง มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

**ตารางที่ 30** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่ง  
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเป็นประจำ

แหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารเป็นประจำ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
งานแสดงสินค้า	337	84.25	1
ร้านค้าปลีกทั่วไป	56	14.00	6
ซูเปอร์มาร์เกต	103	25.75	3
ร้านดีสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	94	23.50	4
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven	62	15.50	5
ร้าน OTOP Shop	118	29.50	2
อื่น ๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว	8	2.00	7

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่าแหล่งประจำที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าเรียงลำดับได้ดังนี้คือ งานแสดงสินค้า มีจำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.25 รองลงมาคือ ร้าน OTOP Shop มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ซูเปอร์มาร์เกต มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ร้านดีสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ร้านค้าปลีกทั่วไป มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และแหล่งอื่น ๆ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

**ตารางที่ 31** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านแนวโน้มในอนาคตที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

แนวโน้มในอนาคตที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวน คน	ร้อยละ	ลำดับที่
ซื้อ	396	99.0	1
ไม่ซื้อ เพราะสาเหตุได้แก่ ไม่มั่นใจคุณภาพ หาซื้อยาก ไม่มีโอกาสซื้อ	4	1.0	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในอนาคตที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร มีจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในอนาคตที่จะไม่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร โดยระบุสาเหตุได้แก่ ไม่มั่นใจคุณภาพ หาซื้อยาก ไม่มีโอกาสซื้อ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

**ตารางที่ 32** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในครั้งต่อไป

แหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในครั้งต่อไป	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
งานแสดงสินค้า	325	81.25	1
ร้านค้าปลีกทั่วไป	76	19.00	5
ซูเปอร์มาร์เกต	149	37.25	2
ร้านдисเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	149	37.25	2
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven	106	26.50	4
ร้าน OTOP Shop	131	32.75	3
อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อที่แหล่งผลิต ซื้อที่แหล่งท่องเที่ยว	12	3.00	6

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่าแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าในครั้งต่อไปเรียงลำดับได้ ดังนี้คือ งานแสดงสินค้า มีจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านдисเคาน์ ตโรร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากันคือ 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 ร้าน OTOP Shop มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ร้านค้าปลีกทั่วไป มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 แหล่งอื่น ๆ ได้แก่ ซื้ที่แหล่งผลิต ซื้ที่แหล่งท่องเที่ยว มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

**ตารางที่ 33** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัญหาที่พบในการซื้อสินค้า  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
พบปัญหา	77	19.3	2
ไม่พบปัญหา	323	80.8	1
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบปัญหาในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

**ตารางที่ 34** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัญหาที่พบในการซื้อสินค้า  
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่อร่อย	10	13.0	4
สินค้าหมดอายุ	28	36.4	1
ราคาแพง	17	22.0	3
หาซื้อยาก	22	28.6	2
รวม	77	100.0	

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้พบปัญหา 77 ราย

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาในการซื้อสินค้ามาจากสาเหตุเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ สินค้าหมดอายุ มีจำนวนผู้ตอบ 28 คน หาซื้อยาก มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 คิดเป็นร้อยละ 7.0 สินค้าราคาแพง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ไม่อร่อย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

**ตารางที่ 35** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความนิยมในอนาคตจาก  
ผู้บริโภคของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ความนิยมในอนาคตจากผู้บริโภคของสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น	339	84.8	1
ได้รับความนิยมนลดลง	15	3.8	3
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	46	11.5	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 35 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าความนิยมในอนาคตจากผู้บริโภคของ  
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น มีจำนวน 339 คน คิด  
เป็นร้อยละ 85.0 ความนิยมไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และได้รับ  
ความนิยมนลดลง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

**ตารางที่ 36** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่น  
ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในอนาคต

ความคิดที่จะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในอนาคต	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
แนะนำ	389	97.2	1
ไม่แนะนำ เพราะเหตุผล ได้แก่ สินค้าไม่มี คุณภาพ หาซื้อยาก	11	2.8	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 36 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าในอนาคตจะแนะนำสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ผู้อื่นซื้อ มีจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.2 และไม่แนะนำ เพราะเหตุผล ได้แก่  
สินค้าไม่มีคุณภาพ หาซื้อยาก มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

**ส่วนที่ 3** ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้

**3.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจหรือความเชื่อ**

**ตารางที่ 37** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

อายุ	คะแนนความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์			รวมจำนวน (ร้อยละ)
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8 คะแนน	9-11 คะแนน	12-14 คะแนน	
ไม่เกิน 20 ปี	4 (13.3)	20 (66.7)	6 (20.0)	30 (100)
21- 30 ปี	8 (3.7)	147 (68.7)	59 (27.6)	214 (100)
31 – 40 ปี	3 (3.0)	61 (61.6)	35 (35.4)	99 (100)
41 – 50 ปี	1 (2.3)	24 (55.8)	18 (41.9)	43 (100)
50 ปีขึ้นไป	1 (7.1)	6 (42.9)	7 (50.0)	14 (100)
รวม	17 (4.3)	258 (64.5)	125 (31.3)	400 (100)

หมายเหตุ: 1. คะแนนเต็มทั้งหมด 14 คะแนน

2.ระดับความรู้  $\leq 8$  คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้น้อย 9-11 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ปานกลาง 12-14 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้มาก

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 อายุ 21-30 ปี มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 อายุ 41-50 ปี มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 อายุ 50 ปีขึ้นไป มีความรู้ในระดับมากที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0



**ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอตามอาชีพ**

อาชีพ	คะแนนความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์			รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8 คะแนน	9-11 คะแนน	12-14 คะแนน	
นักเรียน/นักศึกษา	7 (13.5)	31 (59.6)	14 (26.9)	52 (100)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2 (15.4)	7 (53.8)	4 (30.8)	13 (100)
พนักงานบริษัทเอกชน	5 (2.7)	125 (67.9)	54 (29.3)	184 (100)
เจ้าของกิจการ	2 (2.1)	57 (60.6)	35 (37.2)	94 (100)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0 (0)	11 (64.7)	6 (35.3)	17 (100)
อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงาน อิสระ วางงาน	1 (2.5)	27 (67.5)	12 (30.0)	40 (100)
รวม	17 (4.3)	258 (64.5)	125 (31.3)	400 (100)

หมายเหตุ: 1. คะแนนเต็มทั้งหมด 14 คะแนน

2. ระดับความรู้  $\leq 8$  คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้น้อย 9-11 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ปานกลาง 12-14 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้มาก

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 อาชีพเจ้าของกิจการ มีความรู้ในระดับปานกลาง มากที่สุดจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 และ

อาชีพ อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5

**ตารางที่ 39** แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้

รายได้	คะแนนความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์			รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 8 คะแนน	9-11 คะแนน	12-14 คะแนน	
ไม่เกิน 5,000 บาท	2 (4.1)	35 (71.4)	12 (24.5)	49 (100)
5,001-10,000 บาท	8 (5.8)	87 (62.6)	44 (31.7)	139 (100)
10,001-15,000 บาท	3 (4.9)	45 (73.8)	13 (21.3)	61 (100)
15,001-20,000 บาท	1 (1.8)	36 (63.2)	20 (35.1)	57 (100)
สูงกว่า 20,000 บาท	3 (3.2)	55 (58.5)	36 (38.3)	94 (100)
รวม	17 (4.3)	258 (64.5)	125 (31.3)	400 (100)

หมายเหตุ

1. คะแนนเต็มทั้งหมด 14 คะแนน

2. ระดับความรู้  $\leq 8$  คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้น้อย 9-11 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้ปานกลาง 12-14 คะแนนจัดอยู่ในกลุ่มมีความรู้มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 รายได้ 5,001-10,000 บาท มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 รายได้ 10,001-15,000 บาท มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รายได้ 15,000-20,000 บาท มีความรู้ในระดับปานกลาง มากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รายได้สูงกว่า 20,000 บาท มีความรู้ในระดับปานกลางมากที่สุดจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5

### 3.2 ด้านความคิดเห็น

**ตารางที่ 40** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง กว่าสินค้าทั่วไป	3.1 (เลข ๑)	3.14 (เลข ๑)	3.03 (เลข ๑)	3.05 (เลข ๑)	3.29 (เลข ๑)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีรสชาติ อาหารที่อร่อยกว่าสินค้าทั่วไป	3.33 (เลข ๑)	3.23 (เลข ๑)	3.18 (เลข ๑)	2.98 (เลข ๑)	2.93 (เลข ๑)
บรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงามกว่าสินค้าทั่วไป	3.23 (เลข ๑)	3.33 (เลข ๑)	3.11 (เลข ๑)	2.93 (เลข ๑)	2.93 เลข ๑
ลักษณะของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สะอาด น่าซื้อกว่าสินค้าทั่วไป	3.60 (เห็น ด้วย)	3.42 (เลข ๑)	3.31 (เลข ๑)	3.12 (เลข ๑)	3.36 (เลข ๑)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีสินค้าให้ เลือกหลากหลาย	3.83 (เห็น ด้วย)	3.83 (เห็น ด้วย)	3.90 (เห็น ด้วย)	3.84 (เห็น ด้วย)	3.64 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะต้องผ่านการคัดสรรและได้รับรางวัล 5 ดาว	3.67 (เห็น ด้วย)	3.55 (เห็น ด้วย)	3.69 (เห็น ด้วย)	3.49 (เลข ๑)	3.36 (เลข ๑)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.46 (เลข ๑)	3.42 (เลข ๑)	3.37 (เลข ๑)	3.24 (เลข ๑)	3.26 (เลข ๑)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.46) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (3.83) มากที่สุด อายุ 21- 30 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.42) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (3.83) มากที่สุด อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.37) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (3.90) มากที่สุด อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.24) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (3.84) มากที่สุด และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.26) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (3.64) มากที่สุด

**ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำแนกตามอายุ**

ความคิดเห็นในด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไปในท้องตลาด	3.40 (เฉย ๆ)	3.14 (เฉย ๆ)	2.95 (เฉย ๆ)	3.05 (เฉย ๆ)	3.14 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้	3.33 (เฉย ๆ)	3.43 (เฉย ๆ)	3.45 (เฉย ๆ)	3.44 (เฉย ๆ)	3.14 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีราคาไม่สมเหตุสมผล	2.47 (ไม่เห็น)	2.75 (เฉย ๆ)	2.85 (เฉย ๆ)	2.72 (เฉย ๆ)	2.21 (ไม่เห็นด้วย)

	ด้วย)				
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.06 (เลข ๑)	3.11 (เลข ๑)	3.08 (เลข ๑)	3.07 (เลข ๑)	2.28 (ไม่เห็นด้วย)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านราคา เรียงตามลำดับได้ดังนี้ อายุไม่เกิน 20 ปี ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.06) โดยมีความคิดเห็นในระดับเลข ๑ กับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไปในท้องตลาด (3.40) มากที่สุด อายุ 21- 30 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.11) โดยมีความคิดเห็นในระดับเลข ๑ กับปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้ (3.43) มากที่สุด อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.08) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้ (3.45) อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.07) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้ (3.44) และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย (2.28) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้ (3.14)

**ตารางที่ 42** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในร้านค้าทั่วไป	2.90 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)	3.22 (เฉย ๆ)	2.81 (เฉย ๆ)	2.93 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในซูเปอร์มาร์เกต	3.17 (เฉย ๆ)	3.54 (เห็น ด้วย)	3.61 (เห็น ด้วย)	3.26 (เฉย ๆ)	3.43 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในดิสคานต์ไตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	3.00 (เฉย ๆ)	3.64 (เห็น ด้วย)	3.68 (เห็น ด้วย)	3.40 (เฉย ๆ)	3.86 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ยาก	2.70 (เฉย ๆ)	2.89 (เฉย ๆ)	3.03 (เฉย ๆ)	3.07 (เฉย ๆ)	3.64 (เห็น ด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.94 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)	3.38 (เฉย ๆ)	3.13 (เฉย ๆ)	3.46 (เฉย ๆ)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเฉย ๆ (2.94) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ กับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในซูเปอร์มาร์เกต (3.17) มากที่สุด อายุ 21- 30 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ

(3.35) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.64) มากที่สุด อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.38) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.68) อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.13) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ กับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.40) และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.46) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.14)

**ตารางที่ 43** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.93 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	3.71 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.90 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	4.07 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร	3.83 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)	3.92 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)	3.71 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา , แคมเปญ	3.07 (เฉย ๆ)	3.06 (เฉย ๆ)	3.06 (เฉย ๆ)	3.09 (เฉย ๆ)	3.36 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.07 (เห็นด้วย)	4.07 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.76 (เห็นด้วย)	3.72 (เห็นด้วย)	3.78 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.76) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย กับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.07) มากที่สุด อายุ 21- 30 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.72) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.07) มากที่สุด อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.38) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.18) อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.67) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ กับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (3.95) และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.77) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.00 )

**ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ**

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี คุณภาพสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.15 (เฉย ๆ)	3.46 (เฉย ๆ)	3.11 (เฉย ๆ)	3.00 (เฉย ๆ)	3.24 (เฉย ๆ)	3.10 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี รสชาติอาหารที่อร่อยกว่าสินค้าทั่วไป	3.11 (เฉย ๆ)	2.92 (เฉย ๆ)	3.34 (เฉย ๆ)	3.03 (เฉย ๆ)	2.88 (เฉย ๆ)	3.10 (เฉย ๆ)
บรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงามกว่าสินค้า ทั่วไป	3.35 (เฉย ๆ)	3.23 (เฉย ๆ)	3.26 (เฉย ๆ)	2.97 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)	3.33 (เฉย ๆ)
ลักษณะของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สะอาด น่าซื้อกว่าสินค้าทั่วไป	3.50 (เห็นด้วย)	3.31 (เฉย ๆ)	3.41 (เฉย ๆ)	3.22 (เฉย ๆ)	3.41 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีสินค้า ให้เลือกหลากหลาย	3.96 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็นด้วย)	3.65 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพจะต้องผ่านการคัดสรรและ ได้รับรางวัล 5 ดาว	3.37 (เฉย ๆ)	3.69 (เห็นด้วย)	3.58 (เห็นด้วย)	3.62 (เห็นด้วย)	4.24 (เห็นด้วย)	3.42 (เฉย ๆ)



ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.43 (เลข ๖)	3.39 (เลข ๖)	3.42 (เลข ๖)	3.28 (เลข ๖)	3.53 (เห็นด้วย)	3.32 (เลข ๖)
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------------	-----------------

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.43) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.96) อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.39) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.77) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.42) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.82) เจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.28) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.86) พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.53) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจะต้องผ่านการคัดสรรและได้รับรางวัล 5 ดาว (4.24) อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๖ (3.32) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.65)

**ตารางที่ 45** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นในด้านราคา	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี ราคาถูกลงกว่าสินค้าทั่วไปใน ท้องตลาด	3.15 (เฉลี่ย ๆ)	2.92 (เฉลี่ย ๆ)	3.18 (เฉลี่ย ๆ)	3.03 (เฉลี่ย ๆ)	2.94 (เฉลี่ย ๆ)	2.95 (เฉลี่ย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้	3.42 (เฉลี่ย ๆ)	3.54 (เห็นด้วย)	3.41 (เฉลี่ย ๆ)	3.55 (เห็น ด้วย)	3.18 (เฉลี่ย ๆ)	3.25 (เฉลี่ย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มี ราคาไม่สมเหตุสมผล	2.46 (เฉลี่ย ๆ)	3.23 (เฉลี่ย ๆ)	2.71 (เฉลี่ย ๆ)	2.76 (เฉลี่ย ๆ)	2.76 (เฉลี่ย ๆ)	2.95 (เฉลี่ย ๆ)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.01 (เฉลี่ย ๆ)	3.23 (เฉลี่ย ๆ)	3.10 (เฉลี่ย ๆ)	3.11 (เฉลี่ย ๆ)	2.96 (เฉลี่ย ๆ)	3.05 (เฉลี่ย ๆ)

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (3.01) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.42) อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (3.23) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.54) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (3.10) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.41) อาชีพ เจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (3.11) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.55) อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (2.96) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.18) อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างานมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉลี่ย ๆ (3.05) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.25)

**ตารางที่ 46** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขาย ในร้านค้าทั่วไป	3.00 (เลข ๑)	3.38 (เลข ๑)	3.35 (เลข ๑)	3.14 (เลข ๑)	2.65 (เลข ๑)	3.18 (เลข ๑)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขาย ในซูเปอร์มาร์เกต	3.13 (เลข ๑)	3.46 (เลข ๑)	3.66 (เห็นด้วย)	3.41 (เลข ๑)	3.24 (เลข ๑)	3.50 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขาย ในเคาน์เตอร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	3.12 (เลข ๑)	3.92 (เห็นด้วย)	3.76 (เห็นด้วย)	3.48 (เลข ๑)	3.53 (เห็นด้วย)	3.58 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หาซื้อ ได้ยาก	2.67 (เลข ๑)	2.77 (เลข ๑)	2.92 (เลข ๑)	3.04 (เลข ๑)	3.12 (เลข ๑)	3.25 (เลข ๑)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.98 (เลข ๑)	3.38 (เลข ๑)	3.42 (เลข ๑)	3.27 (เลข ๑)	3.13 (เลข ๑)	3.38 (เลข ๑)

