

รายงานผลการสำรวจ
ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

พ.ศ. 2547



สำนักงานสถิติแห่งชาติ
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

<http://www.nso.go.th>

ISBN 974-338-694-7



รายงานผลการสำรวจ

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

พ.ศ. 2547

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

<http://www.nso.go.th>

เผยแพร่โดย

สำนักสถิติพยากรณ์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ถนนหลานหลวง เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กทม. 10100

โทร. 0 2281 0333 ต่อ 1210 , 1211

โทรสาร 0 2281 3814

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ binfopub@nso.go.th

ปีที่พิมพ์

2547

ISBN

974-338-694-7

หน่วยงานเจ้าของเรื่อง

กองสถิติประจําชาติ

โทร. 0 2281 0333 ต่อ 1702 - 1705

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ E-mail : wilailuk@nso.go.th

คำนำ

ตามที่รัฐบาล (พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี) ได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนได้มีการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนา/สร้างผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนนั้น สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการฯ ดังกล่าวขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการติดตาม ประเมินผล และวางแผนการดำเนินงานต่อไป

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

เมษายน 2547

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์	1
2. คุ้มครอง	1
3. ระเบียบวิธีการสำรวจ	1
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	2
5. การเสนอผล	2
6. คำอธิบาย	2
7. สรุปผลการสำรวจ	3
7.1 การใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	3
7.2 ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	5
7.3 การทราบว่าเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP (www.thaitambon.com)	5
7.4 การทราบว่าสามารถสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์	6
7.5 คุณภาพและมาตรฐานสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	7
7.6 การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากร และภูมิปัญญาในท้องถิ่น	8
7.7 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ	9
7.8 ประโยชน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	9
7.9 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน	10
7.10 ข้อเสนอแนะ	11
ตารางสถิติ	17-28

การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์

ตามที่รัฐบาลได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้มีการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนา/สร้างผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเป็น การสร้างชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ต่อไป

ในการนี้สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการดังกล่าว เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้หรือบริโภคสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน/สินค้า OTOP การนำวัตถุดิบ/ทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ประโยชน์ของโครงการฯ และความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการติดตาม ประเมินผล และวางแผนการดำเนินงานต่อไป

2. คุ่มรวม

ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั่วประเทศ

3. ระเบียบวิธีการสำรวจ

แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นแบบ Stratified Three - Stage Sampling โดยมีภาคเป็นสตราตัม ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 สตราตัม คือ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง (ยกเว้น กทม.) ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ โดยมีชมรมอาคาร (ในเขตเทศบาล) และหมู่บ้าน (นอกเขตเทศบาล) เป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง ครั้วเรือนส่วนบุคคลเป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่สอง และสมาชิกที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่สาม

การเลือกหน่วยตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง

ในแต่ละภาค ทำการเลือกชมรมอาคาร / หมู่ บ้านตัวอย่าง อย่างอิสระต่อกัน โดยใช้ความน่าจะเป็นในการเลือกเป็นปฏิภาคกับจำนวนครั้วเรือนของชมรมอาคาร / หมู่บ้านนั้น ๆ ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 580 ชมรมอาคาร/หมู่บ้าน จากทั้งสิ้น 109,966 ชมรมอาคาร/หมู่บ้าน กระจายไปตามภาค และเขตการปกครอง เป็นดังนี้

ภาค	รวม	ในเขตเทศบาล	นอกเขตเทศบาล
1. กรุงเทพมหานคร	108	108	-
2. กลาง	126	44	82
3. เหนือ	114	24	90
4. ตะวันออกเฉียงเหนือ	132	24	108
5. ใต้	100	24	76
รวมทั่วประเทศ	580	224	356

การเลือกหน่วยตัวอย่างขั้นที่สอง

ในขั้นนี้เป็นการเลือกครัวเรือนตัวอย่างที่มีสมาชิกอายุ 18 ปีขึ้นไป ด้วยวิธีการสุ่ม โดยกำหนดให้เลือก 10 ครัวเรือนตัวอย่าง ต่อชุมชนอาคาร / หมู่บ้าน จำแนกตามภาค และเขตการปกครอง เป็นดังนี้

ภาค	รวม	ในเขตเทศบาล	นอกเขตเทศบาล
1. กรุงเทพมหานคร	1,080	1,080	-
2. กลาง	1,260	440	820
3. เหนือ	1,140	240	900
4. ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,320	240	1,080
5. ใต้	1,000	240	760
รวมทั้งประเทศ	5,800	2,240	3,560

การเลือกหน่วยตัวอย่างขั้นที่สาม

ในแต่ละครัวเรือนตัวอย่าง ได้ทำการเลือกสมาชิกในครัวเรือนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ครัวเรือนละ 1 คน เพื่อทำการสัมภาษณ์ ได้จำนวนหน่วยตัวอย่างทั้งสิ้น 5,800 คน

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีส่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ไปทำการสัมภาษณ์สมาชิกในครัวเรือนตัวอย่างที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ครัวเรือนละ 1 คน โดยให้กระจายตามเพศ อายุ และสถานภาพการทำงาน

ปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 - 18 มีนาคม 2547

5. การเสนอผล

เสนอผลการสำรวจในระดับภาค และระดับประเทศ ในรูปของร้อยละ

6. คำอธิบาย

ภาคกลาง จะไม่รวมกรุงเทพมหานคร

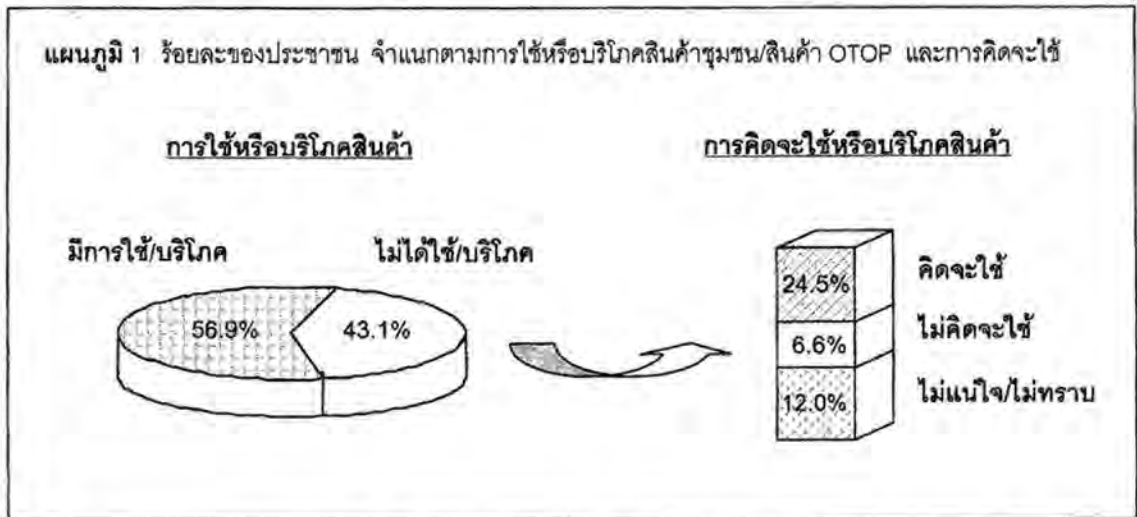
สินค้าชุมชน เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในชุมชน ด้วยภูมิปัญญาของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อนำผลิตภัณฑ์มาจัดจำหน่าย

สินค้า OTOP เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลที่ได้รับการคัดเลือกจากสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่าง ๆ ในตำบลนั้น และได้รับการขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์จากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ที่ถ่ายทอดจาก ปู่ ย่า ตา ยาย ญาติพี่น้อง หรือผู้ที่มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้แก่คนในท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงวิถีชีวิตและบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น

7. สรุปผลการสำรวจ

7.1 การใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP



ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP พบว่า ในทุกภาคโดยรวมมีประชาชน ระบุว่ามีการใช้หรือบริโภค ร้อยละ 56.9 ไม่ได้ใช้หรือบริโภค ร้อยละ 43.1 ทั้งนี้ เมื่อสอบถามกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เกี่ยวกับการคิดจะใช้สินค้าดังกล่าวหรือไม่ พบว่า คิดจะใช้ถึง ร้อยละ 24.5 ไม่คิดจะใช้ ร้อยละ 6.6 และไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ ร้อยละ 12.0

สำหรับในกลุ่มผู้ใช้/บริโภคสินค้า ร้อยละ 35.4 ระบุว่ามีการใช้เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่รัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้เท่าเดิมและใช้น้อยลงมี ร้อยละ 18.1 และ 3.4 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า ภาคใต้มีสัดส่วนของผู้ใช้/บริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP สูงกว่าภาคอื่น ๆ คือ ร้อยละ 59.4 รองลงมาภาคเหนือ กรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนการบริโภคไม่แตกต่างกัน คือ ประมาณร้อยละ 58 ส่วนภาคกลางมีการบริโภคน้อยที่สุด ร้อยละ 50.6

ตาราง 1 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่รัฐบาลจะจัดให้มีโครงการ OTOP เป็นรายภาค

การใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/ สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพมหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มีการใช้หรือบริโภค	56.9	58.7	50.6	58.9	58.6	59.4
เพิ่มขึ้น	35.4	33.6	28.2	35.7	38.7	41.2
น้อยลง	3.4	5.2	2.8	4.3	2.7	3.8
เท่าเดิม	18.1	19.9	19.6	18.9	17.2	14.4
ไม่ได้ใช้หรือบริโภค	43.1	41.3	49.4	41.1	41.4	40.6

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนโดยรวมเกี่ยวกับการคิดจะใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP หรือไม่ พบว่า ในทุกภาคส่วนใหญ่มีประชาชนระบุว่าคิดจะใช้ถึง ร้อยละ 78.0 ส่วนผู้ที่ไม่คิดจะใช้ มีเพียงร้อยละ 7.6 และไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ ร้อยละ 14.4 ทั้งนี้ประชาชนที่คิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ส่วนใหญ่ระบุประเภทของสินค้าที่จะใช้ดังนี้ อาหารแปรรูปต่าง ๆ ร้อยละ 71.3 สบู่ แชมพู ยาสีฟัน ครีมอาบน้ำ เครื่องสำอาง ร้อยละ 64.4 สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ร้อยละ 50.9 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 28.4 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 23.4 เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่งบ้าน ร้อยละ 21.4 และของที่ระลึก ร้อยละ 17.6 เป็นต้น

ตาราง 2 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการคิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และประเภทของสินค้าที่คิดจะใช้ เป็นรายภาค

การคิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้าOTOP และประเภทของสินค้า	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพมหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
คิดจะใช้	78.0	70.1	73.1	80.4	82.7	79.8
ประเภทของสินค้าที่คิดจะใช้^{1/}						
อาหารแปรรูปต่าง ๆ	71.3	69.1	77.7	72.3	67.7	70.2
สบู่ แชมพู ยาสีฟัน ฯ	64.4	56.0	62.2	58.5	71.8	65.2
สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม	50.9	42.2	39.8	54.0	62.5	41.9
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	28.4	21.2	21.8	32.5	35.7	20.9
เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	23.4	27.9	22.3	21.9	23.2	23.9
เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่งบ้าน	21.4	22.9	17.2	20.0	22.8	25.2
ของที่ระลึก	17.6	23.8	14.4	14.2	18.1	21.1
อื่น ๆ	9.8	13.8	7.9	11.4	8.3	11.0
ไม่คิดจะใช้	7.6	11.8	9.2	7.6	5.5	6.3
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	14.4	18.1	17.7	12.0	11.8	13.9

