

## บทที่ 4

### อภิปรายผลการวิจัย

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) โดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคสินค้า OTOP จำนวน 400 ราย ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเพศชายจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ดังตารางที่ 4.1) ผลการสำรวจพบว่า ในกลุ่มสินค้า OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสามอันดับแรกได้แก่ 1) การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของสินค้าบนฉลากสินค้า 2) ความถูกต้องตามหลักโภชนาการอาหารและเครื่องดื่ม และ 3) รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม (ดังตารางที่ 4.2) ซึ่งผู้บริโภคบางส่วนประมาณร้อยละ 25 มีความเชื่อว่าวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของสินค้าไม่ตรงกับรายละเอียดที่ระบุบนฉลากสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นที่ไม่สามารถตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์ที่ตนเองบริโภคอยู่นั้นเป็นไปตามคุณสมบัติและรายละเอียดที่ได้ระบุอยู่บนฉลากสินค้าหรือไม่ และผลิตภัณฑ์ได้ถูกตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องหรือไม่

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลที่ศึกษา

|               |   |
|---------------|---|
| เพศ           | ชาย 192 คน (48%)<br>หญิง 208 คน (52%)   |
| อายุ          | ต่ำกว่า 21 ปี 93 คน (23%)<br>21 - 40 ปี 96 คน (24%)<br>41 - 60 ปี 124 คน (31%)<br>60 ปีขึ้นไป 88 คน (22%)   |
| ระดับการศึกษา | ประถมศึกษา 84 คน (21%)<br>มัธยมศึกษา 112 คน (28%)<br>ปริญญาตรี 136 คน (34%)<br>สูงกว่าปริญญาตรี 68 คน (17%)   |
| ที่อยู่       | อำเภอเมืองนครปฐม 57 คน (14.25%)<br>อำเภอกำแพงแสน 58 คน (14.5%)<br>อำเภอนครชัยศรี 58 คน (14.5%)<br>อำเภอดอนตูม 56 คน (14%)<br>อำเภอบางเลน 58 คน (14.5%)<br>อำเภอสสามพราน 56 คน (14%)<br>อำเภอพุทธมณฑล 57 คน (14.25%) |

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม

| ประเด็น   | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|---|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของส่วนประกอบของอาหารหรือเครื่องดื่ม | 4.61      | 0.89                          | มากที่สุด             |
| 2. รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม  | 4.10      | 0.85                          | มาก                   |
| 3. ความมีเอกลักษณ์ของอาหารและเครื่องดื่ม                            | 3.94      | 0.82                          | มาก                   |
| 4. ราคาของอาหารหรือเครื่องดื่มคุ้มค่า                               | 3.86      | 0.93                          | มาก                   |
| 5. ถูกต้องตามหลักโภชนาการ   | 4.24      | 0.92                          | มาก                   |

ในกลุ่มสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม ประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สิ่งที่มีผู้บริโภคให้ความสำคัญสามอันดับแรกได้แก่ 1) การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกาย 2) การรับประกันสินค้า 3) การมีสินค้าให้เลือกหลายขนาดตามความต้องการ (ดังตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

| ประเด็น                                      | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|--|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบ   | 4.64      | 0.84                          | มากที่สุด             |
| 2. การมีสินค้าให้เลือกหลายขนาดตามความต้องการ | 4.12      | 0.75                          | มาก                   |
| 3. ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ                | 3.73      | 0.72                          | มาก                   |
| 4. ราคาของสินค้าคุ้มค่า                      | 3.56      | 0.86                          | มาก                   |
| 5. การรับประกันสินค้า                        | 4.54      | 0.79                          | มากที่สุด             |

ในกลุ่มสินค้า OTOP ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง 1) ราคาของสินค้ามีความคุ้มค่า 2) คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ 3) การออกแบบทันสมัย (ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง

| ประเด็น  | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|--|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบ       | 3.78      | 0.74                          | มาก                   |
| 2.การออกแบบทันสมัย                               | 3.93      | 0.83                          | มาก                   |
| 3.ความมีเอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป | 3.62      | 0.76                          | มาก                   |
| 4.ราคาของสินค้าคุ้มค่า                           | 4.57      | 0.95                          | มากที่สุด             |
| 5.คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ               | 4.59      | 0.82                          | มากที่สุด             |

ในกลุ่มสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก สิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญสามอันดับแรกได้แก่ 1) ความมีเอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป 2) ราคาของสินค้ามีความคุ้มค่า 3) คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก

| ประเด็น  | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|--|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบ       | 3.87      | 0.85                          | มาก                   |
| 2.การมีสินค้าให้เลือกหลายขนาดตามความต้องการ      | 3.45      | 0.83                          | ปานกลาง               |
| 3.ความมีเอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป | 4.13      | 0.74                          | มาก                   |
| 4.ราคาของสินค้าคุ้มค่า                           | 3.98      | 0.79                          | มาก                   |
| 5.คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ               | 3.53      | 0.91                          | มาก                   |

ในกลุ่มสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร สิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญสามอันดับแรกได้แก่ 1) คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ 2) การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของไพร 3) ราคาของสินค้ามีความคุ้มค่า (ดังตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

| ประเด็น   | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|---|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. การบอกคุณสมบัติและรายละเอียดของวัตถุดิบสมุนไพร | 4.59      | 0.77                          | มากที่สุด             |
| 2. การรับประกันความปลอดภัย                        | 4.11      | 0.87                          | มาก                   |
| 3. ความมีเอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป | 3.88      | 0.92                          | มาก                   |
| 4. ราคาของสินค้าคุ้มค่า                           | 4.24      | 0.84                          | มาก                   |
| 5. คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการ               | 4.65      | 0.89                          | มากที่สุด             |

เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมความพึงพอใจในการบริโภคสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐมพบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อย คือ แหล่งจำหน่ายสินค้า OTOP ค่อนข้างมีน้อยไม่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป ซึ่งแหล่งซื้อที่สำคัญ ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ อีกทั้งสินค้ายังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสินค้า OTOP ของจังหวัดอื่น ทำให้สินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐมไม่เป็นที่ดึงดูดเท่าที่ควร และปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากคือ ราคาของสินค้าของสินค้ามีความคุ้มค่า (ดังตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม

| ประเด็น   | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | การแปรผล<br>ค่าเฉลี่ย |
|---|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. สินค้า OTOP มีคุณภาพดี มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม                          | 3.43      | 0.88                          | ปานกลาง               |
| 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP มีหลายช่องทางสามารถหาซื้อได้ง่าย   | 2.35      | 0.95                          | น้อย                  |
| 3. สินค้า OTOP มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป                   | 2.41      | 0.74                          | น้อย                  |
| 4. ราคาสินค้า OTOP คุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ              | 3.76      | 0.91                          | มาก                   |
| 5. สินค้า OTOP มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การมีของแถม เป็นต้น | 3.16      | 0.83                          | ปานกลาง               |

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลซัพพลายเออร์และผู้ผลิต OTOP ของจังหวัดนครปฐม

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อสำรวจข้อมูลผู้ผลิตสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 ราย และซัพพลายเออร์สินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 ราย โดยผลการสำรวจพบว่า

ด้านผลการสำรวจข้อมูลจากซัพพลายเออร์สินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐมพบว่า ผู้ผลิตมีความพึงพอใจกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับจากซัพพลายเออร์ โดยพบว่า ซัพพลายเออร์มีความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสินค้า สินค้าที่ส่งมอบอยู่ในสภาพสมบูรณ์และมีคุณภาพตรงตามรายละเอียดที่กำหนด มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ อีกทั้งซัพพลายเออร์สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทีและให้ข้อมูลสินค้าได้อย่างถูกต้อง

ด้านผลการสำรวจข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดนครปฐมพบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า OTOP ค่อนข้างสูง โดยพบว่า สาเหตุเกิดจากการที่ผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนน้อยที่มีการรวมกลุ่มการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และในจังหวัดนครปฐมยังขาดการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับการผลิตสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง

#### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างคุณค่าในการจัดการซัพพลายเชนอุตสาหกรรมสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์การสร้างคุณค่าในการจัดการซัพพลายเชนที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ วัตถุประสงค์หรือปัจจัยการผลิตสินค้า OTOP กระบวนการผลิตสินค้า OTOP การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า OTOP การขนส่งและการกระจายสินค้า OTOP การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP (ดังภาพที่ 4.1)



ภาพที่ 4.1 องค์ประกอบหลักของการสร้างคุณค่าในซัพพลายเชนสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม

จากการวิเคราะห์ฯ พบว่ามีกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่าในซัพพลายเชนของสินค้า OTOP ของจังหวัดนครปฐม เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบหรือส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ที่มีคุณภาพ โดยวัตถุดิบหรือส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ต้องมาจากแหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้ สำหรับวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล ต้องมีการสำรองวัตถุดิบไว้เพื่อให้เพียงพอกับการผลิตตลอดทั้งปี โดยเลือกการจัดเก็บวัตถุดิบที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถเก็บวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตสินค้า OTOP ได้ในระยะยาว จากนั้นวัตถุดิบจะถูกจัดส่ง เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการการผลิตสินค้า OTOP

กระบวนการผลิตสินค้า OTOP ต้องถูกปฏิบัติตามมาตรฐาน เช่น International Organization for Standardization ฯลฯ อย่างเคร่งครัดทุกขั้นตอน การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ต้องใช้วัสดุที่สามารถป้องกันสินค้าเสียหายได้ เช่น วัสดุที่กันน้ำ กันความชื้น กันแสง กันแก๊ส หรือใช้วัสดุที่สามารถปกป้องให้สินค้ามีสภาพสดหรือใหม่อยู่ในสภาวะแวดล้อมของตลาดได้ยาว การติดฉลากสินค้า OTOP หรือการบอกรายละเอียดของสินค้า OTOP ต้องมีความน่าเชื่อถือและมีเครื่องหมายรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า OTOP ให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ผู้ผลิตสินค้า OTOP ควรมีการรวมกลุ่มการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และมีการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับการผลิตสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง (Sustainable Research and Development) จากนั้นสินค้า OTOP จะถูกจัดส่งไปยังคลังสินค้า (Warehouse) หรือศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

คลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าจะดำเนินกิจกรรมการควบคุมสินค้าคงคลัง โดยต้องมีการควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม นอกจากนั้นยังดำเนินการสื่อสารในการกระจายสินค้า OTOP เพื่อส่งสินค้า OTOP ไปยังร้านค้าส่งและร้านค้าปลีก โดยยึดหลักการจัดการการขนส่ง (Transportation Management) ซึ่งผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกต้องคำนึงถึงการบริการลูกค้า (Customer service) และพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภคสินค้า OTOP (Demand Forecasting) รวมทั้งศึกษาพฤติกรรม ความชอบของผู้บริโภคสินค้า OTOP ในแต่ละพื้นที่เป้าหมายที่ต้องการขาย