



กรมการพัฒนาชุมชน

รายงานการวิจัยประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP
เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดย KBO จังหวัด

ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนนครนายก

สถาบันการพัฒนาชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน

กระทรวงมหาดไทย

R&D ๐๓๐๕/๕๔

ข้อเสนอสำหรับผู้บริหาร

การวิจัยประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ปี ๒๕๕๓ โดยมีวัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดย KBO จังหวัด ๒. เพื่อประเมินผลการสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP มีพื้นที่การจัดเก็บข้อมูล ๔ ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นการประเมินเชิงปริมาณและคุณภาพ ในพื้นที่ภาคกลาง จำนวน ๕ จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครนายก นนทบุรี ปทุมธานี ปราจีนบุรี และพระนครศรีอยุธยา

โดยการสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลุ่ม

๑. คณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ระดับจังหวัด จำนวน ๒๐ คน
๒. กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๓๘ กลุ่ม
๓. กลุ่มผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าที่เข้าสู่กระบวนการพัฒนาเป็นประจำ จำนวน ๓๘ คน

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

-การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

-การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากคำถามปลายเปิด

๑.กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยกลุ่ม ด้านการจัดทำแผน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การนำภูมิปัญญามาใช้ และตำนานของผลิตภัณฑ์

เกณฑ์ในประเมิน : ดำเนินการเป็นไปตามแนวทางที่กรมฯ กำหนดไม่น้อยกว่า ๔ ใน ๗

๒.กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยกลุ่ม ด้านความรู้ การประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจำหน่าย

เกณฑ์ในประเมิน : ดำเนินการเป็นไปตามแนวทางที่กรมฯ กำหนดไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๕

๓.กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดย KBO จังหวัด

เกณฑ์ในประเมิน : ดำเนินการเป็นไปตามแนวทางที่กรมฯ กำหนดไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๕

๔.ความพึงพอใจของกลุ่มต่อรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

๕.ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

เกณฑ์ความพึงพอใจ :

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ - ๑.๕๐ = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑ - ๒.๕๐ = ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑ - ๓.๕๐ = ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๑ - ๔.๕๐ = ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๑ - ๕.๐๐ = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

เกณฑ์การผ่านการประเมิน มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากขึ้นไป หรือมีค่าเฉลี่ย ≥ 3.51 ถือว่าผ่านการประเมินในครั้งนี้

ผลการประเมิน

๑. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยกลุ่ม ด้านการจัดทำแผน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การนำภูมิปัญญามาใช้ และตำนานของผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตมีกระบวนการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมิน ๗ ด้าน ด้านที่มีค่าคะแนนมากที่สุด ๔ ลำดับ ดังนี้

๑.ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ (ร้อยละ ๑๐๐)

๒.กลุ่มมีการจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (ร้อยละ ๙๒.๔)

๓.ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามีการพัฒนาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ๙๒.๔)

๔. ผลิตภัณฑ์มีการเล่าเรื่องราว (ตำนาน) ของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ๙๒.๔)

๕.กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยกลุ่ม ด้านความรู้ การประชาสัมพันธ์ ช่องทางการจำหน่าย รายได้..
การตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตมีกระบวนการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมิน ๕ ด้าน ด้านที่มีค่า
คะแนนเรื่องตามลำดับ ดังนี้

๑. ด้านรายได้ กลุ่มมีผลการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙๔.๗
๒. ด้านการจำหน่ายสินค้า กลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายโดยขายตรงที่ทำการกลุ่ม ร้อยละ ๙๒.๑
๓. ด้านการตลาด กลุ่มมีตลาดจำหน่ายในระดับจังหวัด ร้อยละ ๘๙.๕
- ๔.ด้านความรู้ ได้รับความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ ร้อยละ ๗๓.๗
- ๕.ด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๖๘.๔

๖.กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดย KBO จังหวัดตามแนวทางที่กรมฯ กำหนด พบว่า KBO จังหวัดมี
ขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้ง ๕ ขั้นตอน ข้อที่มีคะแนนเรียง
ตามลำดับ ดังนี้

- ๑.กำหนดกลุ่มเป้าหมายและการสนับสนุนให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร้อยละ ๙๕
๒. การสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร้อยละ ๙๐
๓. การค้นหาความต้องการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองผลการพัฒนาและปรับปรุง
ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ ๘๕

๔.ความพึงพอใจของกลุ่มต่อรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีความพึง
พอใจรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย ๓.๗๖) เนื่องจากรายได้ปี ๒๕๕๓มากกว่า
รายได้ปี ๒๕๕๒ ร้อยละ ๑๓.๑๕ (รายได้ปี ๒๕๕๒ จำนวน ๖๖๓,๓๖๓.๖๔ บาท รายได้ปี ๒๕๕๓ จำนวน
๗๗๒,๑๑๗.๓๙ บาท)

๕.ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย ๓.๙๒)
ข้อที่ผู้บริโภคพึงพอใจมาก ๓ ลำดับ ดังนี้

- ๑.คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย ๔.๒๙)
- ๒.การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๘)
- ๓.ความเหมาะสมของวัตถุดิบที่นำมาผลิต (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๓)