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

7.2 ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP

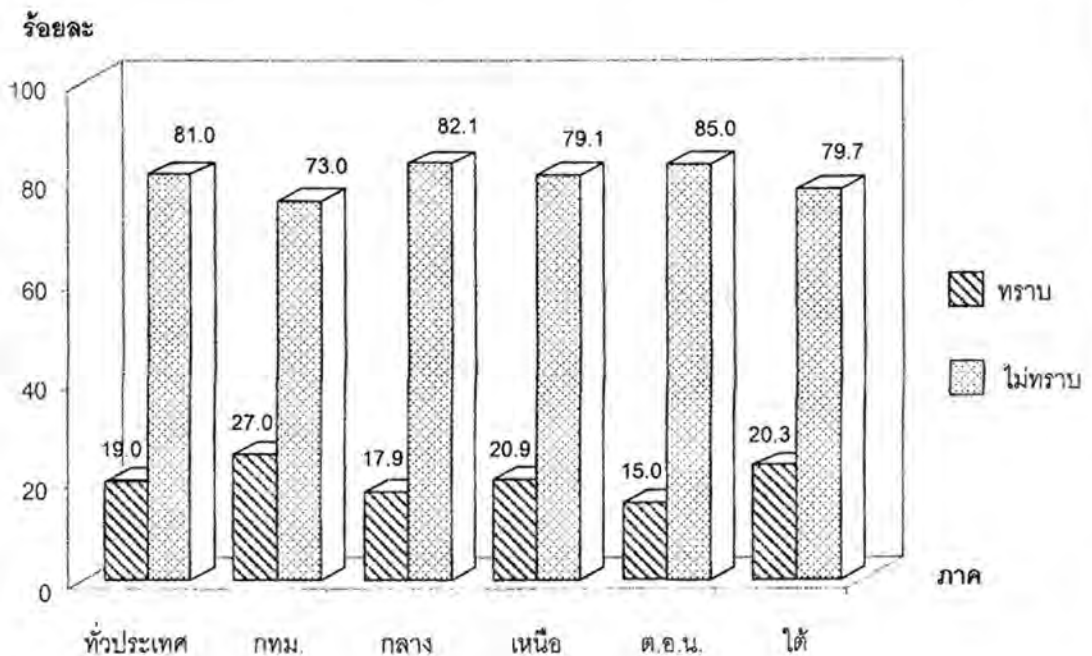
สำหรับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP พบว่า ในทุกภาคมีประชาชนส่วนใหญ่วะบุว่าหาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 52.8 หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 31.1 ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ ร้อยละ 16.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า ภาคเหนือมีประชาชนระบุว่าหาซื้อได้ง่ายในสัดส่วนที่สูงกว่าภาคอื่นๆ คือ ร้อยละ 58.5 รองลงมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 54.8 ภาคกลาง ร้อยละ 52.1 ภาคใต้และกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนของผู้ระบุว่าหาซื้อได้ง่ายไม่แตกต่างกัน คือ ประมาณร้อยละ 46

ตาราง 3 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เป็นรายภาค

ความยากง่ายในการหาซื้อ สินค้าชุมชน /สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียง เหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
หาซื้อได้ง่าย	52.8	46.4	52.1	58.5	54.8	46.8
หาซื้อได้ยาก	31.1	37.8	29.0	25.7	31.7	34.6
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	16.1	15.8	18.9	15.8	13.5	18.6

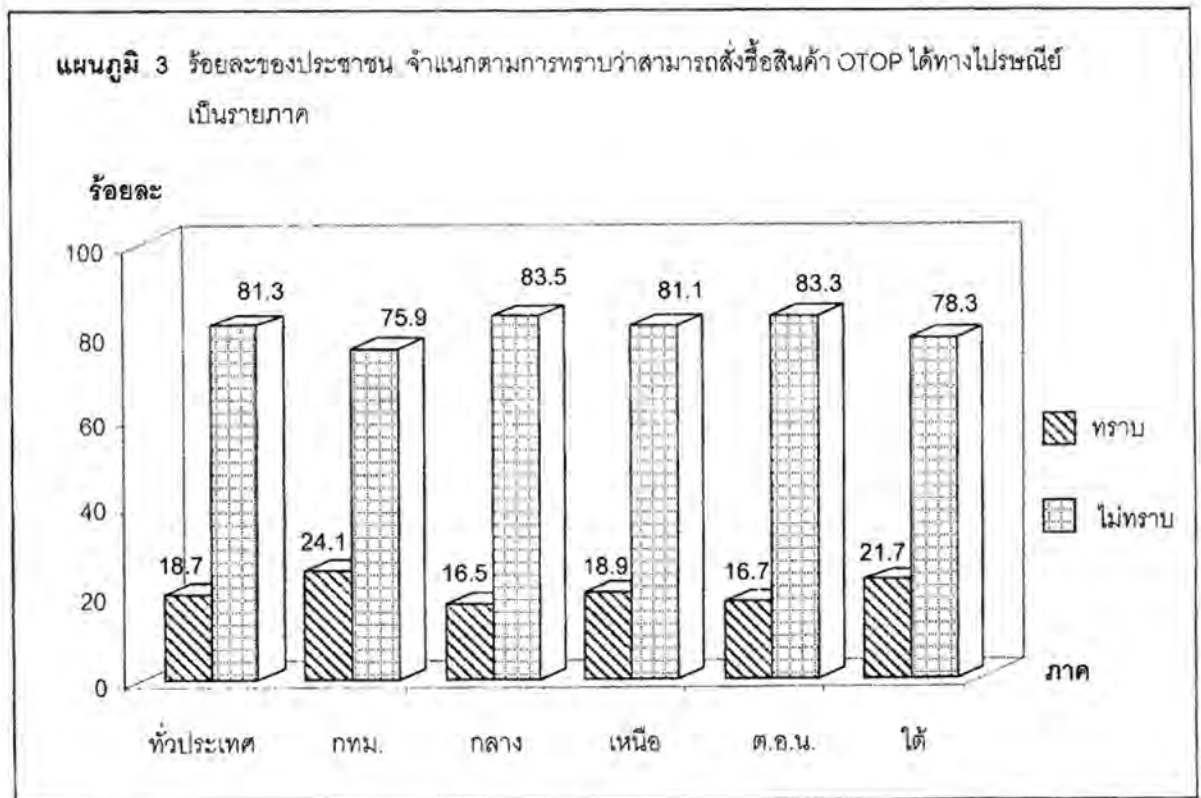
7.3 การทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP (www.thaitambon.com)