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ ว่างาน



จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (2.98) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในซูเปอร์มาร์เกต (3.13) อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.38) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.92) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.42) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.76) อาชีพ เจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.27) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.48) อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.38) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.58) อาชีพ อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.27) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายในคิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.48)

**ตารางที่ 47** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ					
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ยแปล ผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์	3.38 (เฉย ๆ)	4.08 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)	3.66 (เห็น ด้วย)	3.88 (เห็น ด้วย)	3.90 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.77 (เห็น ด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็น ด้วย)	3.88 (เห็น ด้วย)	3.92 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทาง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร	3.83 (เห็น ด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็น ด้วย)	3.76 (เห็น ด้วย)	3.80 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มี การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา , แคมเปญ	2.87 (เฉย ๆ)	3.00 (เฉย ๆ)	3.18 (เฉย ๆ)	2.90 (เฉย ๆ)	3.24 (เฉย ๆ)	3.22 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดงานแสดงสินค้าอย่าง สม่ำเสมอ	4.10 (เห็น ด้วย)	3.85 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็น ด้วย)	4.24 (เห็น ด้วย)	3.98 (เห็น ด้วย)

ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.69 (เห็น ด้วย)	3.81 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็น ด้วย)	3.80 (เห็น ด้วย)	3.76 (เห็น ด้วย)
-----------------	------------------------	--------------------	--------------------	------------------------	------------------------	------------------------

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ วางงาน

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.69) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.10) อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.81) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร (4.00) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.79) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.11) อาชีพ เจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.63) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.06) อาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.80) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.24) อาชีพ อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ วางงานมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.76) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (3.98)

**ตารางที่ 48** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง กว่าสินค้าทั่วไป	3.16 (เฉลี่ย ๑)	3.10 (เฉลี่ย ๑)	3.25 (เฉลี่ย ๑)	3.07 (เฉลี่ย ๑)	3.02 (เฉลี่ย ๑)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีรสชาติ อาหารที่อร่อยกว่าสินค้าทั่วไป	3.22 (เฉลี่ย ๑)	3.28 (เฉลี่ย ๑)	3.31 (เฉลี่ย ๑)	3.07 (เฉลี่ย ๑)	3.06 (เฉลี่ย ๑)
บรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงามกว่าสินค้าทั่วไป	3.27 (เฉลี่ย ๑)	3.27 (เฉลี่ย ๑)	3.34 (เฉลี่ย ๑)	3.19 (เฉลี่ย ๑)	3.02 (เฉลี่ย ๑)
ลักษณะของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สะอาด น่าซื้อกว่าสินค้าทั่วไป	3.53 (เห็น ด้วย)	3.42 (เฉลี่ย ๑)	3.44 (เฉลี่ย ๑)	3.28 (เฉลี่ย ๑)	3.21 (เฉลี่ย ๑)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีสินค้าให้ เลือกหลากหลาย	3.96 (เห็น ด้วย)	3.88 (เห็น ด้วย)	3.95 (เห็น ด้วย)	3.74 (เห็น ด้วย)	3.70 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	3.53	3.61	3.46	3.72	3.54

จะต้องผ่านการคัดสรรและได้รับรางวัล 5 ดาว	(เห็นด้วย)	(เห็นด้วย)	(เห็นด้วย)	(เห็นด้วย)	(เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.44 (เลข ๑)	3.42 (เลข ๑)	3.45 (เลข ๑)	3.34 (เลข ๑)	3.26 (เลข ๑)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.44) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.96) รายได้ 5,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.42) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.88) รายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.45) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.95) รายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.34) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.74) รายได้สูงกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเลข ๑ (3.26) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (3.70)

**ตารางที่ 49** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำแนกตามรายได้



ความคิดเห็นในด้านราคา	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีราคาสูงกว่า สินค้าทั่วไปในท้องตลาด	3.29 (เฉย ๆ)	3.06 (เฉย ๆ)	3.00 (เฉย ๆ)	3.21 (เฉย ๆ)	3.06 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถ ต่อรองราคาได้	3.57 (เห็น ด้วย)	3.40 (เฉย ๆ)	3.44 (เฉย ๆ)	3.46 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีราคาไม่ สมเหตุสมผล	2.65 (เฉย ๆ)	2.76 (เฉย ๆ)	2.72 (เฉย ๆ)	2.79 (เฉย ๆ)	2.70 (เฉย ๆ)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.17 (เฉย ๆ)	3.07 (เฉย ๆ)	3.05 (เฉย ๆ)	3.15 (เฉย ๆ)	3.03 (เฉย ๆ)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.17) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.57) รายได้ 5,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.07) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.40) รายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.05) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.44) รายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.15) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.46) รายได้สูงกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ เฉย ๆ (3.03) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถต่อรองราคาได้ (3.35)

**ตารางที่ 50** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีขายใน ร้านค้าทั่วไป	2.96 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)	3.23 (เฉย ๆ)	3.16 (เฉย ๆ)	3.16 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีมีขายใน ซูเปอร์มาร์เกต	3.10 (เฉย ๆ)	3.60 (เห็น ด้วย)	3.52 (เห็น ด้วย)	3.63 (เห็น ด้วย)	3.44 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีมีขายในคิส เคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี	3.22 (เฉย ๆ)	3.63 (เห็น ด้วย)	3.54 (เห็น ด้วย)	3.72 (เห็น ด้วย)	3.66 (เห็น ด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ยาก	2.88 (เฉย ๆ)	2.83 (เฉย ๆ)	2.80 (เฉย ๆ)	3.11 (เฉย ๆ)	3.18 (เฉย ๆ)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.04 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)	3.27 (เฉย ๆ)	3.40 (เฉย ๆ)	3.35 (เฉย ๆ)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.04) โดยมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขายในดิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.22) รายได้ 5,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.35) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขายในดิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.63) รายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.27) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขายในดิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.54) รายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.40) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขายในดิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.72) รายได้สูงกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเฉย ๆ (3.35) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขายในดิสเคาน์สโตร์ เช่น แมคโคร โลตัส บิ๊กซี (3.66)

**ตารางที่ 51** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นในด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.94 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.86 (เห็นด้วย)	3.88 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	3.86 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร	3.90 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	3.76 (เห็นด้วย)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา , แคมเปญสินค้า	3.04 (เฉย ๆ)	3.14 (เฉย ๆ)	2.98 (เฉย ๆ)	3.19 (เฉย ๆ)	2.98 (เฉย ๆ)
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.04 (เห็นด้วย)	4.04 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)	4.12 (เห็นด้วย)	4.13 (เห็นด้วย)

	ด้วย)	ด้วย)	ด้วย)	ด้วย)	ด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.75 (เห็น ด้วย)	3.76 (เห็น ด้วย)	3.74 (เห็น ด้วย)	3.72 (เห็น ด้วย)	3.69 (เห็น ด้วย)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.75) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.04) มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.76) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.04) รายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.74) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.11) รายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.72) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.12) รายได้สูงกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.69) โดยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการจัดงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.13)



### 3.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

**ตารางที่ 52** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำแนกตามอายุ

ความถี่ในการซื้อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	อายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปี ขึ้นไป	จำนวน (ร้อยละ)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทุกวัน	1 (3.3)	5 (2.3)	2 (2.0)	0 (0)	1 (7.1)	9 (2.3)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	6 (20.0)	22 (10.3)	11 (11.1)	4 (9.3)	2 (14.3)	45 (11.3)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	3 (10.0)	20 (9.3)	7 (7.1)	7 (16.3)	0 (0)	37 (9.3)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	0	25	13	7	2	47



ไม่เกิน 100 บาท	8 (26.7)	22 (10.3)	8 (8.1)	5 (11.6)	3 (21.4)	46 (11.5)
101-200 บาท	10 (33.3)	74 (34.6)	33 (33.3)	13 (30.2)	3 (21.4)	133 (33.3)
201-300 บาท	6 (20.0)	46 (21.5)	16 (16.2)	2 (4.7)	3 (21.4)	73 (18.3)
301-400 บาท	1 (3.3)	24 (11.2)	16 (16.2)	7 (16.3)	2 (14.3)	50 (12.5)
401-500 บาท	2 (6.7)	24 (11.2)	11 (11.1)	7 (16.3)	1 (7.1)	45 (11.3)
มากกว่า 500 บาท	3 (10.0)	24 (11.2)	15 (15.2)	9 (20.9)	2 (14.3)	53 (13.3)
รวม	30 (100)	214 (100)	99 (100)	43 (100)	14 (199)	400 (100)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้เงินในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมากที่สุด เรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้เงินจำนวนไม่เกิน 101-200 บาท/ครั้ง มีจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 21-30ปี ใช้เงิน จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มีจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 34.6 อายุ 31-40ปี ใช้เงิน จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 41-50ปี ใช้เงินจำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มีจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 30.2 อายุ 50ปีขึ้นไป ใช้เงินจำนวนไม่เกิน 100 บาท/ครั้ง 101-200 บาท/ครั้ง และ 201-300 บาท /ครั้ง มีจำนวนเท่ากันคือ 3 คนคิดเป็นร้อยละ 21.4

**ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำแนกตามอาชีพ**

ความถี่ในการซื้อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	อาชีพ						รวม จำนวน (ร้อยละ)
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ	
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน(ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ชื่อทุกวัน	1	0	6	2	0	0	9

	(1.9)	(0)	(3.3)	(2.1)	(0)	(0)	(2.3)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	10	0	22	9	0	4	45
	(19.2)	(0)	(12.0)	(9.6)	(0)	(10.0)	(11.3)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	6	0	15	13	2	1	37
	(11.5)	(0)	(8.2)	(13.8)	(11.8)	(2.5)	(9.3)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	3	2	22	15	2	3	47
	(5.8)	(15.4)	(12.0)	(16.0)	(11.8)	(7.5)	(11.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	5	0	18	11	1	2	37
	(9.6)	(0)	(9.8)	(11.7)	(5.9)	(5.0)	(9.3)
ซื้อไม่บ่อย/นานๆครั้ง	22	9	83	33	12	25	184
	(42.3)	(69.2)	(45.1)	(35.1)	(70.6)	(62.5)	(46.0)
อื่นๆ	5	2	18	11	0	5	41
	(9.6)	(15.4)	(9.8)	(11.7)	(0)	(12.5)	(10.3)
รวม	52	13	184	94	17	40	400
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ วางงาน

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารมากที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้คือ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 42.3 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการซื้อไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 69.2 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 45.1 อาชีพเจ้าของกิจการมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 35.1 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 70.6 อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้าง ทำงานอิสระ วางงานมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 62.5



**ตารางที่ 55** แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแต่ละครั้งจำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ แต่ละครั้ง	อาชีพ						รวม จำนวน (ร้อยละ)
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 บาท	8 (15.4)	1 (7.7)	14 (7.6)	12 (12.8)	4 (23.5)	7 (17.5)	46 (11.5)
101-200 บาท	19 (36.5)	4 (30.8)	64 (34.8)	23 (24.5)	6 (35.3)	17 (42.5)	133 (33.3)
201-300 บาท	13 (25.0)	2 (15.4)	40 (21.7)	8 (8.5)	1 (5.9)	9 (22.5)	73 (18.3)
301-400 บาท	3 (5.8)	2 (15.4)	23 (12.5)	19 (20.2)	1 (5.9)	2 (5.0)	50 (12.5)
401-500 บาท	5 (9.6)	2 (15.4)	23 (12.5)	9 (9.6)	2 (11.8)	4 (10.0)	45 (11.3)
มากกว่า 500 บาท	4	2	20	23	3	1	53



ซื้อทุกวัน	2 (4.1)	2 (1.4)	3 (4.9)	0 (0)	2 (2.1)	9 (2.3)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	3 (6.1)	19 (13.7)	6 (9.8)	6 (10.5)	11 (11.7)	45 (11.3)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	4 (8.2)	11 (7.9)	6 (9.8)	8 (14.0)	8 (8.5)	37 (9.3)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	2 (4.1)	13 (9.4)	7 (11.5)	11 (19.3)	14 (14.9)	47 (11.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	3 (6.1)	10 (7.2)	6 (9.8)	10 (17.5)	8 (8.5)	37 (9.3)
ซื้อไม่บ่อย/นานๆครั้ง	31 (63.3)	70 (50.4)	25 (41.0)	16 (28.1)	42 (44.7)	184 (46.0)
อื่นๆ	4 (8.2)	14 (8.2)	8 (13.1)	6 (10.5)	9 (9.6)	41 (10.3)
รวม	49 (100)	139 (100)	61 (100)	57 (100)	94 (100)	400 (100)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รายได้ 5,0001-10,000 บาทมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้งมากที่สุดมีจำนวน 70 คิดเป็นร้อยละ 50.4 รายได้ 10,0001-15,000 บาทมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้งมากที่สุดมีจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 41.0 รายได้ 15,0001-20,000 บาทมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 28.1 รายได้สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไปมีความถี่ในการซื้อ ไม่บ่อย/นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 42 คนคิดเป็นร้อยละ 44.7

**ตารางที่ 57** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ แต่ละครั้ง	รายได้					รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 100 บาท	14 (28.6)	14 (10.1)	4 (6.6)	7 (12.3)	7 (7.4)	46 (11.5)
101-200 บาท	16 (32.7)	54 (38.8)	25 (41.0)	13 (22.8)	25 (26.6)	133 (33.3)
201-300 บาท	14 (28.6)	26 (18.7)	9 (14.8)	8 (14.0)	16 (17.0)	73 (18.3)
301-400 บาท	1 (2.0)	15 (10.8)	8 (13.1)	13 (22.8)	13 (13.8)	50 (12.5)
401-500 บาท	2 (4.1)	13 (9.4)	9 (14.8)	13 (22.8)	8 (8.5)	45 (11.3)
มากกว่า 500 บาท	2 (4.1)	17 (12.2)	6 (9.8)	3 (5.3)	25 (26.6)	53 (13.3)
รวม	49	139	61	57	94	400

(100) (100) (100) (100) (100) (100)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ใช้เงินในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รายได้ 5,001-10,000 บาท ใช้เงินในการซื้อ จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รายได้ 10,001-15,000 บาท ใช้เงินในการซื้อ จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รายได้ 15,001-20,000 บาท ใช้เงินในการซื้อ จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง จำนวน 301-400 บาท/ครั้ง มากกว่า 500 บาท/ครั้ง และ 401-500 บาท/ครั้ง มีจำนวนที่เท่ากันคือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รายได้สูงกว่า 20,000 บาท ใช้เงินในการซื้อ จำนวน 101-200 บาท/ครั้ง มากที่สุดมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตารางที่ 58** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

หัวข้อ	จำนวนคน	ร้อยละ
ปัญหา	25	6.3
ข้อเสนอแนะ	20	5.0

หมายเหตุ: เป็นคำถามปลายเปิดคำนวณร้อยละจากขนาดตัวอย่าง 400 ราย

จากตารางที่ 58 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นด้านปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และมีผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

**ตารางที่ 59** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ปัญหา	จำนวนคน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์		
สินค้ามีคุณภาพต่ำ	7	28.0
สินค้าหมดอายุ	5	20.0
พบเชื้อราในอาหารบางชนิด	2	8.0

<u>ด้านราคา</u>		
ราคาสินค้าแพง	4	16.0
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	1	4.0
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u>		
สินค้าหาซื้อได้ยาก	3	12.0
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>		
การประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร	2	8.0
การประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป	1	4.0

หมายเหตุ: เป็นคำถามปลายเปิดคำนวณร้อยละจากผู้ที่แสดงความคิดเห็นจำนวน 25 ราย

จากตารางที่ 59 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ พบปัญหาในเรื่องสินค้ามีคุณภาพต่ำมากที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาสินค้าหมดอายุ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และพบเชื้อราในอาหารบางชนิด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ด้านราคาพบปัญหาในเรื่องราคาสินค้าแพงมากที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รองลงมาราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบปัญหาในเรื่องสินค้าหาซื้อได้ยาก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ด้านการส่งเสริมการตลาดพบปัญหาในเรื่องการประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากรมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รองลงมาการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>		
ควรรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน	6	30.0
ควรมีการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และแตกต่างกัน	4	20.0
<u>ด้านราคา</u>		
ควรมีการควบคุมราคาให้เหมาะสม	3	15.0

<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u> การวางจำหน่ายสินค้าควรให้สามารถหาซื้อได้ง่าย	5	25.0
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u> เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ควรมีมากกว่านี้และควรทำอย่างต่อเนื่อง	2	10.0

หมายเหตุ: เป็นคำถามปลายเปิดคำนวณร้อยละจากผู้ที่แสดงความคิดเห็นจำนวน 20 ราย

จากตารางที่ 60 พบว่าข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องควรรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ควรมีการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และแตกต่างกันบ้างมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ด้านราคาเกี่ยวกับเรื่องควรมีการควบคุมราคาให้เหมาะสมมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับการวางจำหน่ายสินค้าควรให้สามารถหาซื้อได้ง่ายมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ควรมีมากกว่านี้และควรทำอย่างต่อเนื่องมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved