

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม เป็นรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม

4.2 เพื่อสร้างคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.3 เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.4 เพื่อประเมินคู่มือ และรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย ตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็น 4 ตอนดังนี้

ผลการวิจัยตอนที่ 1: วิเคราะห์ตัวแปรเพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือชุดแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากข้อสรุปที่มีการบูรณาการ 3 ส่วน คือ 1) จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ ด้าน OTOP และ 3) และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผลสรุปได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อสรุปกรอบแนวคิดประเด็นด้านความสำเร็จ

ด้าน	จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ประกอบการ OTOP	สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ
การตลาด	✓	✓	✓
การเงิน หรือเงินทุน	✓	✓	✓
การบริหารจัดการ	✓	✓	✓
การผลิต	✓	✓	✓
กระบวนการภายนอกธุรกิจ	✓	✓	✓
ผู้นำ	✓	✓	✓
แรงงาน	✓	✓	✓
ความเข้มแข็งของชุมชน	✓	✓	✓
การพัฒนาผลิตภัณฑ์		✓	✓

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากรอบแนวคิดประเด็นด้านความสำเร็จจากข้อสรุปที่มีการบูรณาการ 3 ส่วนคือ 1) จากทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการด้าน OTOP และ 3) และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ มีอยู่ 9 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการเงินหรือเงินทุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงนำไปสร้างข้อคำถาม เพื่อทำการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) ได้ดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.92 ซึ่งมากกว่า 0.5 เหมาะที่จะนำไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนกระจายอยู่ทุกภาคทั่วประเทศ ได้ค่าความเชื่อมั่น (reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวมมีค่า 0.94 จากนั้นไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาพรวม ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับ 5 ดาว ปี พ.ศ.2559 ทั่วประเทศ จำนวน 2,564 ราย โดยในการนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างทั่วประเทศที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 ราย และเพิ่มในส่วนของกลุ่มตัวอย่างประเภทเครื่องดื่มอีก 25 ราย ฉะนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 360 ราย แผนการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) และใช้วิธีการกำหนดจำนวนเป็นแบบโควตา เพื่อให้ได้จำนวนตามสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และในแต่ละจำนวนใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากนั้นนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.	เพศ		
	- ชาย	104	28.89
	- หญิง	256	71.11
	รวม	360	100.00
2.	อายุ		
	- ต่ำกว่า 30 ปี	33	9.17
	- ระหว่าง 31 – 40 ปี	82	22.78
	- ระหว่าง 41 – 50 ปี	151	41.94
	- 51 ปีขึ้นไป	94	26.11
	รวม	360	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3.	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรฯ - เครื่องดื่ม - อาหาร - ผ้าและเครื่องแต่งกาย - ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก - สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	50 124 126 34 26	13.89 34.45 35.00 9.44 7.22
	รวม	360	100.00
4.	พื้นที่ตั้งสถานประกอบการของท่านอยู่ภาคใด - เหนือ - กลาง - ตะวันออกเฉียงเหนือ - ใต้	81 106 124 49	22.50 29.44 34.45 13.61
	รวม	360	100.00
5.	ประเภทผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ - กลุ่มผู้ผลิตชุมชน - ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของคนเดียว - ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)	129 209 22	35.83 58.06 6.11
	รวม	360	100.00
6.	เคยมีประสบการณ์ในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรรฯ - มี - ไม่มี	340 20	94.44 5.56
	รวม	360	100.00
7.	ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ - ต่ำกว่า 10 ปี - ระหว่าง 11 – 20 ปี - 21 ปีขึ้นไป	183 143 34	50.83 39.72 9.45
	รวม	360	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 256 คน (ร้อยละ 71.11) ส่วนเพศชาย มีจำนวน 104 คน (ร้อยละ 28.89)

เมื่อพิจารณาอายุ พบว่า มากที่สุดได้แก่ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 151 คน (ร้อยละ 41.94) รองลงมาได้แก่ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 94 คน (ร้อยละ 26.11) น้อยที่สุดได้แก่ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 33 คน (ร้อยละ 9.17)

เมื่อพิจารณาประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรฯ พบว่า มากที่สุดได้แก่ ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย จำนวน 126 คน (ร้อยละ 35.00) รองลงมาได้แก่ ประเภทอาหาร จำนวน 124 คน (ร้อยละ 34.45) น้อยที่สุดได้แก่ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 26 คน (ร้อยละ 7.22)

เมื่อพิจารณาพื้นที่ตั้งสถานประกอบการ พบว่า มากที่สุดได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 124 คน (ร้อยละ 34.45) รองลงมาได้แก่ ภาคกลาง 106 คน (ร้อยละ 29.44) น้อยที่สุดได้แก่ภาคใต้ จำนวน 49 คน (ร้อยละ 13.61)

เมื่อพิจารณาประเภทผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ พบว่า มากที่สุดได้แก่ ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว จำนวน 209 คน (ร้อยละ 58.06) รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน จำนวน 129 คน (ร้อยละ 35.83) น้อยที่สุดได้แก่ ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SME) จำนวน 22 คน (ร้อยละ 6.11)

เมื่อพิจารณาเคยมีประสบการณ์ในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรรฯ พบว่า มากที่สุดได้แก่ มีประสบการณ์ จำนวน 340 คน (ร้อยละ 94.44) น้อยที่สุดได้แก่ ไม่มีประสบการณ์ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.56)

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า มากที่สุดได้แก่ ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 183 คน (ร้อยละ 50.83) รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 11-20 ปี จำนวน 143 คน (ร้อยละ 39.72) น้อยที่สุดได้แก่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน (ร้อยละ 9.45)

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นสภาพปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมแปลความหมาย ดังตารางที่ 4.3

โดยกำหนดให้ ปัจจัยด้านการตลาด (ข้อที่ 1-10) ปัจจัยด้านการเงิน หรือเงินทุน (ข้อที่ 11-15) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (ข้อที่ 16-22) ปัจจัยด้านการผลิต (ข้อที่ 23-31) ปัจจัยด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ (ข้อที่ 32-37) ปัจจัยด้านผู้นำ (ข้อที่ 38-46) ปัจจัยด้านแรงงาน (ข้อที่ 47-50) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน (ข้อที่ 51-60) และปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อที่ (61-65)

ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1.	ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการตลาด	4.36	0.789	เห็นด้วยมาก
2.	ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการออกแบบตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์	4.08	0.803	เห็นด้วยมาก
3.	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	3.97	0.878	เห็นด้วยมาก
4.	มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย	4.28	0.640	เห็นด้วยมาก
5.	มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	4.32	0.620	เห็นด้วยมาก
6.	รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าจะต้องเพิ่มขึ้น	4.24	0.624	เห็นด้วยมาก
7.	มีความต่อเนื่องของตลาดทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ	4.29	0.667	เห็นด้วยมาก
8.	โอกาสทางการตลาด สามารถส่งออกสู่สากล	4.13	0.796	เห็นด้วยมาก
9.	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ และมาตรฐานสากลเชิงการค้า	4.16	0.722	เห็นด้วยมาก
10.	มีการวางแผนการตลาดและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย	4.21	0.730	เห็นด้วยมาก
11.	ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินหรือการลงทุน	4.14	0.697	เห็นด้วยมาก
12.	มีการวางแผนด้านการเงินก่อนการลงทุน	4.17	0.700	เห็นด้วยมาก
13.	มีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย อย่างเป็นระบบ	4.10	0.793	เห็นด้วยมาก
14.	มีแหล่งเงินทุนภาครัฐ/เอกชนที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอ	3.85	1.040	เห็นด้วยมาก
15.	มีระบบการจัดทำบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้	4.14	0.778	เห็นด้วยมาก
16.	มีระบบการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตสู่ตลาด	4.13	0.744	เห็นด้วยมาก
17.	มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.26	0.678	เห็นด้วยมาก
18.	มีความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ	4.20	0.702	เห็นด้วยมาก
19.	มีความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า	4.19	0.681	เห็นด้วยมาก
20.	การควบคุมคุณภาพสินค้าต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน	4.45	0.604	เห็นด้วยมาก*
21.	ดำเนินการเองโดยเจ้าของกิจการ	4.24	0.670	เห็นด้วยมาก
22.	มีความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ	4.22	0.737	เห็นด้วยมาก
23.	วัตถุดิบที่ใช้มาจากภายในประเทศทั้งหมด	4.31	0.697	เห็นด้วยมาก
24.	มีการกำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า	4.39	0.641	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
25.	ศักยภาพการผลิต สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม	4.27	0.658	เห็นด้วยมาก
26.	ผลิตภัณฑ์จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.39	0.623	เห็นด้วยมาก
27.	มีความสามารถในการวางแผนด้านวัตถุดิบ	4.26	0.641	เห็นด้วยมาก
28.	ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจด้านการผลิต	4.31	0.631	เห็นด้วยมาก
29.	มีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ	4.30	0.645	เห็นด้วยมาก
30.	มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต	4.06	0.925	เห็นด้วยมาก
31.	ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับปัจจัยการผลิต	4.23	0.704	เห็นด้วยมาก
32.	ผู้ประกอบการได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้	4.27	0.621	เห็นด้วยมาก
33.	ได้รับการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	0.726	เห็นด้วยมาก
34.	ได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมการขาย	4.22	0.730	เห็นด้วยมาก
35.	มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน	4.20	0.759	เห็นด้วยมาก
36.	บุคลากรภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการทำงาน	4.19	0.775	เห็นด้วยมาก
37.	บุคลากรภาครัฐเป็นที่ปรึกษา	4.13	0.805	เห็นด้วยมาก
38.	ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเกิดจากความสามารถของผู้นำ	4.22	0.689	เห็นด้วยมาก
39.	มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน	4.27	0.684	เห็นด้วยมาก
40.	ผู้นำมีความสามารถในการมองการณ์ไกล	4.28	0.666	เห็นด้วยมาก
41.	มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐได้เป็นอย่างดี	4.21	0.738	เห็นด้วยมาก
42.	เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.28	0.668	เห็นด้วยมาก
43.	มีการควบคุมและติดตามผลการทำงาน	4.25	0.655	เห็นด้วยมาก
44.	มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน	4.29	0.697	เห็นด้วยมาก
45.	มีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจ	4.34	0.648	เห็นด้วยมาก
46.	มีความสามารถในการสร้างขวัญกำลังใจ	4.29	0.650	เห็นด้วยมาก
47.	มีการจ้างงานในสัดส่วนที่เหมาะสม	4.22	0.682	เห็นด้วยมาก
48.	มีความพร้อมในด้านแรงงาน	4.23	0.720	เห็นด้วยมาก
49.	แรงงานเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญในการทำงาน	4.22	0.653	เห็นด้วยมาก
50.	แรงงานให้ความร่วมมือและมีความสามัคคี	4.25	0.637	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
51.	มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ	4.38	0.689	เห็นด้วยมาก
52.	มีการศึกษาดูงานจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ	4.17	0.726	เห็นด้วยมาก
53.	มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	4.14	0.740	เห็นด้วยมาก
54.	มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม	4.14	0.747	เห็นด้วยมาก
55.	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิทยาการใหม่ๆ	4.09	0.767	เห็นด้วยมาก
56.	ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม	4.08	0.813	เห็นด้วยมาก
57.	มีการเยี่ยมเยียนจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน	4.06	0.814	เห็นด้วยมาก
58.	ภาครัฐให้การส่งเสริมด้านภาษี	3.97	0.892	เห็นด้วยมาก
59.	แรงงาน/ทุน ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน	4.14	0.862	เห็นด้วยมาก
60.	ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.09	0.809	เห็นด้วยมาก
61.	มีการสร้างความแตกต่างของสินค้าที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว	4.27	0.675	เห็นด้วยมาก
62.	ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา	4.34	0.616	เห็นด้วยมาก
63.	มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งรูปแบบสีสันทันและลวดลาย	4.28	0.718	เห็นด้วยมาก
64.	ผลิตภัณฑ์เป็นที่ดึงดูดและน่าสนใจของตลาด	4.27	0.696	เห็นด้วยมาก
65.	มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐานสากล	4.21	0.724	เห็นด้วยมาก
รวม		4.22	0.402	เห็นด้วยมาก

* ค่าเฉลี่ยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละปัจจัยจากจำนวน 65 ข้อ มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.85 ถึง 4.45 ความเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 0.604 ถึง 1.040 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การควบคุมคุณภาพสินค้าต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) ผลิตภัณฑ์จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ ส่วนสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด มีแหล่งเงินทุนภาครัฐ/เอกชน ที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และเมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่า มีสภาพความคิดเห็นเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22)

1.3 สภาพปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม โดยใช้สถิติหาค่าการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

สำหรับในการศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ ด้วยการสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีแกนหลัก (Principal Component) ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

- I1 แทน มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย
- I2 แทน มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
- I3 แทน รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าจะต้องเพิ่มขึ้น
- I4 แทน มีความต่อเนื่องของตลาดทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ
- I5 แทน โอกาสทางการตลาด สามารถส่งออกสู่สากล
- I6 แทน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ และมาตรฐานสากลเชิงการค้า
- I7 แทน มีการวางแผนการตลาดและมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
- I8 แทน ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินหรือการลงทุน
- I9 แทน มีการวางแผนด้านการเงินก่อนการลงทุน
- I10 แทน มีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย อย่างเป็นระบบ
- I11 แทน มีระบบการจัดทำบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้
- I12 แทน มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
- I13 แทน มีความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ
- I14 แทน มีความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า
- I15 แทน การควบคุมคุณภาพสินค้าต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- I16 แทน ดำเนินการเองโดยเจ้าของกิจการ
- I17 แทน มีความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ
- I18 แทน มีการกำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า
- I19 แทน ศักยภาพการผลิต สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม
- I20 แทน มีความสามารถในการวางแผนด้านวัตถุดิบ
- I21 แทน มีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ
- I22 แทน มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต
- I23 แทน ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับปัจจัยการผลิต
- I24 แทน ผู้ประกอบการได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้
- I25 แทน ได้รับการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย
- I26 แทน ได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมการขาย
- I27 แทน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน
- I28 แทน บุคลากรภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการทำงาน
- I29 แทน บุคลากรภาครัฐเป็นที่ปรึกษา
- I30 แทน ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเกิดจากความสามารถของผู้นำ
- I31 แทน มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน

- 132 แทน มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐได้เป็นอย่างดี
- 133 แทน เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- 134 แทน มีการควบคุมและติดตามผลการทำงาน
- 135 แทน มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน
- 136 แทน มีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจ
- 137 แทน มีความสามารถในการสร้างขวัญกำลังใจ
- 138 แทน มีการจ้างงานในสัดส่วนที่เหมาะสม
- 139 แทน มีความพร้อมในด้านแรงงาน
- 140 แทน แรงงานเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญในการทำงาน
- 141 แทน แรงงานให้ความร่วมมือและมีความสามัคคี
- 142 แทน มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ
- 143 แทน มีการศึกษาดูงานจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ
- 144 แทน มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
- 145 แทน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม
- 146 แทน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิทยาการใหม่ๆ
- 147 แทน ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม
- 148 แทน มีการเยี่ยมเยียนจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน
- 149 แทน แรงงาน/ทุน ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน
- 150 แทน ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
- 151 แทน มีการสร้างความแตกต่างของสินค้าที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว
- 152 แทน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา
- 153 แทน มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งรูปแบบสีสันทันและลวดลาย
- 154 แทน ผลิตภัณฑ์เป็นที่ดึงดูดและน่าสนใจของตลาด
- 155 แทน มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐานสากล

1.4 สภาพปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จ

ผลการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม แสดงตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัจจัยข้อ	I34	I35	I36	I37	I38	I39	I40	I41
I1	.314**	.320**	.272**	.267**	.191**	.293**	.273**	.366**
I2	.310**	.276**	.301**	.224**	.265**	.242**	.298**	.279**
I3	.157**	.151**	.224**	.186**	.125*	.167**	.295**	.275**
I4	.300**	.258**	.220**	.280**	.255**	.280**	.292**	.343**
I5	.340**	.261**	.285**	.292**	.248**	.363**	.296**	.307**
I6	.317**	.297**	.304**	.249**	.214**	.285**	.330**	.333**
I7	.291**	.247**	.245**	.244**	.222**	.274**	.302**	.295**
I8	.339**	.314**	.299**	.332**	.237**	.343**	.351**	.294**
I9	.359**	.318**	.244**	.275**	.142**	.301**	.368**	.314**
I10	.409**	.262**	.348**	.406**	.280**	.332**	.379**	.366**
I11	.341**	.311**	.310**	.362**	.216**	.311**	.242**	.239**
I12	.304**	.294**	.346**	.287**	.240**	.312**	.395**	.315**
I13	.364**	.320**	.318**	.377**	.271**	.263**	.380**	.375**
I14	.383**	.350**	.343**	.378**	.305**	.363**	.387**	.370**
I15	.423**	.357**	.366**	.333**	.311**	.357**	.402**	.417**
I16	.365**	.365**	.297**	.369**	.406**	.396**	.418**	.371**
I17	.319**	.240**	.213**	.353**	.322**	.394**	.406**	.341**
I18	.322**	.344**	.312**	.367**	.304**	.343**	.344**	.396**
I19	.312**	.264**	.267**	.300**	.272**	.273**	.290**	.329**
I20	.386**	.291**	.269**	.315**	.329**	.358**	.290**	.352**
I21	.455**	.352**	.352**	.388**	.423**	.374**	.429**	.389**
I22	.349**	.295**	.252**	.326**	.281**	.320**	.317**	.322**
I23	.314**	.300**	.268**	.324**	.279**	.252**	.279**	.312**
I24	.402**	.393**	.412**	.453**	.363**	.274**	.372**	.373**
I25	.341**	.363**	.348**	.356**	.351**	.326**	.307**	.328**
I26	.340**	.297**	.292**	.333**	.252**	.297**	.363**	.327**
I27	.432**	.302**	.294**	.320**	.321**	.273**	.397**	.301**
I28	.354**	.267**	.297**	.317**	.285**	.275**	.358**	.320**
I29	.344**	.294**	.257**	.285**	.263**	.246**	.243**	.284**
I30	.412**	.364**	.337**	.393**	.354**	.340**	.320**	.400**
I31	.516**	.392**	.431**	.418**	.433**	.409**	.390**	.450**
I32	.427**	.369**	.260**	.375**	.248**	.282**	.276**	.310**
I33	.565**	.424**	.393**	.413**	.369**	.376**	.404**	.386**
I34	1.000	.515**	.493**	.471**	.432**	.414**	.438**	.423**
I35		1.000	.453**	.449**	.441**	.438**	.375**	.413**
I36			1.000	.384**	.338**	.298**	.386**	.368**
I37				1.000	.457**	.478**	.464**	.460**
I38					1.000	.494**	.413**	.407**
I39						1.000	.486**	.476**
I40							1.000	.626**
I41								1.000

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัจจัยข้อ	I42	I43	I44	I45	I46	I47	I48	I49	I50	I51
I42	1.000	.466**	.396**	.431**	.432**	.501**	.478**	.340**	.336**	.221**
I43		1.000	.488**	.414**	.478**	.499**	.478**	.298**	.295**	.193**
I44			1.000	.514**	.527**	.457**	.449**	.343**	.331**	.305**
I45				1.000	.591**	.573**	.587**	.432**	.407**	.235**
I46					1.000	.622**	.670**	.470**	.454**	.340**
I47						1.000	.691**	.444**	.475**	.262**
I48							1.000	.512**	.491**	.290**
I49								1.000	.648**	.271**
I50									1.000	.228**
I51										1.000
I52										
I53										
I54										
I55										

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัจจัยข้อ	I52	I53	I54	I55
I42	.299**	.275**	.301**	.243**
I43	.306**	.269**	.303**	.318**
I44	.327**	.327**	.323**	.250**
I45	.318**	.312**	.383**	.323**
I46	.367**	.349**	.398**	.307**
I47	.311**	.289**	.299**	.330**
I48	.311**	.291**	.326**	.315**
I49	.359**	.240**	.268**	.277**
I50	.227**	.261**	.271**	.309**
I51	.507**	.448**	.425**	.400**
I52	1.000	.514**	.518**	.459**
I53		1.000	.513**	.426**
I54			1.000	.543**
I55				1.000

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม พบว่าข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ข้อที่ 47 ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม กับข้อที่ 48 มีการเยี่ยมชมจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .691

1.4.1 ค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ทดสอบความเพียงพอของกลุ่มตัวอย่าง และค่า Bartlett's Test ทดสอบความครอบคลุมของข้อคำถามจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อแสดงว่าข้อมูล

หรือข้อคำถามต่างๆมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ .948 ซึ่งมากกว่า .500 และมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งเป็นค่าที่น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ และค่า Bartlett's Test เท่ากับ 9960.835 แสดงว่าข้อคำถามทั้ง 55 ข้อมีความสัมพันธ์กัน เหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

1.4.2 จำนวนองค์ประกอบ ค่าความร่วมกัน ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบ จำนวน 10 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนองค์ประกอบ ค่าความร่วมกัน ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบ

ชื่อองค์ประกอบ	ค่าความร่วมกัน	ค่าความผันแปร (eigen value)	ค่าร้อยละของความแปรปรวน (percent of variance)	ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม
1	18.190	4.642	33.072	33.072
2	2.947	4.256	5.358	38.430
3	2.287	3.889	4.158	42.588
4	1.659	3.741	3.016	45.603
5	1.597	3.645	2.904	48.507
6	1.363	3.470	2.477	50.984
7	1.284	2.511	2.334	53.319
8	1.204	2.403	2.189	55.508
9	1.088	2.170	1.979	57.487
10	1.077	1.968	1.958	59.445
รวมค่าความแปรปรวนสะสม			59.445	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าความร่วมกัน ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของน้ำหนักตัวแปรบน องค์ประกอบทั้งหมดในแต่ละตัวแปรมีค่าระหว่าง 1.077 ถึง 18.190 ค่าไอเกน (Eigen Values) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 1.0 มี 10 องค์ประกอบ โดยมีความแปรปรวนสะสมทั้ง 10 องค์ประกอบเท่ากับ 59.445 ซึ่งเป็นค่าเพียงพอที่จะใช้ทางสังคมศาสตร์ได้

1.4.3 การตั้งชื่อองค์ประกอบ

ผู้วิจัยได้กำหนดตั้งชื่อองค์ประกอบตามที่วิเคราะห์ได้ชัดเจน 10 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 องค์ประกอบที่วิเคราะห์ได้

องค์ประกอบ	ข้อที่	น้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าไอเกน
1	147	.687	4.642
ด้านเครือข่ายความร่วมมือ	143	.675	
	148	.669	
	142	.661	
	146	.644	
	144	.604	
	145	.603	
2	17	.705	4.256
ด้านการเงิน การบัญชี	18	.657	
	19	.617	
	110	.616	
	15	.611	
	16	.584	
	111	.560	
3	152	.712	3.889
ด้านผลิตภัณฑ์	151	.619	
	153	.617	
	154	.611	
	155	.559	
	136	.517	
	135	.476	
4	139	.672	3.741
ด้านบริหารจัดการแรงงาน	138	.632	
	140	.611	
	141	.558	
	137	.553	
	116	.544	
	117	.428	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ข้อที่	น้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าไอเกน
5	128	.675	3.645
ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	126	.670	
	125	.662	
	124	.572	
	123	.570	
	127	.563	
	129	.543	
6	120	.653	3.470
ด้านการผลิต	119	.652	
	121	.589	
	115	.541	
	122	.524	
	118	.511	
7	130	.592	2.511
ด้านผู้นำ	132	.559	
	131	.554	
	134	.481	
	133	.432	
8	112	.730	2.403
ด้านการบริหารจัดการ	113	.716	
	114	.652	
9	12	.712	2.170
ด้านการตลาด	11	.600	
	13	.535	
	14	.485	
10	150	.705	1.968
ด้านความเข้มแข็งของชุมชน	149	.695	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม วิเคราะห์ได้ชัดเจน 10 องค์ประกอบ มีการตั้งชื่อใหม่ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 7 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 4.642 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .603 ถึง .687 ประกอบด้วย 1. ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม 2. มีการศึกษาดูงานจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ 3. มีการเยี่ยมเยียนจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน 4. มี

ความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ 5. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิทยาการใหม่ ๆ 6. มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ 7. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “เครือข่ายความร่วมมือ”

องค์ประกอบที่ 2 มี 7 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 4.256 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .560 ถึง .705 ประกอบด้วย 1. มีการวางแผนการตลาด และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย 2. ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินหรือการลงทุน 3. มีการวางแผนด้านการเงินก่อนการลงทุน 4. มีการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายอย่างเป็นระบบ 5. โอกาสทางการตลาดสามารถส่งออกสู่สากล 6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์และมาตรฐานสากลเชิงการค้า 7. มีระบบการจัดทำบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การเงิน การบัญชี”

องค์ประกอบที่ 3 มี 7 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 3.889 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .476 ถึง .712 ประกอบด้วย 1. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา 2. มีการสร้างความแตกต่างของสินค้าที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว 3. มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งรูปแบบสี สัน และลวดลาย 4. ผลิตภัณฑ์เป็นที่ดึงดูดและน่าสนใจของตลาด 5. มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐานสากล 6. มีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจ 7. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ผลิตภัณฑ์”

องค์ประกอบที่ 4 มี 7 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 3.741 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .428 ถึง .672 ประกอบด้วย 1. มีความพร้อมในด้านแรงงาน 2. มีการจ้างงานในสัดส่วนที่เหมาะสม 3. แรงงานเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญในการทำงาน 4. แรงงานให้ความร่วมมือและมีความสามัคคี 5. มีความสามารถในการสร้างขวัญกำลังใจ 6. ดำเนินการเองโดยเจ้าของกิจการ 7. มีความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “บริหารจัดการแรงงาน”

องค์ประกอบที่ 5 มี 7 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 3.645 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .543 ถึง .675 ประกอบด้วย 1. บุคลากรภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการทำงาน 2. ได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมการขาย 3. ได้รับการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ผู้ประกอบการได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ 5. ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมกับการผลิต 6. มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน 7. บุคลากรภาครัฐเป็นที่ปรึกษา เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก”

องค์ประกอบที่ 6 มี 6 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 3.470 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .511 ถึง .653 ประกอบด้วย 1. มีความสามารถในการวางแผนด้านวัตถุดิบ 2. ศักยภาพการผลิตสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม 3. มีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ 4. การควบคุมคุณภาพสินค้าต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน 5. มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต 6. มีการกำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การผลิต”

องค์ประกอบที่ 7 มี 5 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 2.511 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .432 ถึง .592 ประกอบด้วย 1. ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นเกิดจากความสามารถของผู้นำ 2. มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐได้เป็นอย่างดี 3. มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจน 4. มีการควบคุมและติดตามผลการทำงาน 5.เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ผู้นำ”

องค์ประกอบที่ 8 มี 3 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 2.403 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .652 ถึง .730 ประกอบด้วย 1. มีความรับผิดชอบการปฏิบัติงาน 2. มีความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ 3. มีความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การบริหารจัดการ”

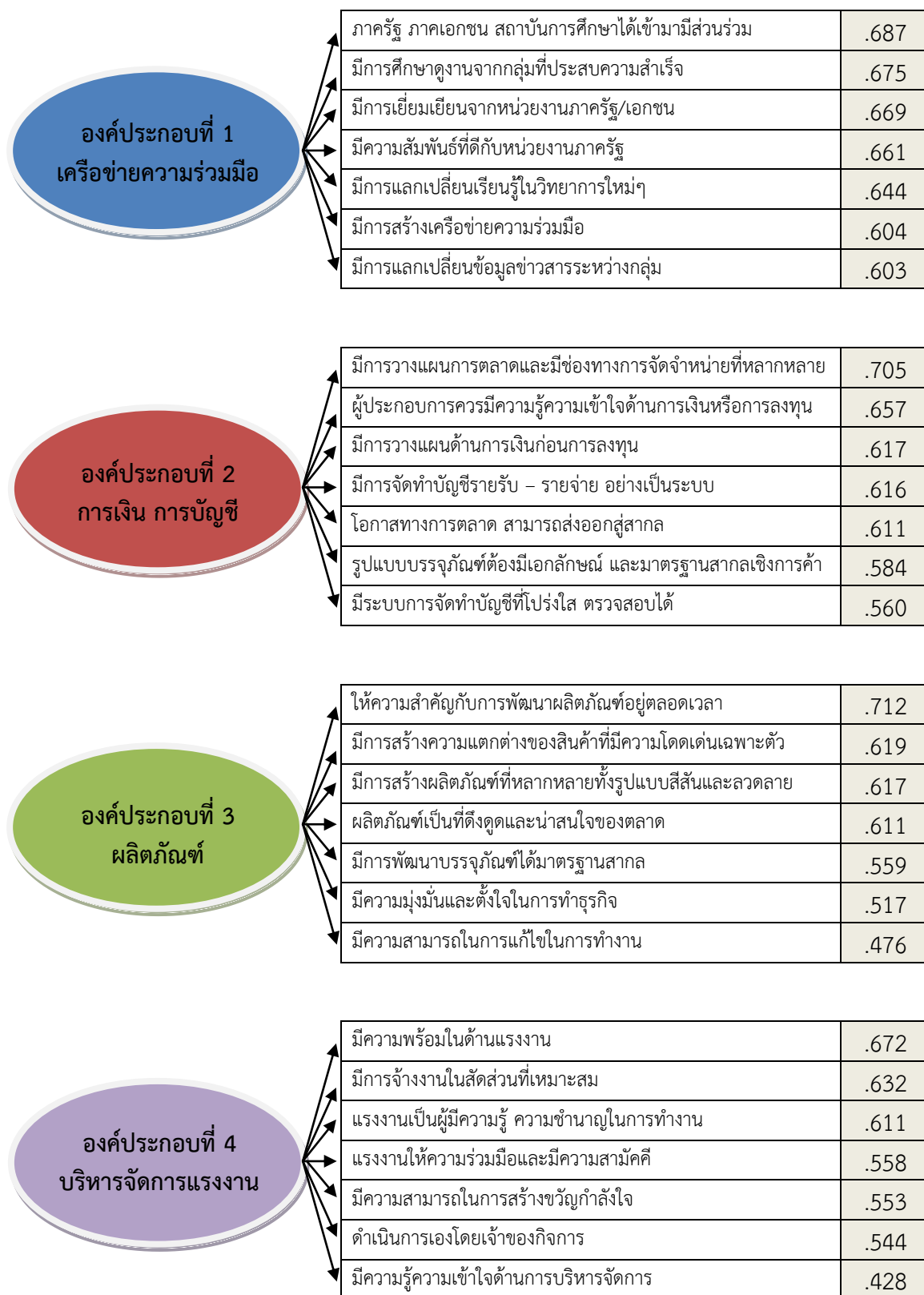
องค์ประกอบที่ 9 มี 4 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 2.170 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .485 ถึง .712 ประกอบด้วย 1. มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ 2. มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย 3.รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าจะต้องเพิ่มขึ้น 4. มีความต่อเนื่องของตลาดทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การตลาด”

องค์ประกอบที่ 10 มี 2 ตัวแปร มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.968 น้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ .695 ถึง .705 ประกอบด้วย 1. ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น 2. แรงงาน/ทุน ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแปรแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ความเข้มแข็งของชุมชน”

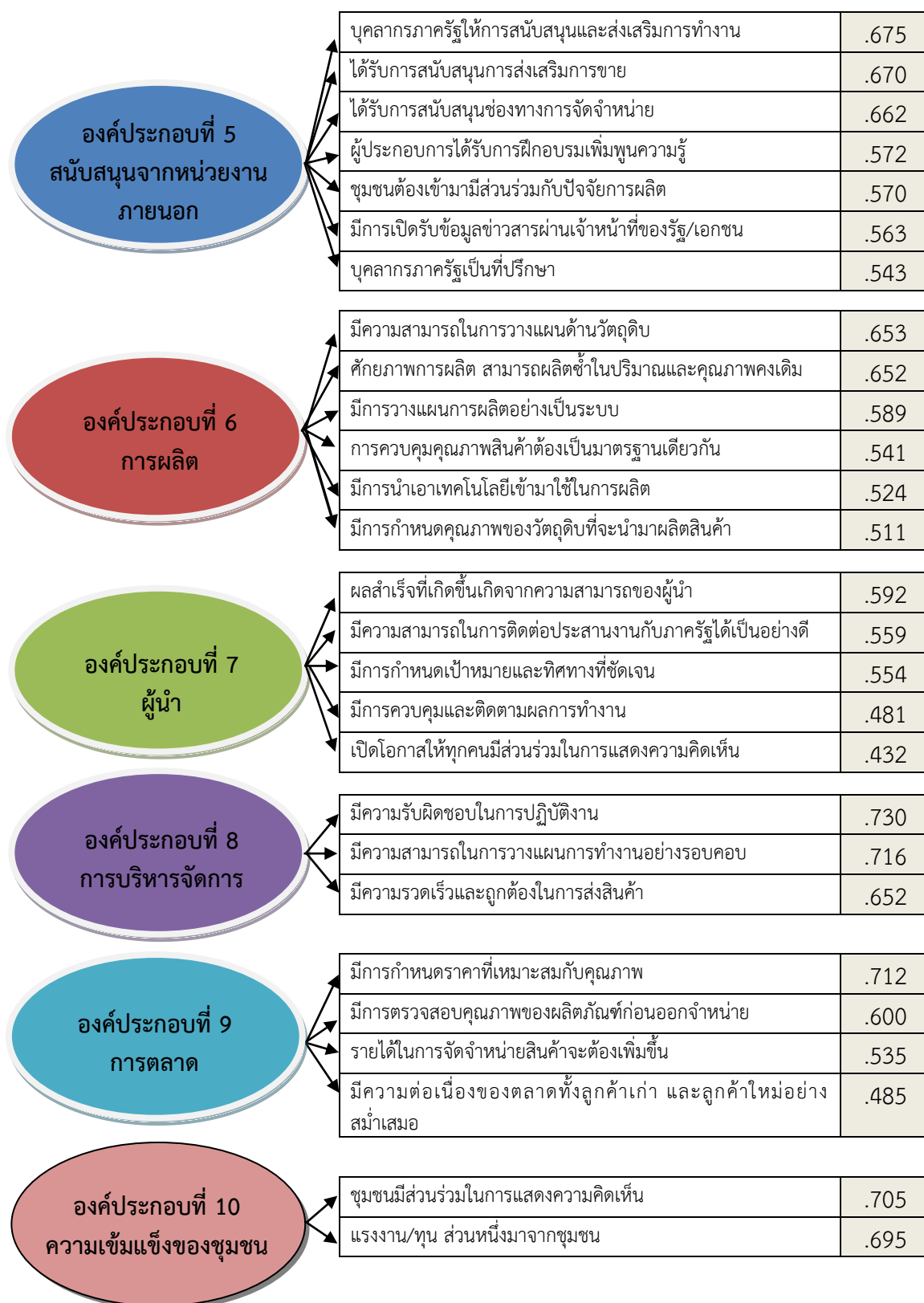
จากการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมซึ่งมี 55 ตัวแปร โดยการสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) ได้องค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 จำนวน 10 องค์ประกอบ ความแปรปรวนสะสมทั้ง 10 องค์ประกอบเท่ากับร้อยละ 59.445 ของความแปรปรวนทั้งหมด แล้วทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (orthogonal) โดยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax) เพื่อให้ตัวแปรสัมพันธ์กับองค์ประกอบชัดเจนยิ่งขึ้น ได้องค์ประกอบที่ชัดเจน จำนวน 10 องค์ประกอบ คือ

1. เครือข่ายความร่วมมือ
2. การเงิน การบัญชี
3. ผลิตภัณฑ์
4. บริหารจัดการแรงงาน
5. สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก
6. การผลิต
7. ผู้นำ
8. การบริหารจัดการ
9. การตลาด
10. ความเข้มแข็งของชุมชน

ดังนั้นผู้วิจัยจะขอสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม ได้ดังภาพที่ 4.1

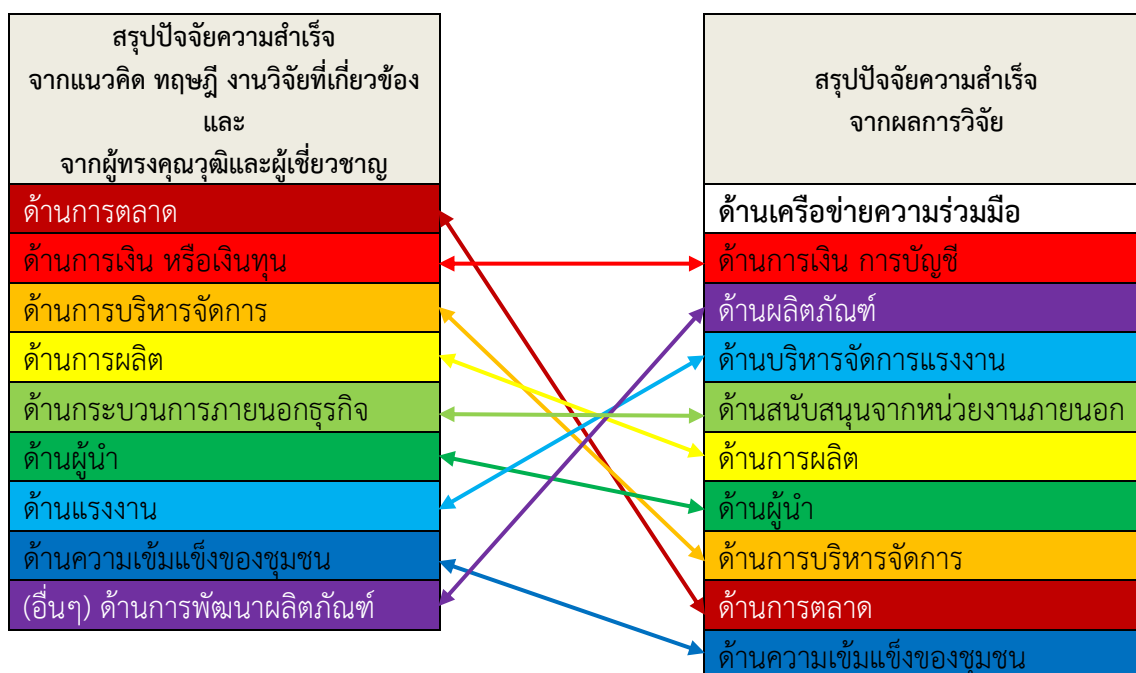


ภาพที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม



ภาพที่ 4.1 (ต่อ)

จากผลการวิจัยตามลำดับในขั้นตอนที่ 1 สรุปความสัมพันธ์ได้ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 สรุปเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จระหว่างจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญกับผลการวิจัย

จากภาพที่ 4.2 สรุปได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จจากการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจัดตามลำดับความสำคัญได้ทั้งหมด 8 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการเงินหรือเงินทุน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านกระบวนการภายนอกธุรกิจ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน และด้านความเข้มแข็งของชุมชน และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเพิ่มมาอีก 1 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวม 9 ด้าน จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ทั่วประเทศ ได้ผลการวิจัยสรุปปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวม 10 ด้าน คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการเงิน การบัญชี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการแรงงาน ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านผู้นำ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ พบว่า จากผลการวิจัยมีด้านปัจจัยที่เกิดขึ้นใหม่ คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งมีความสำคัญมากอยู่ในลำดับที่ 1 ส่วนด้านที่เหลือก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประสบความสำเร็จเหมือนกันแต่อาจจะแตกต่างลำดับความสำคัญกัน

ผลการวิจัยตอนที่ 2 : เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผลการประเมินโดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากที่ได้ผลสรุปปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม รวมทั้งหมด 10 ด้านจากขั้นตอนที่ 1 แล้ว จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับแนวคิดของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญโดยไปสัมภาษณ์กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คนและผู้เชี่ยวชาญ 6 คน รวม 9 คน สรุปผลดังนี้

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กับประเภทเครื่องดื่มระหว่างผลจากการวิจัยกับแนวคิดของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

ที่	ปัจจัยความสำเร็จ	ผลจากการวิจัย (การวิเคราะห์องค์ประกอบ)	แนวคิด ผู้ทรงคุณวุฒิและ ผู้เชี่ยวชาญ
1.	ด้านเครือข่ายความร่วมมือ	✓	✓
2.	ด้านการเงิน การบัญชี	✓	✓
3.	ด้านผลิตภัณฑ์	✓	✓
4.	ด้านบริหารจัดการแรงงาน	✓	✓
5.	ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	✓	✓
6.	ด้านการผลิต	✓	✓
7.	ด้านผู้นำ	✓	✓
8.	ด้านการบริหารจัดการ	✓	✓
9.	ด้านการตลาด	✓	✓
10.	ด้านความเข้มแข็งของชุมชน	✓	✓

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลการเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาพรวม กับประเภทเครื่องดื่มระหว่างผลจากการวิจัยกับแนวคิดของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องเหมือนกันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเพื่อจัดทำ (ร่าง) คู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มต่อไป ผลสรุปดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 สรุปปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องต้ม

2.2 ดำเนินการจัดทำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องต้ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องต้ม พร้อมกับสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ทางผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คนและผู้เชี่ยวชาญ 6 คน รวม 9 คน ช่วยดำเนินการและให้ข้อเสนอแนะก่อนล่วงหน้าเพื่อที่จะดำเนินการต่อในขั้นตอนต่อไป

2.3 ดำเนินการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

หลังจากที่ได้นำ (ร่าง) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องต้ม พร้อมกับแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ทางผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คนและผู้เชี่ยวชาญ 6 คน รวม 9 คน ช่วยดำเนินการและให้ข้อเสนอแนะแล้ว จากนั้นจึงดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อให้ข้อเสนอแนะ เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2560 ณ ห้องประชุม คณะวิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ชั้น 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อ.เมือง จ. เพชรบุรี มีผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมประชุม 9 คน ในการเรียนรู้ร่วมกัน และมีข้อสรุปร่วมกัน โดยแต่ละท่านเสนอแนะแบ่งออกได้เป็น 10 ด้าน สรุปผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการจัดสนทนากลุ่ม

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
เครือข่ายความร่วมมือ	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์	- จะต้องให้มหาวิทยาลัยเข้ามามีส่วนร่วมเข้ามาเป็นที่พักพิงมากขึ้นและหลายๆเรื่อง
	ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล	- จัดให้มีบริษัทเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตให้ความร่วมมือในการเป็นที่ปรึกษา
	อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์	- จะต้องสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเป็น Cluster - ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในเรื่องการรับรองมาตรฐานต่างๆ
	คุณวาสนา ไชว์พันธุ์	- สถาบันการศึกษาให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัย และพัฒนาด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างนวัตกรรม - จัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม Cluster
	คุณปิยะนุช มนต์ขลัง	- แลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การเข้าถึงแหล่งทุน การจัดทำแผนธุรกิจ - เข้าร่วมเป็นเครือข่าย OTOP
	คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์	- ต้องขอความช่วยเหลือจากภาครัฐและหน่วยงานมากขึ้น
	คุณชัญญาภา นนทนาวิธ	- มีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการพัฒนาคุณภาพและบรรจุภัณฑ์
	คุณจำลอง นาคนคร	- มีความร่วมมือซึ่งกันระหว่างรัฐบาลกับผู้นำ OTOP

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
การเงิน การบัญชี	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชว์พันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์ คุณชิญาภา นนทนาวริน	- จะต้องเน้นให้ผู้ประกอบการต้องมีการจัดทำบัญชีที่สามารถตรวจสอบได้ - ผู้ประกอบการต้องรู้เรื่องระบบบัญชี - มีการนำเอาเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในการจัดทำบัญชีต่างๆ - มีความรู้ ความเข้าใจเรื่องภาษีอากร - มีการจัดทำแผนธุรกิจ - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเรียนรู้ในเรื่องการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเข้าถึงแหล่งทุน และทราบถึงต้นทุนการผลิตและการวางแผนการตลาด - ให้มีการจัดทำแผนธุรกิจ - ต้องเข้าใจเรื่องการคิดต้นทุนการผลิต - มีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย จะต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างเป็นระบบ
ผลิตภัณฑ์	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์	- อยากให้เน้นที่ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้องโดดเด่น สวยงาม สะดุดตา - ผลิตภัณฑ์จะต้องสะอาด ปลอดภัย - ดึงง่าย เหมาะกับเพศและอายุ - ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ - ต้องมีเอกลักษณ์ มีมาตรฐาน และมีคุณภาพ - ต้องพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว - รสชาติดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ - บรรจุภัณฑ์ ควรออกแบบให้ร่วมสมัย มีความเป็นสากล สะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
ผลิตภัณฑ์	คุณวาสนา ไชวพันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์ คุณชิญาภา นนทนากร คุณจำลอง นาคนคร คุณกวิตา บุญส่ง	- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น ออย. มผช. - มีความแปลกใหม่ - สร้างความโดดเด่นของสินค้า - คุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้องสะอาด ไม่มีสิ่งเจือปนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ - ผลิตภัณฑ์ต้องมีชื่อแบรนด์ ที่อ่าน และจดจำได้ง่าย - บรรจุภัณฑ์ต้องสวยงาม ปลอดภัยต่อผู้บริโภค - ผลิตภัณฑ์มีการผลิตต่อเนื่องกันมา เป็นระยะเวลานาน
บริหารจัดการแรงงาน	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงษ์ อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์	- จะต้องให้ความสำคัญกับแรงงานคน ในชุมชนก่อน - แรงงานไม่จำเป็นต้องเก่ง แต่สามารถที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ - มีการวางระบบการจ่าย ค่าตอบแทน ที่เหมาะสม สามารถสร้างแรงจูงใจและอัตราการคงอยู่ของพนักงาน - มีความรู้ ความเข้าใจ และวางระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และเป็นระบบ - มีการพัฒนาและฝึกอบรม ให้พนักงานตระหนักในเรื่องการมุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะอาดปลอดภัยในการผลิต - มีระบบการประเมินผลงาน ที่ชัดเจน และเชื่อมโยงกับการจ่ายค่าตอบแทน

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
บริหารจัดการแรงงาน	คุณวาสนา ไชวพันธุ์ คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์ คุณกวีตา บุญส่ง	- แรงงานต้องมีทักษะความชำนาญ - มีทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีความขยัน มีความรับผิดชอบ - ใช้แรงงานในชุมชน - เน้นแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ พึ่งพาอาศัยกันได้ เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน - ดูแลอาศัย พึ่งพากันในชุมชน
สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงษ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชวพันธุ์ คุณจำลอง นาคนคร	- มีการใช้ IT สนับสนุนการตลาด - จัดให้มีบริษัทเอกชน เป็นที่ปรึกษา และให้ความช่วยเหลือ - สถาบันการศึกษาสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา - สนับสนุนให้มีการทำงานเป็นทีม - มีการจ้างแรงงานภายในกลุ่ม
การผลิต	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงษ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์	- เน้นสะอาด ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม วัตถุดิบต้องมีตลอดทั้งปี เพียงพอกับการผลิต - สามารถที่จะรับออเดอร์ได้ตลอด ตามการสั่งซื้อของลูกค้า - จะต้องมีการประเมินออเดอร์ ที่เข้ามา เพื่อวางแผนกระบวนการผลิต เพื่อที่จะให้มีสินค้าคงเหลือไม่มากหรือน้อยเกินไป - จะต้องมีความคิดในการจัดการโซ่อุปทานที่ดี เนื่องจากปัจจัยการผลิตมีความสำคัญ ตั้งแต่ กระบวนการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
การผลิต	อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชว์พันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง	- สามารถคัดเลือกวัตถุดิบ จัดเก็บ ขนส่งทันเวลา และมีต้นทุนที่ต่ำ การบรรจุหีบห่อที่มีมาตรฐาน - มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการควบคุมสินค้าคงคลัง - จะต้องมีการศึกษา วิเคราะห์ตลาด การบริหารความเสี่ยง - การวางแผนการผลิต ต้องดูได้จากปัจจัยการผลิต เช่น วัตถุดิบในฤดูกาล หรือมีเพียงกับตลาด แรงงานมีทักษะความชำนาญ เกณฑ์มาตรฐานในการผลิตเป็นอย่างไร - จะต้องมีการวางแผน มีการสั่งซื้อสินค้าเป็นอย่างดี
ผู้นำ	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชว์พันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์	- จะต้องมีความชัดเจน - สามารถประสานงานกับทุกคน ทุกฝ่าย - ผู้นำต้องกล้าคิด กล้าตัดสินใจ กรณีเกิดปัญหาเร่งด่วน - ผู้นำควรมีภาวะความเป็นผู้ประกอบการ เช่น กล้าคิดกล้าตัดสินใจ - ผู้นำต้องมีเทคนิคในการสร้างความรู้สึก ความเป็นเจ้าของร่วมกัน - ผู้นำต้องมีความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมาย มุ่งเน้นคุณภาพ และลูกค้า - ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และมีจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ มีความรับผิดชอบ - มีทัศนคติคิดเชิงบวก - ผู้นำจะต้องมีการติดตามผลเป็นระยะ - ผู้นำคิดเชิงบวก

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
การบริหารจัดการ	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชว์พันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณสุรพงษ์ ลิ้มสุคนธ์ คุณชิญาภา นนทนากร คุณจำลอง นาคนคร คุณกวิตา บุญส่ง	- มีการวางแผนงานที่ดี และเป็นระบบ - จัดให้มีการวางแผนโครงสร้างต่างๆ - รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี จะตรงตาม ความต้องการของผู้บริโภค - จะต้องมีการจัดการเชิงกลยุทธ์ และให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์ในการทำงาน ตลอดจนปฏิบัติตามแผน มีการวัดผลและประเมินผลอย่างจริงจัง - มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจนและเหมาะสม - จัดทำแผนธุรกิจและปฏิบัติตามแผน - มีการจัดทำโครงสร้างการทำงาน - มีการจัดทำแผนปฏิบัติงาน - เน้นขายตามงานต่างๆ - จะต้องมีการสุ่มตรวจเพื่อเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ไว้วางใจได้ - ใช้รถมอเตอร์ไซค์ในการจัดส่งสินค้าเพื่อความรวดเร็ว - มีการวางแผนการทำงาน ถ้ามีออเดอร์เข้ามามากก็จะมีการทำล่วงหน้า
การตลาด	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชว์พันธุ์	- จัดหาตลาดที่สามารถส่งขายต่างประเทศได้ด้วย - ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น - คุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะต้องมีความมาตรฐานส่งผลต่อตลาดหรือยอดขาย - ควรจะมีการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าไว้ด้วย - ลดมาตรการภาษีนำเข้า – ส่งออกสินค้า - ต้องสนับสนุนงบประมาณในการส่งออก / แสดงสินค้า

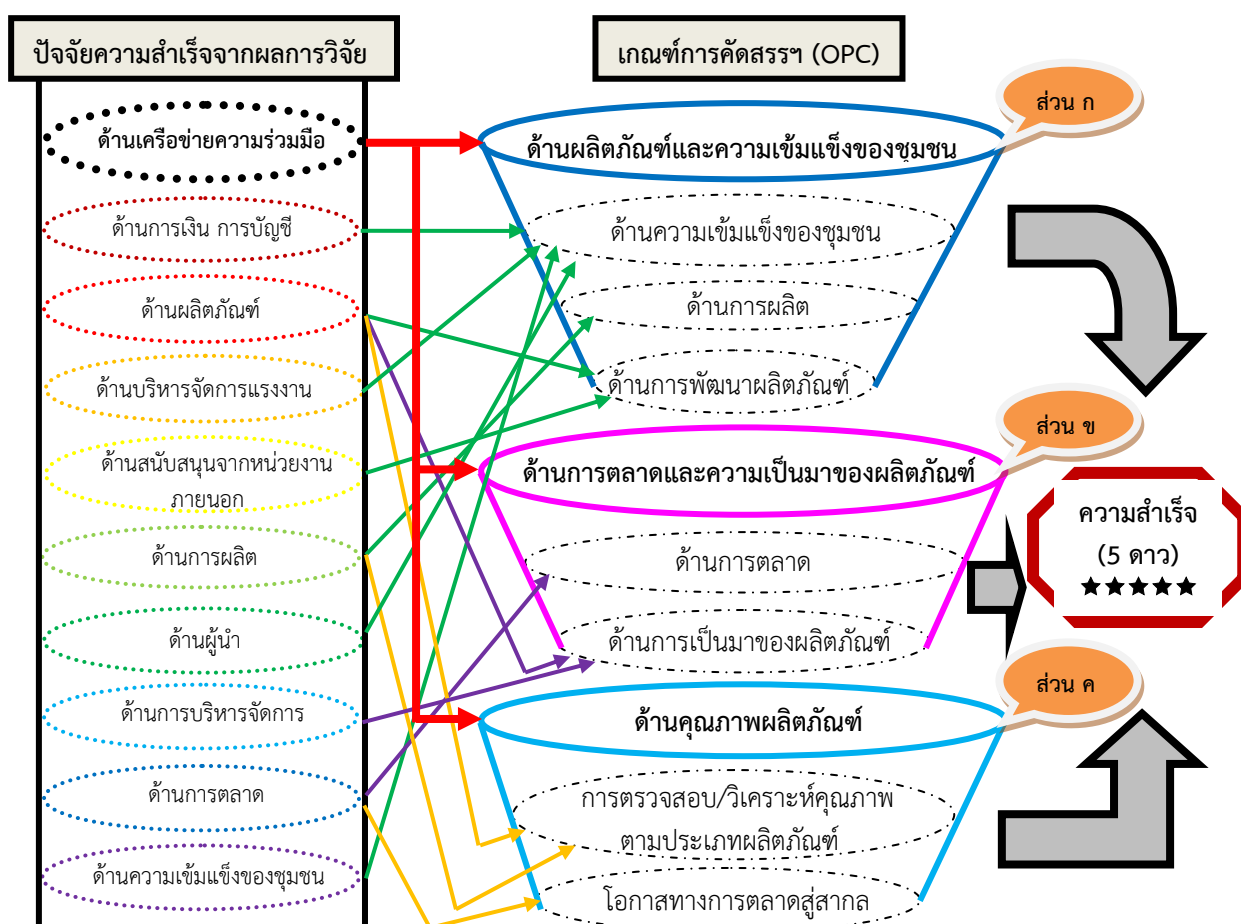
ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
การตลาด	คุณปิยะนุช มนต์ขลัง คุณชิญาภา นนทนาวริน คุณจำลอง นาคนคร คุณกวิตา บุญส่ง	- จะต้องจัดให้มีการส่งเสริมการตลาด ที่น่าสนใจ - มีการวางแผนการตลาด ที่ชัดเจน และปฏิบัติตามแผนอย่างจริงจัง - ส่งเสริมช่องทางการตลาด Online - ส่งเสริมการขาย จัดโปรโมชั่น ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการค้าส่งมากกว่าค้าปลีก - ร่วมจัดและขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีการให้ทดลองชิมก่อน - การกำหนดราคาต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ - ต้องจัดส่งเสริมสนับสนุนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ส่งออกไปต่างประเทศหรือในประเทศให้เป็นที่รู้จักของต่างชาติ - การกำหนดราคา จะต้องดูจากต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต และราคาตลาด
ความเข้มแข็งของชุมชน	ดร.สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ ผศ.สุภัทรา กล่ำสกุล อ.ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์ คุณวาสนา ไชวพันธุ์ คุณปิยะนุช มนต์ขลัง	- จะต้องมีการรวมกลุ่มและขยายสมาชิกเพิ่มมากขึ้น - เข้าร่วมกิจกรรมสนับสนุนในงานต่างๆ - ต้องให้ความสำคัญ กับสิ่งแวดล้อมของชุมชน - การร่วมมือร่วมใจของกลุ่ม - สมาชิกต้องมีส่วนร่วมและมีส่วนได้ ส่วนเสียร่วมด้วย - แบ่งปันผลกำไรแก่สมาชิก และชุมชน