แผนภูมิ 2 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เป็นรายภาค



เมื่อสอบถามประชาชนเกี่ยวกับการทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ที่สามารถเข้าไปชมหรือสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้านั้น พบว่า ในทุกภาคส่วนใหญ่ประชาชนยังไม่ทราบว่ามีเว็บไซต์นี้ถึงร้อยละ 81.0 ที่ระบุว่าทราบมีเพียงร้อยละ 19.0 ทั้งนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนของผู้ที่ไม่ทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP สูงกว่าภาคอื่น คือ ร้อยละ 85.0 รองลงมา ภาคกลาง ร้อยละ 82.1 ส่วนภาคใต้ ภาคเหนือ และกรุงเทพมหานคร มีผู้ที่ระบุว่าไม่ทราบ ร้อยละ 79.7 79.1 และ 73.0 ตามลำดับ

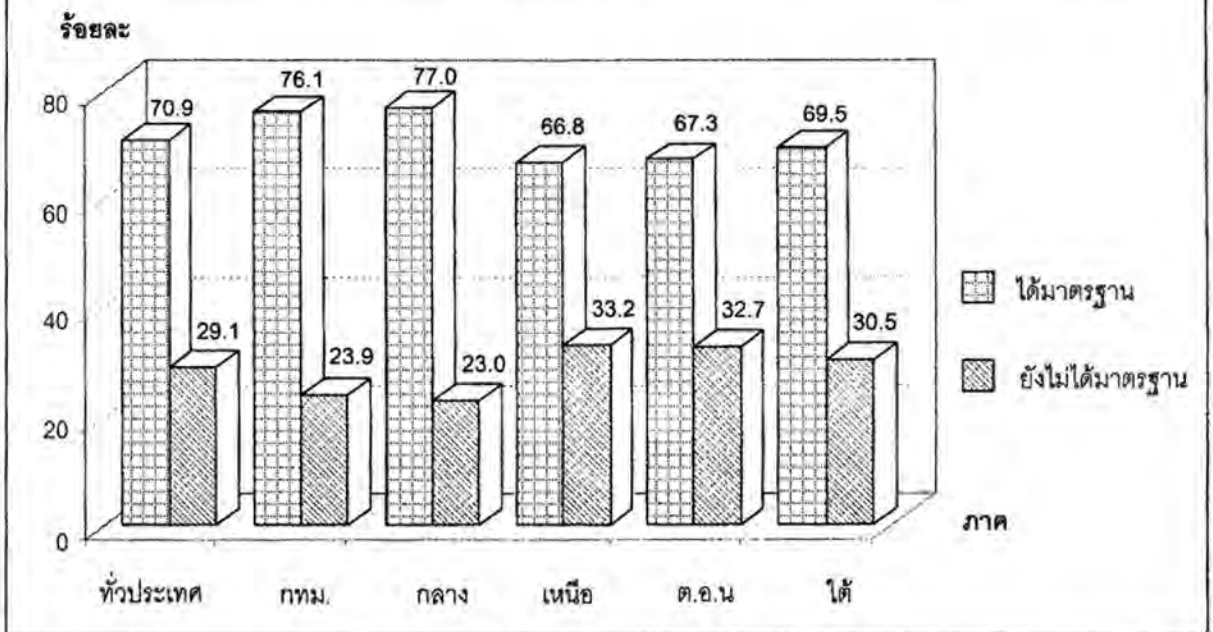
7.4 การทราบที่สามารถสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์



สำหรับเรื่องการสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์ พบว่า ในทุกภาคส่วนใหญ่ประชาชนยังไม่ทราบที่สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทางไปรษณีย์ถึงร้อยละ 81.3 ที่ระบุว่าทราบมีเพียงร้อยละ 18.7 ทั้งนี้ ประชาชนในภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ มีสัดส่วนผู้ที่ระบุว่าไม่ทราบ สูงกว่าร้อยละ 80 ส่วนภาคใต้และกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนผู้ที่ไม่ทราบ ร้อยละ 78.3 และ 75.9 ตามลำดับ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนของผู้ที่ระบุว่าทราบไม่แตกต่างกัน คือ ประมาณร้อยละ 16

7.5 คุณภาพและมาตรฐานสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP

แผนภูมิ 4 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เป็นรายภาค



เมื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP พบว่าประชาชนในทุกภาคส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.9 ระบุว่าสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่วนผู้ที่ระบุว่าสินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน มีร้อยละ 29.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่า ภาคกลางมีสัดส่วนของประชาชนที่ระบุว่าคุณภาพสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ได้มาตรฐานสูงกว่าภาคอื่น ๆ คือ ร้อยละ 77.0 รองลงมากรุงเทพมหานคร ร้อยละ 76.1 ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน คือ ประมาณร้อยละ 67

อย่างไรก็ตาม ประชาชนในทุกภาคโดยรวมร้อยละ 72.0 ยังให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ว่าสามารถพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อการส่งออกได้ ส่วนผู้ที่ระบุว่าพัฒนาไม่ได้ มีเพียงร้อยละ 5.2 ไม่น่าใจ ร้อยละ 22.8 เมื่อพิจารณารายภาค พบว่า กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนของประชาชนที่ระบุว่าสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP สามารถพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อการส่งออกได้สูงกว่าทุกภาค คือ ร้อยละ 81.5 รองลงมาภาคใต้ ร้อยละ 71.4 ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน ประมาณร้อยละ 70

ตาราง 4 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เพื่อการส่งออก เป็นรายภาค

การพัฒนาสินค้าชุมชน/ สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
พัฒนาได้	72.0	81.5	70.8	69.7	70.5	71.4
พัฒนาไม่ได้	5.2	5.1	3.7	6.4	5.8	4.6
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	22.8	13.4	25.5	23.9	23.7	24.0

7.6 การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่น

เมื่อสอบถามประชาชนในกลุ่มผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ซึ่งเป็นผู้ผลิตเองหรือทำงานในขบวนการผลิตหรือรับจ้างก็ได้ พบว่า ในทุกภาคโดยรวมมีประชาชน ร้อยละ 41.4 ระบุว่ามีการนำวัตถุดิบ/ทรัพยากรมาใช้ผลิตสินค้าในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ระบุว่ามีการนำมาใช้มากและนำมาใช้น้อยมีร้อยละ 37.7 และ 20.9

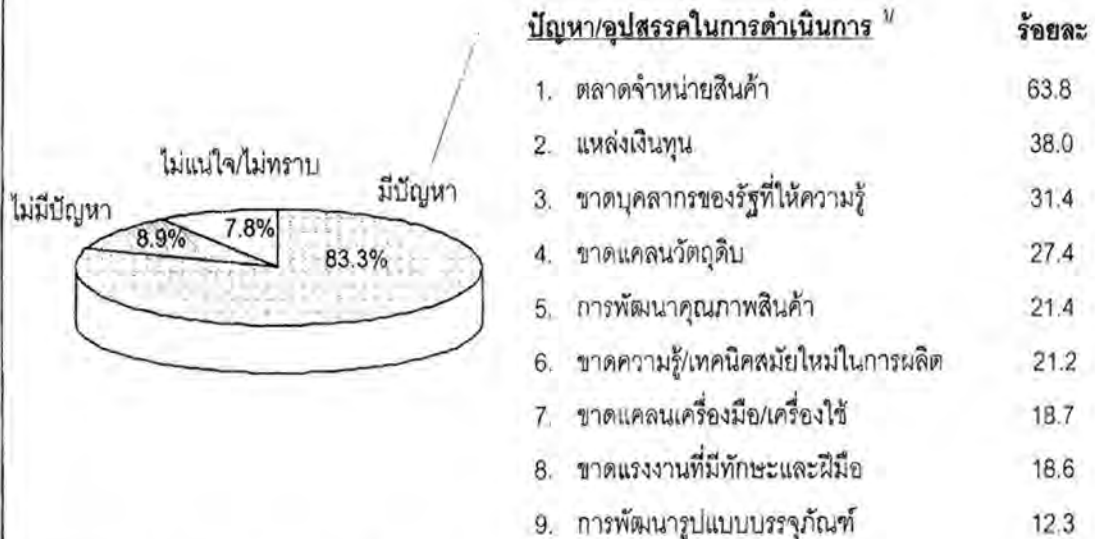
นอกจากนั้น เมื่อสอบถามถึงการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า พบว่าประชาชนในกลุ่มดังกล่าวทุกภาคโดยรวม ร้อยละ 50.0 ระบุว่ามีการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าในระดับปานกลาง มีการนำมาใช้มาก ร้อยละ 35.6 และนำมาใช้น้อย ร้อยละ 14.4

ตาราง 5 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามการใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่นในการผลิตสินค้า และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้า เป็นรายภาค

การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่น	ทั่ว ประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	37.7	25.0	38.3	33.2	43.0	32.8
ปานกลาง	41.4	72.2	41.6	41.1	38.5	42.0
น้อย	20.9	2.8	20.1	25.7	18.5	25.2
การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	35.6	25.0	37.0	29.0	41.0	32.8
ปานกลาง	50.0	69.4	47.4	53.7	47.3	49.6
น้อย	14.4	5.6	15.6	17.3	11.7	17.6

7.7 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

แผนภูมิ 5 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ



หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เมื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ ประชาชนในทุกภาคส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 83.3 ระบุว่าไม่มีปัญหา ส่วนผู้ที่ระบุว่าไม่มีปัญหา มีเพียงร้อยละ 8.9 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 7.8 ซึ่งในกลุ่มที่มีปัญหา/อุปสรรค ระบุว่าปัญหา/อุปสรรคสำคัญใน 3 เรื่องแรก คือ ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้าถึงร้อยละ 63.8 แหล่งเงินทุน ร้อยละ 38.0 ขาดบุคลากรของรัฐที่ให้ความรู้ ร้อยละ 31.4 ส่วนปัญหารองลงมา คือ ขาดแคลนวัตถุดิบ ร้อยละ 27.4 การพัฒนาคุณภาพสินค้าและขาดความรู้/เทคนิคสมัยใหม่ในการผลิต มีสัดส่วนไม่แตกต่างกัน คือ ประมาณร้อยละ 21 และนอกจากนั้นก็เป็นปัญหาเรื่องการขาดแคลนเครื่องมือ/เครื่องใช้ และขาดแรงงานที่มีทักษะ/ฝีมือ การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

7.8 ประโยชน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

เมื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประโยชน์หรือการประสบผลสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเป็นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้มากน้อยเพียงใดนั้น ประชาชนในทุกภาคมีความเห็นไม่แตกต่างกัน คือ เห็นว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์/ประสบผลสำเร็จ ในระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 89.1 มีประโยชน์/ประสบผลสำเร็จน้อย ร้อยละ 9.0 มีเพียงร้อยละ 1.9 ที่ระบุว่าไม่มีประโยชน์/ประสบผลสำเร็จ

ตาราง 6 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์/ผลสำเร็จของโครงการ OTOP เป็นรายภาค

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของโครงการ OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ-มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก-เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	40.7	47.1	40.8	37.8	41.0	37.3
ปานกลาง	48.4	43.0	49.3	48.4	49.1	51.0
น้อย	9.0	8.0	8.2	11.1	8.2	10.4
ไม่มีประโยชน์/ไม่ประสบผลสำเร็จ	1.9	1.9	1.7	2.7	1.7	1.3

7.9 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน

สำหรับความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าประชาชนในทุกภาคมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ ร้อยละ 91.0 มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโครงการในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนผู้ที่ระบุว่ามีความพึงพอใจน้อย และไม่พึงพอใจ มีเพียงร้อยละ 7.3 และ 1.7 เท่านั้น

ตาราง 7 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการ OTOP เป็นรายภาค

ความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการ OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ-มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก-เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
พึงพอใจมาก	42.2	47.5	41.0	41.0	43.6	36.7
พึงพอใจปานกลาง	48.8	42.0	50.4	49.6	48.3	53.0
พึงพอใจน้อย	7.3	7.6	7.3	7.3	6.7	8.7
ไม่พึงพอใจ	1.7	2.9	1.3	2.1	1.4	1.6

7.10 ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะให้รัฐบาลเข้าไปดำเนินการช่วยเหลือ/สนับสนุน ในการผลิตหรือส่งเสริมสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP มีผู้แสดงความคิดเห็น ร้อยละ 38.6 โดยได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรจัดตลาดจำหน่ายสินค้าภายใน/ภายนอกประเทศ ร้อยละ 14.2 จัดหาแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพ ร้อยละ 10.7 จัดหาวิทยากรของรัฐมาให้คำแนะนำ/ช่วยพัฒนาฝีมือและทักษะในการผลิต ร้อยละ 10.4 สนับสนุนโครงการ OTOP อย่างต่อเนื่อง/จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตในรูปแบบสหกรณ์ ร้อยละ 8.2 พัฒนาสินค้า/รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ร้อยละ 7.1 ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง/ให้มีศูนย์แสดงหรือจำหน่ายสินค้าอย่างแพร่หลาย ร้อยละ 6.8 เป็นต้น

ตาราง 8 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	ร้อยละ
รวม	100.0
ผู้แสดงความคิดเห็น ^{1/}	38.6
จัดตลาดจำหน่ายสินค้าภายใน/ภายนอกประเทศ	14.2
จัดหาแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพ	10.7
จัดหาวิทยากรของรัฐมาให้คำแนะนำ/ช่วยพัฒนาฝีมือและทักษะในการผลิต	10.4
สนับสนุนโครงการ OTOP อย่างต่อเนื่อง/จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตในรูปแบบสหกรณ์	8.2
พัฒนาสินค้า/รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน	7.1
ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง/ให้มีศูนย์แสดงหรือจำหน่ายสินค้าอย่างแพร่หลาย	6.8
อื่น ๆ	4.2
ผู้ไม่แสดงความคิดเห็น	61.4

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

หน้าว่าง

ตารางสถิติ

หน้าว่าง

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ร้อยละของประชาชนผู้ตอบสัมภาษณ์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรและสังคม เป็นรายภาค	17
ตาราง 2 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนที่รัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นรายภาค	18
ตาราง 3 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และการคิดจะใช้ เป็นรายภาค	19
ตาราง 4 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการคิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และประเภทของสินค้าที่คิดจะใช้ เป็นรายภาค	20
ตาราง 5 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เป็นรายภาค	21
ตาราง 6 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP (www.thaitambon.com) และการทราบที่สามารถสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์ เป็นรายภาค	22
ตาราง 7 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และการพัฒนาสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เพื่อการส่งออก เป็นรายภาค	23
ตาราง 8 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามการใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่นในการผลิตสินค้า และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้า เป็นรายภาค	24
ตาราง 9 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ เป็นรายภาค	25
ตาราง 10 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์/ผลสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ในการสร้างอาชีพ รายได้ สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้) เป็นรายภาค	26
ตาราง 11 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการ OTOP เป็นรายภาค	27
ตาราง 12 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามข้อเสนอแนะ เป็นรายภาค	28

หน้าว่าง

ตาราง 1 ร้อยละของประชาชนผู้ตอบสัมภาษณ์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรและสังคม เป็นรายภาค

ลักษณะทางประชากรและสังคม	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
เพศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ชาย	44.6	45.1	45.6	44.3	45.5	41.7
หญิง	55.4	54.9	54.4	55.7	54.5	58.3
อายุ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
18 - 29 ปี	18.9	25.0	19.3	16.1	15.2	19.8
30 - 39 ปี	27.1	30.4	27.1	23.8	26.9	27.6
40 - 49 ปี	25.8	21.4	23.9	28.2	26.4	29.3
50 - 59 ปี	16.9	15.7	16.2	19.1	19.2	13.8
60 ปีขึ้นไป	11.3	7.5	13.5	12.8	12.3	9.5
ระดับการศึกษาสูงสุด	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ไม่ได้รับการศึกษา	3.5	1.1	3.7	6.1	1.3	5.8
ประถมศึกษา	57.5	38.0	56.0	63.9	72.3	53.5
มัธยมศึกษา	21.1	25.3	24.1	18.8	16.4	21.3
อาชีวศึกษา / อนุปริญญา	8.8	13.6	9.3	5.4	5.4	11.1
ปริญญาตรีและสูงกว่า	9.1	22.0	6.9	5.8	4.6	8.3
สถานภาพการทำงาน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5.8	5.8	5.5	5.3	6.9	5.6
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	16.1	37.7	20.6	8.5	5.7	9.2
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	21.6	27.7	25.0	20.1	14.3	21.8
เกษตรกร	26.4	0.5	17.1	31.4	44.6	36.8
รับจ้างทั่วไป/กรรมกร	9.6	3.8	10.2	14.9	9.3	9.6
นักเรียน/นักศึกษา	4.6	6.4	3.3	4.8	4.4	3.9
แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	15.9	18.1	18.3	15.0	14.8	13.1
รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
น้อยกว่า 3,001 บาท	14.9	1.4	7.9	22.5	32.0	7.1
3,001 - 5,000 บาท	29.2	7.1	26.0	40.7	41.1	28.4
5,001 - 10,000 บาท	27.7	28.5	33.9	22.7	15.7	40.5
10,001 - 15,000 บาท	11.9	19.0	15.6	7.0	5.5	13.7
15,001 - 20,000 บาท	5.7	11.3	6.7	3.4	2.6	5.1
20,001 - 25,000 บาท	4.0	11.0	4.1	1.6	1.7	2.1
25,001 - 30,000 บาท	1.6	4.2	1.8	1.0	0.5	0.8
มากกว่า 30,000 บาท	5.0	17.5	4.0	1.1	0.9	2.3

ตาราง 2 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เมื่อเปรียบเทียบกับ
ก่อนที่รัฐบาลจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นรายภาค

การใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มีการใช้หรือบริโภค	56.9	58.7	50.6	58.9	58.6	59.4
มีการใช้หรือบริโภคเพิ่มขึ้น	35.4	33.6	28.2	35.7	38.7	41.2
มาก	7.6	8.3	6.4	6.9	8.4	8.0
ปานกลาง	20.5	19.8	15.4	21.8	22.2	24.3
น้อย	7.3	5.5	6.4	7.0	8.1	8.9
มีการใช้หรือบริโภคน้อยลง	3.4	5.2	2.8	4.3	2.7	3.8
มีการใช้หรือบริโภคเท่าเดิม	18.1	19.9	19.6	18.9	17.2	14.4
ไม่ได้ใช้หรือบริโภค	43.1	41.3	49.4	41.1	41.4	40.6

ตาราง 3 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และการคิดจะใช้ เป็นรายภาค

การคิดจะใช้หรือบริโภค สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ - มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
คิดจะใช้	78.0	70.1	73.1	80.4	82.7	79.8
ไม่คิดจะใช้	7.6	11.8	9.2	7.6	5.5	6.3
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	14.4	18.1	17.7	12.0	11.8	13.9
มีการใช้/บริโภค	56.9	58.7	50.6	58.9	58.6	59.4
คิดจะใช้	53.5	53.3	47.7	56.8	55.3	54.9
ไม่คิดจะใช้	1.0	1.8	1.0	1.1	0.6	1.5
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	2.4	3.6	1.9	1.1	2.7	3.0
ไม่ได้ใช้/บริโภค	43.1	41.3	49.4	41.1	41.4	40.6
คิดจะใช้	24.5	16.8	25.4	23.7	27.4	24.9
ไม่คิดจะใช้	6.6	10.0	8.2	6.5	4.9	4.8
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	12.0	14.5	15.8	10.9	9.1	10.9

ตาราง 4 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการคิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และประเภทของสินค้า
ที่คิดจะใช้ เป็นรายภาค

การคิดจะใช้สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และประเภทของสินค้า	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ - มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
คิดจะใช้	78.0	70.1	73.1	80.4	82.7	79.8
ประเภทสินค้าที่จะใช้^{1/}						
อาหารแปรรูปต่าง ๆ	71.3	69.1	77.7	72.3	67.7	70.2
สบู่ แชมพู ยาสีฟัน ครีมอาบน้ำ	64.4	56.0	62.2	58.5	71.8	65.2
สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม	50.9	42.2	39.8	54.0	62.5	41.9
เครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์	28.4	21.2	21.8	32.5	35.7	20.9
เครื่องดัดที่ไม่มีแอลกอฮอล์	23.4	27.9	22.3	21.9	23.2	23.9
เครื่องเรือน/เครื่องตกแต่งบ้าน	21.4	22.9	17.2	20.0	22.8	25.2
ของที่ระลึก	17.6	23.8	14.4	14.2	18.1	21.1
อัญมณี/เครื่องประดับ	6.2	10.5	5.2	5.7	5.0	7.9
เครื่องใช้สำนักงาน	1.4	2.5	2.0	1.2	0.3	2.8
อื่น ๆ	2.2	0.8	0.7	4.5	3.0	0.3
ไม่คิดจะใช้	7.6	11.8	9.2	7.6	5.5	6.3
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	14.4	18.1	17.7	12.0	11.8	13.9

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตาราง 5 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP
เป็นรายภาค

ความยากง่ายในการหาซื้อ สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียง เหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
หาซื้อได้ง่าย	52.8	46.4	52.1	58.5	54.8	46.8
หาซื้อได้ยาก	31.1	37.8	29.0	25.7	31.7	34.6
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	16.1	15.8	18.9	15.8	13.5	18.6

ตาราง 6 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP (www.thaitambon.com)

และการทราบที่สามารถสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์ เป็นรายภาค

การทราบว่ามีเว็บไซต์สินค้าชุมชน/ สินค้า OTOP และการทราบที่สามารถ สั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์	ทั่วประเทศ	ภาค			
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ
เว็บไซต์สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ทราบ	19.0	27.0	17.9	20.9	15.0
ไม่ทราบ	81.0	73.0	82.1	79.1	85.0
การสั่งซื้อสินค้า OTOP ได้ทางไปรษณีย์	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ทราบ	18.7	24.1	16.5	18.9	16.7
ไม่ทราบ	81.3	75.9	83.5	81.1	83.3

ตาราง 7 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และการพัฒนา
สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เพื่อการส่งออก เป็นรายภาค

คุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP และการพัฒนา สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เพื่อการส่งออก	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
คุณภาพของสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ได้มาตรฐาน	70.9	76.1	77.0	66.8	67.3	69.5
ยังไม่ได้มาตรฐาน	29.1	23.9	23.0	33.2	32.7	30.5
การพัฒนาสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เพื่อการส่งออก	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
พัฒนาได้	72.0	81.5	70.8	69.7	70.5	71.4
พัฒนาไม่ได้	5.2	5.1	3.7	6.4	5.8	4.6
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	22.8	13.4	25.5	23.9	23.7	24.0

ตาราง 8 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามการใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น
ในการผลิตสินค้า และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้า เป็นรายภาค

การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่น	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	37.7	25.0	38.3	33.2	43.0	32.8
ปานกลาง	41.4	72.2	41.6	41.1	38.5	42.0
น้อย	20.9	2.8	20.1	25.7	18.5	25.2
การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	35.6	25.0	37.0	29.0	41.0	32.8
ปานกลาง	50.0	69.4	47.4	53.7	47.3	49.6
น้อย	14.4	5.6	15.6	17.3	11.7	17.6

ตาราง 9 ร้อยละของประชาชนที่ผลิตสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP จำแนกตามปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ
เป็นรายภาค

ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มีปัญหา/อุปสรรค	83.3	86.1	70.1	82.2	89.8	88.2
ไม่มีปัญหา/อุปสรรค	8.9	13.9	10.4	14.5	5.9	1.7
ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	7.8	0.0	19.5	3.3	4.3	10.1
ปัญหา/อุปสรรคที่พบ ^๖						
ตลาดจำหน่ายสินค้า	63.8	51.6	68.5	71.6	58.7	61.0
แหล่งเงินทุน	38.0	16.1	22.2	35.8	51.6	25.7
ขาดบุคลากรของรัฐที่ให้ความรู้	31.4	22.6	26.9	26.1	35.3	39.0
ขาดแคลนวัตถุดิบ	27.4	12.9	27.8	31.2	27.7	21.9
การพัฒนาคุณภาพสินค้า	21.4	29.0	17.6	22.2	22.3	20.0
ขาดความรู้/เทคนิคสมัยใหม่ในการผลิต	21.2	16.1	13.0	24.4	20.1	32.4
ขาดแคลนเครื่องมือ/เครื่องใช้	18.7	22.6	22.2	21.6	15.2	18.1
ขาดแรงงานที่มีทักษะและมีฝีมือ	18.6	3.2	23.1	15.3	21.2	14.3
การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์	10.3	16.1	14.8	11.4	6.5	12.4
อื่นๆ	2.0	0.0	3.7	2.3	1.6	1.0

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตาราง 10 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์/ผลสำเร็จของโครงการ OTOP

(ในการสร้างอาชีพ รายได้ สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้) เป็นรายภาค

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ ของโครงการ OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	40.7	47.1	40.8	37.8	41.0	37.3
ปานกลาง	48.4	43.0	49.3	48.4	49.1	51.0
น้อย	9.0	8.0	8.2	11.1	8.2	10.4
ไม่มีประโยชน์/ไม่ประสบผลสำเร็จ	1.9	1.9	1.7	2.7	1.7	1.3

ตาราง 11 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาล

ต่อโครงการ OTOP เป็นรายภาค

ความพึงพอใจการดำเนินงานของรัฐบาล ต่อโครงการ OTOP	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
มาก	42.2	47.5	41.0	41.0	43.6	36.7
ปานกลาง	48.8	42.0	50.4	49.6	48.3	53.0
น้อย	7.3	7.6	7.3	7.3	6.7	8.7
ไม่พึงพอใจ	1.7	2.9	1.3	2.1	1.4	1.6

ตาราง 12 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามข้อเสนอแนะ เป็นรายภาค

ข้อเสนอแนะ	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กรุงเทพ- มหานคร	กลาง (ยกเว้น กทม.)	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ผู้แสดงความคิดเห็น ^{1/}	38.6	24.8	34.3	43.5	45.1	37.5
จัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ/ ภายนอกประเทศ	14.2	8.8	10.2	15.6	19.6	11.3
จัดหาแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพ	10.7	4.0	7.8	11.4	15.8	8.6
จัดหาวิทยากรของรัฐมาให้คำแนะนำ/ช่วยพัฒนา ฝีมือและทักษะในการผลิต	10.4	3.4	7.4	12.2	14.6	9.2
สนับสนุนโครงการ OTOP อย่างต่อเนื่อง/จัดตั้ง กลุ่มผู้ผลิตในรูปแบบสหกรณ์	8.2	4.7	5.8	12.1	8.5	9.3
พัฒนาสินค้า/รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน	7.1	8.6	6.6	7.5	6.4	7.6
ประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง/ให้มีศูนย์แสดง/ จำหน่ายสินค้าอย่างแพร่หลาย	6.8	6.4	9.7	5.8	4.9	7.7
อื่น ๆ ^{2/}	4.2	0.7	3.3	4.5	5.8	4.9
ผู้ไม่แสดงความคิดเห็น	61.4	75.2	65.7	56.5	54.9	62.5

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2/ ได้แก่ จัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอ สนับสนุนอุปกรณ์/เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต