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้าน	ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
ความเข้มแข็งของชุมชน	คุณจำลอง นาคนคร	- ชุมชนจะต้องได้รับประโยชน์จากการประกอบการทางตรง คือ เป็นแรงงานนำวัตถุดิบมาจำหน่าย มีงานทำ ส่วนทางอ้อม ชุมชนมีความสามัคคีกัน
	คุณกวิตา บุญส่ง	- ชุมชนควรจะต้องมีส่วนได้ ส่วนเสียช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

จากตารางที่ 4.8 ผู้วิจัยนำข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ มีการเสนอแนะผ่านการสนทนากลุ่มมาสังเคราะห์ใหม่แล้วสรุปเรียงเป็นคู่มือฉบับสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปถ่ายทอดต่อไป (ภาคผนวก จ) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จจากผลการวิจัยเทียบกับเกณฑ์การคัดสรรฯ สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จกับเกณฑ์การคัดสรรฯ (OPC)

เกณฑ์การคัดสรรฯ (OPC)	ปัจจัยความสำเร็จ	
ด้าน ผลิตภัณฑ์ และความ เข้มแข็งของ ชุมชน	ปัจจัยด้านการเงิน การบัญชี ➢ จะต้องมีการทบทวนความรู้ความเข้าใจทางด้านการเงิน การจัดหาแหล่งทุน และการบัญชีร่วมด้วยในการดำเนินการ ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน ➢ จะมองตั้งแต่จุดเริ่มต้นเริ่มทำธุรกิจ ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม และตลอดจนการมีส่วนร่วมกับชุมชนในด้านต่างๆ ปัจจัยด้านการผลิต ➢ จะต้องจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ทั้งหมด เน้นภายในท้องถิ่นชุมชนก่อน การขยายปัจจัยการผลิต การรักษาสิ่งแวดล้อม และศักยภาพการผลิต	ปัจจัยด้านผู้นำ ➢ จะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีเป้าหมายชัดเจน มีทัศนคติที่ดี คิดเป็นแก้ปัญหาได้ และจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเข้ากับผู้ร่วมงานได้ทุกฝ่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ➢ จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ➢ จะเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือตัวบุคคลที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ปัจจัยด้านบริหารจัดการแรงงาน ➢ แรงงาน (คน) ที่จะนำมาบริหารจัดการในระบบการผลิตทั้งหมด เน้นแรงงานภายในท้องถิ่นชุมชนก่อน
ด้าน การตลาด และความ เป็นมาของ ผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านการตลาด ➢ จะพิจารณาให้ความสำคัญตั้งแต่แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า และผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนรายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้า เทียบกับปีที่ผ่านมา รวมไปถึงความต่อเนื่องของตลาด	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ➢ จะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ➢ จะต้องมีการบริหารจัดการระบบในกระบวนการเริ่มตั้งแต่ การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ การจัดส่งและมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์
ด้านคุณภาพ ผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ➢ จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และผ่านการรับรองมาตรฐาน เช่น มผช. มอก. มาก่อน ปัจจัยด้านการตลาด ➢ จะต้องให้ผลิตภัณฑ์มีโอกาสทางการตลาดสู่สากลเป็นหลัก	ปัจจัยด้านการผลิต ➢ จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น ความใส สี กลิ่น รสชาติ

เครือข่าย ความร่วมมือ

จะต้องมีการสร้างเครือข่ายร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเอง ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่างๆต้องเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ช่วยเหลือในด้านต่างๆร่วมกัน

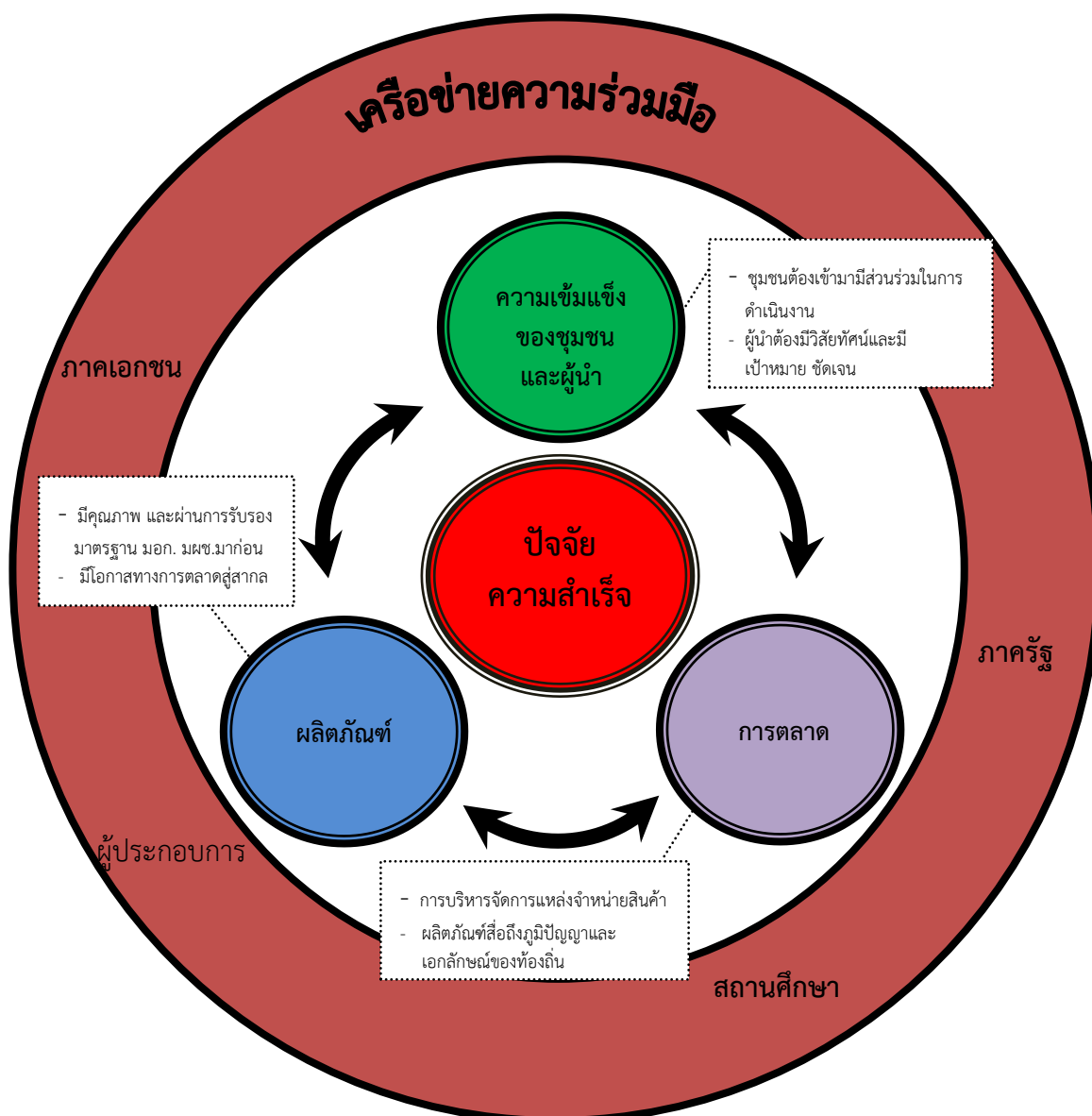
ภาพที่ 4.5 เกณฑ์การคัดสรรฯ (OPC) กับปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

จากภาพที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ที่ได้จากผลการวิจัยทั้ง 10 ปัจจัยนำมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OPC) ทั้ง 3 ด้าน โดยมีเครือข่ายความร่วมมือเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนและผลักดันทั้ง 3 ด้านให้เกิดความสำเร็จ และเป็นตัวขับเคลื่อนปัจจัยด้านอื่นๆให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล มีแนวโน้มก่อให้เกิดความสำเร็จต่อไป

ส่วนภาพที่ 4.5 จะเป็นการอธิบายเพิ่มเติมจากภาพที่ 4.4 โดยนำเอาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มทั้ง 10 ปัจจัยมาสังเคราะห์และจัดกลุ่มเพื่อให้เกิดความชัดเจนโดยเทียบกับเกณฑ์การคัดสรรฯ (OPC) ในแต่ละด้านทั้ง 3 ด้านสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน จะประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน การบัญชี ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และปัจจัยด้านการบริหารจัดการแรงงาน
2. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านการตลาด

ทั้งนี้โดยทั้ง 3 ด้านนี้มีปัจจัยร่วม คือ ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือเป็นด้านที่มีความสำคัญมากและมีส่วนผลักดันในทุกๆส่วนที่จะสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ โดยจะต้องมีการสร้างเครือข่ายร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเอง ตลอดจนสถาบันการศึกษาต่างๆต้องเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ช่วยเหลือในด้านต่างๆร่วมกัน จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น เราสามารถสรุปเป็นรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มได้ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภท เครื่องดื่ม

จากภาพที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม จะประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านความเข้มแข็งของชุมชนและผู้นำ โดยชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานทั้งหมด และผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์และมีเป้าหมายชัดเจน 2) ด้านการตลาด จะต้องมีการบริหารจัดการแหล่งจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์จะต้องสื่อถึงภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ 3) ด้านผลิตภัณฑ์ จะต้องมีความคุณภาพและผ่านการรับรองมาตรฐาน มอก. อย. และ มผช. มาก่อน และมีโอกาสทางการตลาดสู่สากล ทั้งนี้โดยมีเครือข่ายความร่วมมือที่จะประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้วยกันเอง

และสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุนให้คำปรึกษาและร่วมผลักดันในทุกๆส่วนเพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อไป

**ผลการวิจัยตอนที่ 3 : เพื่อถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของ
ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม
ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้**

3.1 จากการที่ผู้วิจัยนำคู่มือที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เทคนิคกระบวนการวิจัยแบบการมีส่วนร่วม PAR (Participatory Action Research) ซึ่งวิธีการนี้ชาวบ้านที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินการ เช่น บอกเทคนิค บอกปัญหา อุปสรรค บอกข้อเสนอแนะ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเรียนรู้แบบประสบการณ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันและยังสอดคล้องกับกระบวนการ PBL (Project Base Learning) ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้แบบใช้โครงงานเป็นฐาน หมายถึง เราเรียนรู้ในเรื่องเดียวกัน คือทำอย่างไรที่จะให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรระดับ 5 ดาวแล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มและผู้สนใจทั่วไป ในวันที่ 30 เมษายน 2560 ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ใช้ทำการฝึกอบรม 1 วัน โดยก่อนที่จะทำการฝึกอบรมเป็นการชี้แจงวัตถุประสงค์ และรายละเอียดของกำหนดการฝึกอบรมตามกำหนดการฝึกอบรม เรื่อง การถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมดังกล่าวเข้าใจ และยินดีให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรม ตลอดจนการวัดและประเมินผลในการฝึกอบรม ซึ่งหลังจากชี้แจงวัตถุประสงค์ และเริ่มวัดประเมินผลก่อนการฝึกอบรม (Pre-Test) จากนั้นดำเนินการฝึกอบรมตามกำหนดการ และสุดท้าย ประเมินผลหลังการฝึกอบรม (Post-Test) และประเมินความพึงพอใจการอบรมถือว่าเป็นอันสิ้นสุดของการถ่ายทอด และทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้จัดทำการถ่ายทอดในอีกรูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากการอบรม คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านหน้าเพจของคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปกำหนดการอบรมดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 กำหนดการการถ่ายทอดรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ลำดับ	รายละเอียดเนื้อหา /กิจกรรม	เวลา (นาที)
	ลงทะเบียน /รับเอกสาร	08.00 - 08.30 (30 นาที)
1.	ชี้แจงวัตถุประสงค์	08.30 - 08.45 (15 นาที)
2.	ประเมินผลก่อนการฝึกอบรม (Pre-Test)	08.45 - 09.00 (15 นาที)
3.	หน่วยที่ 1 : ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ	09.00 - 09.30 (30 นาที)
4.	หน่วยที่ 2 : ปัจจัยด้านการเงิน การบัญชี	09.30 - 10.00 (30 นาที)
5.	หน่วยที่ 3 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	10.00 - 10.30 (30 นาที)
6.	หน่วยที่ 4 : ปัจจัยด้านบริหารจัดการแรงงาน	10.30 - 11.00 (30 นาที)
7.	หน่วยที่ 5 : ปัจจัยด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	11.00 - 11.30 (30 นาที)
8.	หน่วยที่ 6 : ปัจจัยด้านการผลิต	11.30 - 12.00 (30 นาที)
	พักรับประทานอาหาร	12.00 - 13.00 (60 นาที)
9.	หน่วยที่ 7 : ปัจจัยด้านผู้นำ	13.00 - 13.30 (30 นาที)
10.	หน่วยที่ 8 : ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	13.30 - 14.00 (30 นาที)
11.	หน่วยที่ 9 : ปัจจัยด้านการตลาด	14.00 - 14.30 (30 นาที)
12.	หน่วยที่ 10 : ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน	14.30 - 15.00 (30 นาที)
13.	แบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	15.00 - 16.00 (60 นาที)
14.	ซักถาม/ตอบคำถาม	16.00 - 16.15 (15 นาที)
15.	ประเมินผลหลังการฝึกอบรม (Post-Test)	16.15 - 16.30 (15 นาที)
	รวม 1 วัน	8 ชั่วโมง

3.2 ผลดำเนินการถ่ายทอด (อบรม) ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของ
ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาคุณภาพของแบบทดสอบก่อน โดยหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีคูเดอร์
ริชาร์ดสัน (Kuder Richardson Method) คำนวณจากสูตร KR-21 หาความยากง่าย (p) และค่า
อำนาจจำแนก (r) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ก่อนและหลังรับการถ่ายทอดรูปแบบ
การจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม (อบรม) โดย
นำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มและผู้สนใจทั่วไปใน จ.สระบุรี
ได้ค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.50 - 0.80 ซึ่งมากกว่า 0.20 ขึ้นไปทุกข้อ และค่าอำนาจจำแนก
(r) อยู่ระหว่าง 0.38 - 0.55 ซึ่งมากกว่า 0.20 ขึ้นไปทุกข้อเช่นกัน จากนั้นผู้วิจัยได้จัดฝึกอบรมกับ
ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทเครื่องดื่มและผู้สนใจทั่วไปในเขต จ.เพชรบุรี ซึ่งผลการประเมินค่าดัชนี
ประสิทธิผล สรุปได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่าดัชนีประสิทธิผลรายคนของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มของผู้เข้าร่วมอบรมระหว่างคะแนนก่อนอบรมและคะแนนหลังอบรม (คะแนนเต็ม 20)

คนที่	คะแนนหลัง การอบรม (Post - Test)	คะแนนก่อน การอบรม (Pre - Test)	คะแนนเพิ่ม	ดัชนี ประสิทธิผล (E.I.)	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
1	18	12	6	0.7500	75.00
2	20	16	4	1.0000	100.00
3	16	10	6	0.6000	60.00
4	17	10	7	0.7000	70.00
5	20	15	5	1.0000	100.00
6	16	10	6	0.6000	60.00
7	20	13	7	1.0000	100.00
8	16	10	6	0.6000	60.00
9	18	11	7	0.7778	77.78
10	19	12	7	0.8750	87.50
11	16	10	6	0.6000	60.00
12	18	11	7	0.7778	77.78
13	16	10	6	0.6000	60.00
14	17	12	5	0.6250	62.50
15	19	12	7	0.8750	87.50
16	17	11	6	0.6667	66.67
17	17	12	5	0.6250	62.50
18	18	12	6	0.7500	75.00
19	16	10	6	0.6000	60.00
20	17	11	6	0.6667	66.67
21	19	11	8	0.8889	88.89
22	18	13	5	0.7143	71.43
23	16	10	6	0.6000	60.00
24	17	11	6	0.6667	66.67
25	16	10	6	0.6000	60.00
26	17	10	7	0.7000	70.00
27	20	15	5	1.0000	100.00
28	18	11	7	0.7778	77.78

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

คนที่	คะแนนหลัง การอบรม (Post - Test)	คะแนนก่อน การอบรม (Pre - Test)	คะแนนเพิ่ม	ดัชนี ประสิทธิผล (E.I.)	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
29	16	10	6	0.6000	60.00
30	17	11	6	0.6667	66.67
31	20	15	5	1.0000	100.00
32	18	12	6	0.7500	75.00
33	17	11	6	0.6667	66.67

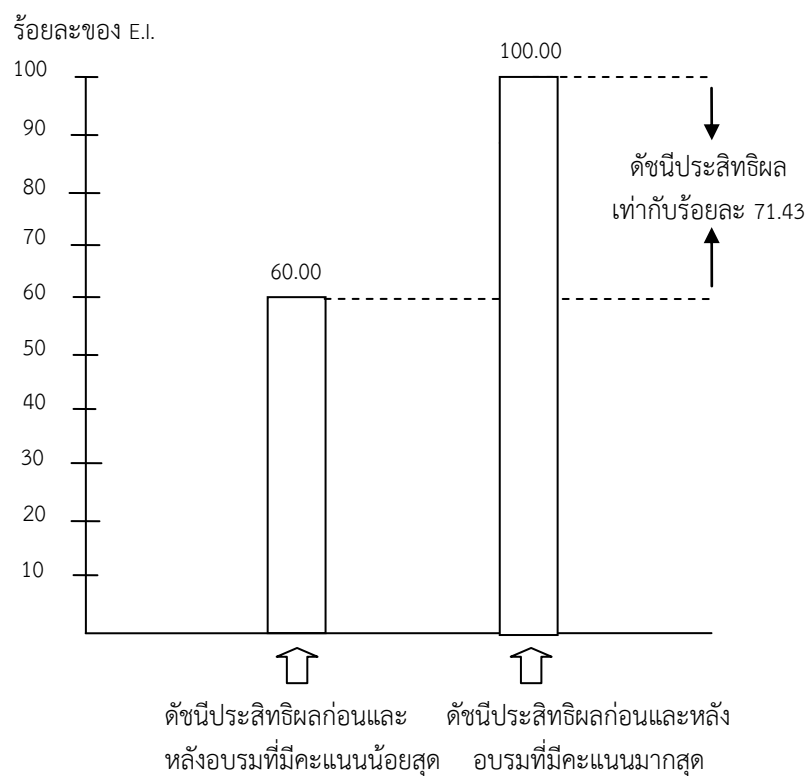
จากตารางที่ 4.10 แสดงค่าดัชนีประสิทธิผลรายคนของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามคู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มของผู้เข้าร่วมอบรมระหว่างคะแนนก่อนอบรมและคะแนนหลังอบรม พบว่า มีค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามคู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มของผู้เข้าร่วมอบรมหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมทุกคน มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) มากกว่า 0.50 ขึ้นไปหรือมากกว่าร้อยละ 50 ทุกคน โดยคนที่มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) มากที่สุด มี 5 คน คือ คนที่ 2, 5, 7, 27, และ 31 ($E.I. = 1.000$) ได้คะแนนหลังการอบรมเต็ม 20 คะแนน แสดงว่ามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังอบรมร้อยละ 100 ส่วนคนที่มีค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) น้อยที่สุด มี 9 คน คือ คนที่ 3, 6, 8, 11, 13, 19, 23, 25 และ 29 ($E.I. = 0.6000$) แสดงว่ามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังอบรมร้อยละ 60

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ดัชนีประสิทธิผลของคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

	ดัชนีประสิทธิผล (E.I.)	ร้อยละของดัชนีประสิทธิผล
ผลการวิเคราะห์	0.7143	71.43
การแปลผล	หลังการอบรมโดยใช้คู่มือ ผู้ร่วมอบรมมีคะแนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.43	

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีประสิทธิผลของคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมมีคะแนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.43 สามารถแสดงดังภาพที่ 4.7

ดัชนีประสิทธิผลของคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม



ภาพที่ 4.7 ประสิทธิภาพของคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าที (t) ของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของผู้เข้าร่วมอบรมระหว่างก่อนและหลังการอบรม

คะแนนทดสอบ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนการอบรม	11.48	0.279	45.738	.000**
หลังการอบรม	17.58	0.242		

** ค่า $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าที (t) ของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มของผู้เข้าร่วมอบรมระหว่างก่อนและหลังการอบรม พบว่า

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เข้าร่วมอบรมก่อนการอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.48 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.279) ส่วนหลังการอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.58 (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.242) และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการอบรมโดยใช้การทดสอบที (t-test) แบบไม่เป็นอิสระแก่กัน (t-dependent) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3.3 ผลการประเมินผลการถ่ายทอด (อบรม) คู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม แสดงดังตารางที่ 4.13

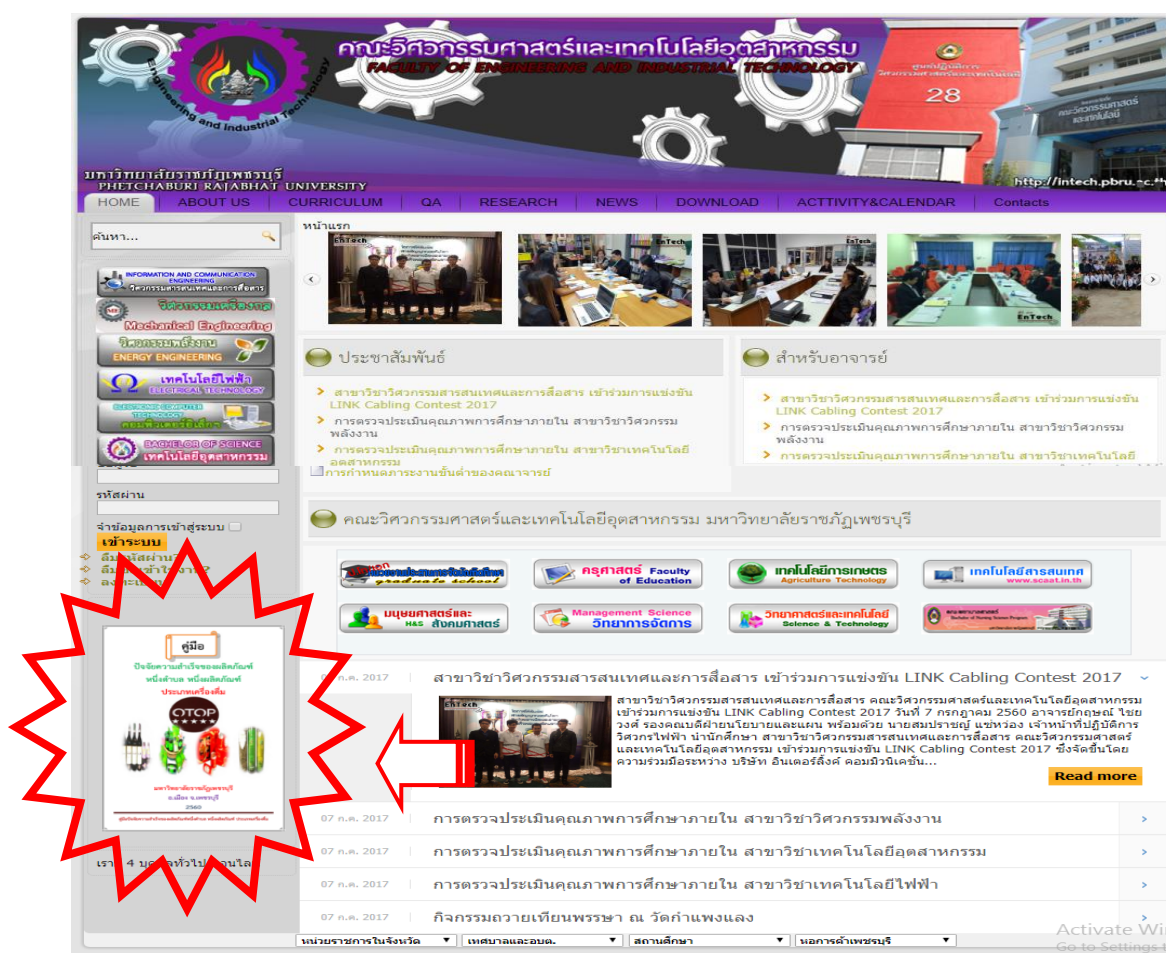
ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินผลการถ่ายทอด กับกลุ่มผู้เข้าร่วมรับการถ่ายทอด (อบรม) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามความพึงพอใจ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน จากข้อคำถามทั้ง 3 ด้าน รวม 13 ข้อ มีความสอดคล้องกัน โดยมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ใช้ได้ทั้งชุด สรุปดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม)

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1.	ด้านเนื้อหาและวิทยาการ				
2.	หัวข้อและเนื้อหาครบถ้วน ตรงตามวัตถุประสงค์	4.66	0.542	มากที่สุด	
3.	ความเหมาะสมและน่าสนใจของรายละเอียดในเนื้อหา	4.60	0.671	มากที่สุด	
4.	ความเหมาะสมในการถ่ายทอดได้น่าสนใจของวิทยาการ	4.23	0.854	มาก	
5.	เทคนิค/วิธีการบรรยายของวิทยาการ	4.36	0.616	มาก	
6.	วิทยาการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการซักถาม	4.46	0.570	มาก	
เฉลี่ยรวมด้านเนื้อหาและวิทยาการ		4.46	0.361	มาก	1
7.	ด้านบริหารจัดการ				
8.	ระยะเวลาในการอบรม	4.70	0.464	มากที่สุด	
9.	บรรยากาศ สถานที่ของการอบรม	4.16	0.534	มาก	
10.	ความเหมาะสมของเอกสารและการนำเสนอ	4.50	0.505	มากที่สุด	
11.	ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	4.43	0.507	มาก	
เฉลี่ยรวมด้านบริหารจัดการ		4.45	0.264	มาก	2
12.	ด้านความรู้และการนำไปใช้				
13.	ท่านมีความรู้ ความเข้าใจก่อนการอบรม	3.73	0.582	มาก	
14.	ท่านมีความรู้ ความเข้าใจหลังการอบรม	4.46	0.578	มากที่สุด	
15.	ท่านนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้	4.33	0.543	มาก	
16.	โดยรวมท่านมีความเข้าใจในระดับใด	4.40	0.564	มาก	
เฉลี่ยรวมด้านความรู้และการนำไปใช้		4.23	0.325	มาก	3
เฉลี่ยรวมทุกด้าน		4.38	0.193	มาก	

จากตารางที่ 4.13 ผลการประเมินการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม) พบว่า ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านเนื้อหาและวิทยากรมีความเหมาะสมเป็นอันดับแรก ลำดับรอง ได้แก่ ด้านบริหารจัดการ และด้านความรู้และการนำไปใช้ตามลำดับ

3.4 การถ่ายทอดในอีกรูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากการอบรม คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านหน้าเพจ <http://intech.pbru.ac.th> ของคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้อีกทางหนึ่งด้วย ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 สื่อสังคมออนไลน์ผ่านหน้าเพจ <http://intech.pbru.ac.th>

ผลการวิจัยตอนที่ 4 : เพื่อประเมินคู่มือและรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

4.1 เพื่อประเมินคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม กับกลุ่มผู้เข้าร่วมรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามความพึงพอใจ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน จากข้อคำถามทั้ง 3 ด้าน รวม 18 ข้อ สรุปดังตารางที่ 4.14

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ (Percentage) แสดงดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลทั่วไปจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.	เพศ		
	- ชาย	11	33.33
	- หญิง	22	66.67
	รวม	33	100.00
2.	อายุ		
	- ต่ำกว่า 30 ปี	15	45.50
	- ระหว่าง 31 – 40 ปี	3	9.10
	- ระหว่าง 41 – 50 ปี	8	24.20
	- 51 ปีขึ้นไป	7	21.20
	รวม	33	100.00
3.	ประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ หรือผู้สนใจทั่วไป		
	- กลุ่มผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP เครื่องดื่ม	10	30.30
	- ผู้สนใจทั่วไป	23	69.70
	รวม	33	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 22 คน (ร้อยละ 66.67) ส่วนเพศชาย มีจำนวน 11 คน (ร้อยละ 33.33)

เมื่อพิจารณาอายุ พบว่า มากที่สุดได้แก่ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 15 คน (ร้อยละ 45.50) รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 24.20) น้อยที่สุดได้แก่ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน (ร้อยละ 9.10)

เมื่อพิจารณาประเภทผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ หรือผู้สนใจทั่วไป พบว่า ผู้สนใจทั่วไปมากที่สุด มีจำนวน 23 คน (ร้อยละ 69.70) ส่วนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ มีจำนวน 10 คน (ร้อยละ 30.30)

4.1.2 ข้อมูลความคิดเห็นประเมินสภาพความพึงพอใจ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมแปลความหมาย ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนความพึงพอใจต่อคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของผู้เข้าร่วมอบรมหลังการอบรม

ข้อที่	ประเมินสภาพความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		$\bar{X}$	S.D.	แปล ความหมาย	
ด้านรูปแบบของคู่มือ					
1.	ความสวยงามของปก	4.48	0.566	มาก	
2.	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.67	0.540	มากที่สุด	
3.	ความเหมาะสมในการใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพในการสื่อความหมาย	4.52	0.619	มากที่สุด	
4.	ความเหมาะสมของจำนวนหน้าที่นำเสนอ	4.67	0.479	มากที่สุด	
5.	รูปแบบคู่มือกะทัดรัด น่าสนใจ น่าอ่าน	4.64	0.549	มากที่สุด	
6.	ความพึงพอใจโดยรวมในด้านรูปแบบของคู่มือ	4.55	0.617	มากที่สุด	3
ด้านเนื้อหาของคู่มือ					
7.	เนื้อหาของคู่มือมีความถูกต้อง และชัดเจน	4.55	0.506	มากที่สุด	
8.	เนื้อหาของคู่มืออ่านแล้วเข้าใจง่าย	4.76	0.435	มากที่สุด	
9.	เนื้อหาของคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน	4.52	0.566	มากที่สุด	
10.	เนื้อหาของคู่มือมีรายละเอียดครบถ้วน	4.52	0.566	มากที่สุด	
11.	เนื้อหาของคู่มือมีภาพประกอบทำให้เข้าใจง่าย	4.61	0.496	มากที่สุด	
12.	ความพึงพอใจโดยรวมในด้านเนื้อหาของคู่มือ	4.73	0.452	มากที่สุด	1
ด้านประโยชน์ของคู่มือ					
13.	สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและปฏิบัติตามได้	4.67	0.540	มากที่สุด	
14.	สามารถนำไปใช้ให้คำปรึกษากับผู้อื่นได้	4.61	0.496	มากที่สุด	
15.	สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.79	0.415	มากที่สุด	
16.	ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติตาม	4.67	0.540	มากที่สุด	
17.	สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.61	0.496	มากที่สุด	
18.	ความพึงพอใจโดยรวมในด้านประโยชน์ของคู่มือ	4.64	0.489	มากที่สุด	2
รวมทุกด้าน		4.62	0.315	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า สภาพความพึงพอใจเกือบทุกข้ออยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สามารถนำไปใช้ได้จริง (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมา เนื้อหาของคู่มืออ่านแล้วเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.76) ตามลำดับ ยกเว้นข้อที่ 1 ความสวยของปก อยู่ในระดับมีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.48) และโดยภาพรวมแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน โดยด้านเนื้อหาของคู่มืออยู่ในลำดับที่ 1 มีความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมา ด้านประโยชน์ของคู่มือ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และด้านรูปแบบของคู่มือ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ และภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.62)

4.1.3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม แสดงดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคู่มือ

ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
ผศ.ดร.อรุณรัตน์ ชินวรรณ	- เนื้อหาในคู่มือครอบคลุมประเด็นหัวข้อ “รูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม” - มีการใช้คำซ้ำ คำฟุ่มเฟือยมากเกินไป ควรปรับ - ภาพไม่ค่อยชัดเจน ควรปรับให้ชัดเจน
ผศ.สุภัทรา กล้าสกุล	- มีเพิ่มเติมบางข้อ โดยภาพรวมข้อมูลสามารถเข้าใจและครอบคลุม
อ.ดร.วัชร เวชประสิทธิ์	- คู่มือมีความเหมาะสม กระชับ เข้าใจง่าย เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการ OTOP ในการใช้เป็นแนวทางพัฒนาตนเองให้ได้รับการรับรอง OTOP 5 ดาว แต่ควรปรับภาษาเล็กน้อย
คุณวาสนา ไชว์พันธุ์	- ควรปรับรูปแบบปกให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ - การจัดวางภาพในเล่มเอกสารดีมาก - ควรปรับพื้นหัวข้อแนวทางการดำเนินงาน ไม่ควรใช้สีแดง ทำให้ตัวอักษรอ่านยาก - เนื้อหาโดยภาพรวมดี สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
คุณปิยะนุช มนต์ขลัง	- มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ภาพรวมเนื้อหาตามคู่มือเหมาะสม ใช้ได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และให้มีการปรับแก้เล็กน้อย ฉะนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับแก้ใหม่ตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ (ตามภาคผนวก จ)

4.2 เพื่อประเมินรูปแบบการจัดการการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการจัดการการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม กับกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 5 ราย โดยทำการประเมินรายการตรวจสอบสภาพก่อน ที่จะเข้ารับการอบรมโดยใช้เครื่องมือแบบประเมินรายการตรวจสอบก่อน เมื่อวันที่ 28 - 29 เมษายน 2560 และได้ทำการถ่ายทอดเทคโนโลยี (อบรม) เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2560 จำนวน 1 วัน หลังจากนั้นประมาณ 20 กว่าวัน ได้ทำการตรวจติดตามประเมินความก้าวหน้าในการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม โดยทำการเก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 23 - 25 พฤษภาคม 2560 โดยใช้เครื่องมือแบบประเมินรายการตรวจสอบหลัง ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้กับอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว สรุปดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 สรุปวิเคราะห์ภาพรวมผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	จำนวนรายการประเมิน	ผลการประเมินก่อนอบรม		ผลการประเมินหลังอบรม		สรุปผลการประเมินมีการปฏิบัติ (เพิ่มขึ้น)
			มีการปฏิบัติ	ยังไม่มีการปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ	ยังไม่มีการปฏิบัติ	
1.	น้ำตาลสดพาสเจอร์ไรซ์	62 ข้อ	45 ข้อ	17 ข้อ	52 ข้อ	10 ข้อ	7 ข้อ
2.	ศรีชุมแสงไวน์	62 ข้อ	49 ข้อ	13 ข้อ	57 ข้อ	5 ข้อ	8 ข้อ
3.	น้ำตาลโตนด 100% ไซรัป	62 ข้อ	48 ข้อ	14 ข้อ	56 ข้อ	6 ข้อ	8 ข้อ
4.	น้ำผักผลไม้รวม	62 ข้อ	50 ข้อ	12 ข้อ	56 ข้อ	6 ข้อ	6 ข้อ
5.	ชาดอกคำฝอย	62 ข้อ	49 ข้อ	13 ข้อ	52 ข้อ	10 ข้อ	3 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า มีการประเมินจากผู้ประกอบการทั้งหมด 5 ราย จำนวนรายการที่ประเมิน 10 ด้าน รวม 62 ข้อ ผลการประเมินภาพรวมสรุปดังนี้ ปฏิบัติตามคู่มือหลังการอบรมภาพรวมเพิ่มขึ้นทั้ง 5 ราย โดยเพิ่มขึ้นมากที่สุด 8 ข้อ ได้แก่ ศรีชุมแสงไวน์ กับน้ำตาลโตนด 100 % ไซรัป ส่วนที่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ ชาดอกคำฝอย ฉะนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าคู่มือที่ทางผู้ประกอบการได้นำไปใช้ประโยชน์นั้นมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ทำให้เกิดมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยรวมคิดเป็นร้อยละ 51.61 ส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้รับการคัดสรรฯ ระดับ 5 ดาวต่อไป สำหรับผลการสรุปวิเคราะห์จำแนกตามรายชื่อผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 4.18-4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.18 สรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการ
ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของ
ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดพาสเจอร์ไรซ์

ที่	ปัจจัยด้าน	จำนวน รายการ ประเมิน	ผลการประเมิน ก่อนอบรม		ผลการประเมิน หลังอบรม		สรุปผลการ ประเมิน มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม / เพิ่มขึ้น)
			มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	7 ข้อ	5 ข้อ	2 ข้อ	5 ข้อ	2 ข้อ	เหมือนเดิม
2.	การเงิน การบัญชี	5 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
3.	ผลิตภัณฑ์	8 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	เหมือนเดิม
5.	สนับสนุนจากหน่วยงาน ภายนอก	6 ข้อ	3 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 3 ข้อ
6.	การผลิต	9 ข้อ	8 ข้อ	1 ข้อ	8 ข้อ	1 ข้อ	เหมือนเดิม
7.	ผู้นำ	6 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
8.	การบริหารจัดการ	5 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
9.	การตลาด	8 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	7 ข้อ	1 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	4 ข้อ	0 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	3 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
	รวม	62 ข้อ	45 ข้อ	17 ข้อ	52 ข้อ	10 ข้อ	เพิ่มขึ้น 7 ข้อ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ภาพรวมจากปัจจัยทั้ง 10 ด้าน จำนวนรายการประเมิน 62 ข้อ สรุปผลการประเมินหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น 7 ข้อ จาก 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีรายละเอียดแยกประเด็นแต่ละด้านดังนี้

ด้านเครือข่ายความร่วมมือ พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 1.1 การสร้างเครือข่ายร่วมกันระหว่างภาครัฐภาคเอกชนตลอดจนสถาบันการศึกษา และข้อที่ 1.2 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการเงิน การบัญชี พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 5 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 3.4 บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนอีก 2 ข้อ คือข้อที่ 3.5 มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด กับข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายง่าย ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านบริหารจัดการแรงงาน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 4.4 การพัฒนาและฝึกอบรมแรงงาน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า มี 3 ข้อ คือข้อที่ 5.1 มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ข้อที่ 5.3 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อ 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการผลิต พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 6.6 โรงเรือนได้รับมาตรฐาน GMP ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านผู้นำ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 6 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 8.1 วางแผนการทำงาน เน้นประหยัดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการตลาด พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 10.3 การคืนกำไรสู่ชุมชน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนอีก 3 ข้อ คือข้อที่ 10.1 การจัดตั้งกลุ่ม ข้อที่ 10.2 แรงงาน/ทุนส่วนหนึ่งมาจากชุมชน และข้อที่ 10.4 จัดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ตารางที่ 4.19 สรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของผลิตภัณฑ์ศรีชุมแสงไวน์

ที่	ปัจจัยด้าน	จำนวนรายการประเมิน	ผลการประเมินก่อนอบรม		ผลการประเมินหลังอบรม		สรุปผลการประเมินมีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม / เพิ่มขึ้น)
			มีการปฏิบัติ	ยังไม่มีมีการปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ	ยังไม่มีมีการปฏิบัติ	
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	7 ข้อ	6 ข้อ	1 ข้อ	7 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
2.	การเงิน การบัญชี	5 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
3.	ผลิตภัณฑ์	8 ข้อ	8 ข้อ	0 ข้อ	8 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
5.	สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	6 ข้อ	2 ข้อ	4 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 4 ข้อ
6.	การผลิต	9 ข้อ	7 ข้อ	2 ข้อ	7 ข้อ	2 ข้อ	เหมือนเดิม
7.	ผู้นำ	6 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
8.	การบริหารจัดการ	5 ข้อ	3 ข้อ	2 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
9.	การตลาด	8 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	4 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
	รวม	62 ข้อ	49 ข้อ	13 ข้อ	57 ข้อ	5 ข้อ	เพิ่มขึ้น 8 ข้อ

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ภาพรวมจากปัจจัยทั้ง 10 ด้าน จำนวนรายการประเมิน 62 ข้อ สรุปผลการประเมินหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น 8 ข้อ จาก 5 ด้าน คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือ ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชนโดยมีรายละเอียดแยกประเด็นแต่ละด้านดังนี้

ด้านเครือข่ายความร่วมมือ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 1.7 สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเป็นคลัสเตอร์ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการเงิน การบัญชี พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 5 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 8 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านบริหารจัดการแรงงาน พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติ ทั้ง 4 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า มี 4 ข้อ คือข้อที่ 5.2 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านการขาย ข้อที่ 5.3 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อที่ 5.4 รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ และข้อ 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการผลิต พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 6.6 โรงเรือนได้รับมาตรฐาน GMP และข้อที่ 6.7 วางแผนการผลิตตามยอดที่สั่งมา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านผู้นำ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 6 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 8.3 การกำหนดโครงสร้างการทำงาน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น และส่วนข้อที่ 8.4 มีเครื่องหมาย อย. และเครื่องหมาย GMP ทุกผลิตภัณฑ์ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการตลาด พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น และส่วนข้อที่ 9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ และข้อที่ 9.2 รายได้เฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 10.3 การคืนกำไรกลับสู่ชุมชน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.20 สรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการ
ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของ
ผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด 100 % ไชรัมย์

ที่	ปัจจัยด้าน	จำนวน รายการ ประเมิน	ผลการประเมิน ก่อนอบรม		ผลการประเมิน หลังอบรม		สรุปผลการ ประเมิน มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม / เพิ่มขึ้น)
			มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	7 ข้อ	7 ข้อ	0 ข้อ	7 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
2.	การเงิน การบัญชี	5 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
3.	ผลิตภัณฑ์	8 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
5.	สนับสนุนจากหน่วยงาน ภายนอก	6 ข้อ	3 ข้อ	3 ข้อ	5 ข้อ	1 ข้อ	เพิ่มขึ้น 2 ข้อ
6.	การผลิต	9 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
7.	ผู้นำ	6 ข้อ	5 ข้อ	1 ข้อ	5 ข้อ	1 ข้อ	เหมือนเดิม
8.	การบริหารจัดการ	5 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
9.	การตลาด	8 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	8 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 2 ข้อ
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	4 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
	รวม	62 ข้อ	48 ข้อ	14 ข้อ	56 ข้อ	6 ข้อ	เพิ่มขึ้น 8 ข้อ

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ภาพรวมจากปัจจัยทั้ง 10 ด้าน จำนวนรายการประเมิน 62 ข้อ สรุปผลการประเมินหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น 8 ข้อ จาก 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านการผลิต ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชนโดยมีรายละเอียดแยกประเด็นแต่ละด้านดังนี้

ด้านเครือข่ายความร่วมมือ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 7 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการเงิน การบัญชี พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 5 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 3.4 บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนอีก 2 ข้อ คือข้อที่ 3.3 ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและข้อที่ 3.5 มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านบริหารจัดการแรงงาน พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติ ทั้ง 4 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 5.3 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อ 5.4 รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่ 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการผลิต พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 6.3 คำนึงถึงการรักษาสภาพและสิ่งแวดล้อม ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่ 6.4 สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม และข้อที่ 6.6 โรงเรือนได้รับมาตรฐาน GMP ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านผู้นำ พบว่า มี 1 ข้อคือข้อที่ 7.4 มีการจัดประชุมพูดคุยกันสม่ำเสมอ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 8.1 วางแผนการทำงาน เน้นประหยัดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการตลาด พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศและข้อที่ 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 10.3 การคืนกำไรกลับสู่ชุมชน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.21 สรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์น้ำผักผลไม้รวม

ที่	ปัจจัยด้าน	จำนวนรายการประเมิน	ผลการประเมินก่อนอบรม		ผลการประเมินหลังอบรม		สรุปผลการประเมิน มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม / เพิ่มขึ้น)
			มีการปฏิบัติ	ยังไม่มี การปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ	ยังไม่มี การปฏิบัติ	
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	7 ข้อ	7 ข้อ	0 ข้อ	7 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
2.	การเงิน การบัญชี	5 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	เหมือนเดิม
3.	ผลิตภัณฑ์	8 ข้อ	4 ข้อ	4 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
5.	สนับสนุนจากหน่วยงาน ภายนอก	6 ข้อ	4 ข้อ	2 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 2 ข้อ
6.	การผลิต	9 ข้อ	9 ข้อ	0 ข้อ	9 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
7.	ผู้นำ	6 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
8.	การบริหารจัดการ	5 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
9.	การตลาด	8 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	4 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
	รวม	62 ข้อ	50 ข้อ	12 ข้อ	56 ข้อ	6 ข้อ	เพิ่มขึ้น 6 ข้อ

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ภาพรวมจากปัจจัยทั้ง 10 ด้าน จำนวนรายการประเมิน 62 ข้อ สรุปผลการประเมินหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น 6 ข้อ จาก 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด และด้านความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีรายละเอียดแยกประเด็นแต่ละด้านดังนี้

ด้านเครือข่ายความร่วมมือ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 7 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการเงิน การบัญชี พบว่า มี 1 ข้อคือข้อที่ 2.2 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดทำบัญชี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีมีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 3.4 บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนอีก 3 ข้อ คือข้อที่ 3.3 ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ข้อที่ 3.5 มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด และข้อที่ 3.7 มาตรฐานผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรอง ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีมีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านบริหารจัดการแรงงาน พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติ ทั้ง 4 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 5.1 มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา และข้อ 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการผลิต พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 9 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านผู้นำ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 6 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 8.2 ดำเนินการขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการตลาด พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น และส่วนข้อที่ 9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ และข้อที่ 9.2 รายได้เฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีมีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 10.3 การคืนกำไรกลับสู่ชุมชน ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.22 สรุปวิเคราะห์ผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการ
ปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม ของ
ผลิตภัณฑ์ชาดอกคำฝอย

ที่	ปัจจัยด้าน	จำนวน รายการ ประเมิน	ผลการประเมิน ก่อนอบรม		ผลการประเมิน หลังอบรม		สรุปผลการ ประเมิน มีการปฏิบัติ (เหมือนเดิม / เพิ่มขึ้น)
			มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	มีการ ปฏิบัติ	ยังไม่มี การ ปฏิบัติ	
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	7 ข้อ	5 ข้อ	2 ข้อ	5 ข้อ	2 ข้อ	เหมือนเดิม
2.	การเงิน การบัญชี	5 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
3.	ผลิตภัณฑ์	8 ข้อ	5 ข้อ	3 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	4 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
5.	สนับสนุนจากหน่วยงาน ภายนอก	6 ข้อ	4 ข้อ	2 ข้อ	4 ข้อ	2 ข้อ	เหมือนเดิม
6.	การผลิต	9 ข้อ	7 ข้อ	2 ข้อ	7 ข้อ	2 ข้อ	เหมือนเดิม
7.	ผู้นำ	6 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	6 ข้อ	0 ข้อ	เหมือนเดิม
8.	การบริหารจัดการ	5 ข้อ	4 ข้อ	1 ข้อ	5 ข้อ	0 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
9.	การตลาด	8 ข้อ	6 ข้อ	2 ข้อ	7 ข้อ	1 ข้อ	เพิ่มขึ้น 1 ข้อ
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	4 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	3 ข้อ	1 ข้อ	เหมือนเดิม
	รวม	62 ข้อ	49 ข้อ	13 ข้อ	52 ข้อ	10 ข้อ	เพิ่มขึ้น 3 ข้อ

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ภาพรวมจากปัจจัยทั้ง 10 ด้าน จำนวนรายการประเมิน 62 ข้อ สรุปผลการประเมินหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น 3 ข้อ จาก 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดแยกประเด็นแต่ละด้านดังนี้

ด้านเครือข่ายความร่วมมือ พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 1.4 หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ และข้อที่ 1.5 เจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มี การปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการเงิน การบัญชี พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 5 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 3.3 ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนอีก 2 ข้อ คือข้อที่ 3.4 บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วนและข้อที่ 3.5 มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มี การปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านบริหารจัดการแรงงาน พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติ ทั้ง 4 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 5.1 มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา และข้อ 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านการผลิต พบว่า มี 2 ข้อ คือข้อที่ 6.1 วัตถุดิบมาจากแหล่งชุมชน และข้อที่ 6.5 นำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆหรือเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิต ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านผู้นำ พบว่า ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติทั้ง 6 ข้อ (เหมือนเดิม)

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มี 1 ข้อ คือ ข้อที่ 8.2 ดำเนินการขอมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น

ด้านการตลาด พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี ก่อนการอบรมและหลังการอบรมมีการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่ 9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า มี 1 ข้อ คือข้อที่ 10.4 จัดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ก่อนการอบรมและหลังการอบรมยังไม่มีปฏิบัติ (เหมือนเดิม)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยขอสรุปผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้งานตามคู่มือปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มจาก 5 ผลิตภัณฑ์ ในประเด็นหัวข้อยังไม่มีปฏิบัติ (ก่อน-หลัง) และประเด็นหัวข้อมีการปฏิบัติเพิ่ม ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 สรุปผลการประเมินรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือรูปแบบการจัดการปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม

ที่	ปัจจัยด้าน	ผลการประเมิน (ก่อน-หลัง)	
		ยังไม่มีปฏิบัติ	มีการปฏิบัติเพิ่ม
1.	เครือข่ายความร่วมมือ	1.1 การสร้างเครือข่ายร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา (1 ราย) 1.2 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (1 ราย) 1.4 หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ (1 ราย) 1.5 เจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ (1 ราย)	1.7 สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเป็นคลัสเตอร์ (1 ราย)
2.	การเงิน การบัญชี	2.2 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดทำบัญชี (1 ราย)	-

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ที่	ปัจจัยด้าน	ผลการประเมิน (ก่อน-หลัง)	
		ยังไม่มีการปฏิบัติ	มีการปฏิบัติเพิ่ม
3.	ผลิตภัณฑ์	3.3 ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (2 ราย) 3.4 บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วน (1 ราย) 3.5 มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด (3 ราย) 3.7 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ที่มีเครื่องหมายรับรอง (1 ราย) 3.8 บรรจุภัณฑ์ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย (1 ราย)	3.3 ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (1 ราย) 3.4 บรรจุภัณฑ์ที่มีรายละเอียดครบถ้วน (3 ราย)
4.	บริหารจัดการแรงงาน	4.4 การพัฒนาและฝึกอบรมแรงงาน (1 ราย)	-
5.	สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	5.1 มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา (1 ราย) 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา (2 ราย)	5.1 มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา (2 ราย) 5.2 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านการขาย (1 ราย) 5.3 ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3 ราย) 5.4 รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ (2 ราย) 5.6 สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา (3 ราย)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ที่	ปัจจัยด้าน	ผลการประเมิน (ก่อน-หลัง)	
		ยังไม่มีปฏิบัติ	มีการปฏิบัติเพิ่ม
6.	การผลิต	6.4 สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม (1 ราย) 6.5 นำเทคโนโลยีใหม่ๆหรือเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิต (1 ราย) 6.6 โรงเรือนได้รับมาตรฐาน GMP (3 ราย) 6.7 วางแผนการผลิตตามยอดที่สั่งมา (1 ราย)	6.3 คำนึงถึงการรักษาสภาพและสิ่งแวดล้อม (1 ราย)
7.	ผู้นำ	7.4 มีการจัดประชุมพูดคุยกันสม่ำเสมอ (1 ราย)	-
8.	การบริหารจัดการ	8.4 มีเครื่องหมาย อย. และเครื่องหมาย GMP ในทุกๆผลิตภัณฑ์ (1 ราย)	8.1 วางแผนการทำงานเน้นประหยัด มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (2 ราย) 8.2 ดำเนินการขอมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ (2 ราย) 8.3 การกำหนดโครงสร้างการทำงาน (1 ราย)
9.	การตลาด	9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ (4 ราย) 9.2 รายได้เฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น (2 ราย)	9.1 จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ (1 ราย) 9.7 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี (5 ราย)
10.	ความเข้มแข็งของชุมชน	10.1 การจัดตั้งกลุ่ม (1 ราย) 10.2 แร่งงาน/ทุนส่วนหนึ่งมาจากชุมชน (1 ราย) 10.4 จัดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น (2 ราย)	10.3 การคืนกำไรกลับสู่ชุมชน (4 ราย)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการประเมินรูปแบบที่ยังไม่มีการปฏิบัติหลังการอบรมส่วนใหญ่ ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่ายมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีรหัสบาร์โค้ด คิวอาร์โค้ด สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยด้านองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา โรงเรือนได้รับมาตรฐาน GMP จัดหาแหล่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งอาจจะเกิดจากระยะเวลาที่สั้น บางเรื่องต้องใช้เวลา ไม่สามารถที่จะดำเนินการได้กับช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนผลการประเมินรูปแบบที่มีการปฏิบัติเพิ่มหลังการอบรมส่วนใหญ่ ได้แก่ ประเด็นเรื่อง บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดครบถ้วน มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหลายๆวิธี การคืนกำไรกลับสู่ชุมชน เป็นต้น ซึ่งอาจจะเกิดจากบางเรื่องพอรู้ช่องทางหรือรายละเอียดก็สามารถที่จะดำเนินการได้เลยในช่วงระยะเวลานั้นๆ