

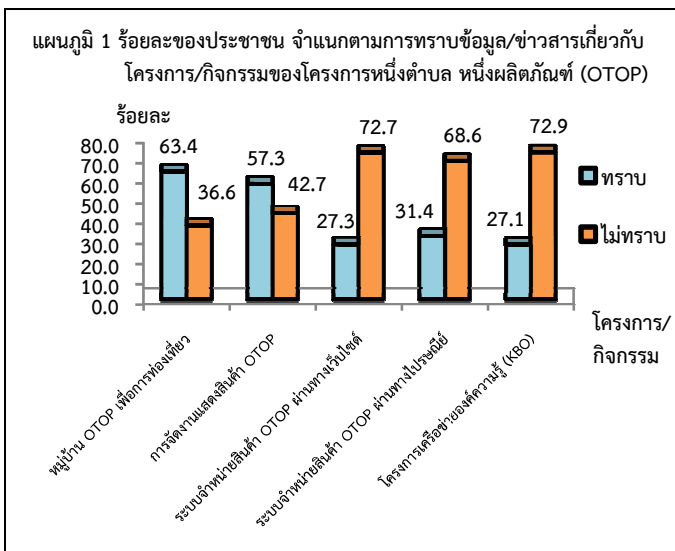
สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พ.ศ. 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการรับทราบข้อมูล/ข่าวสารสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การเลือกซื้อสินค้า แหล่งซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อ ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโครงการฯ ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงาน การพัฒนาปรับปรุงสินค้าและความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ สนับสนุน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานต่อไป สำหรับการสำรวจครั้งนี้เป็นครั้งที่ 4 (การสำรวจ 3 ครั้งที่ผ่านมา ได้แก่ ปี 2547 ปี 2550 และปี 2554) โดยสอบถามประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทุกจังหวัดทั่วประเทศ มีประชาชนถูกเลือกเป็นตัวอย่าง 3,900 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1-20 กุมภาพันธ์ 2556 และเสนอผลสำรวจในระดับกรุงเทพมหานคร ภาค และ ทั่วประเทศ ในรูปร้อยละ

สรุปผลการสำรวจที่สำคัญ

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

1.1 การทราบข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

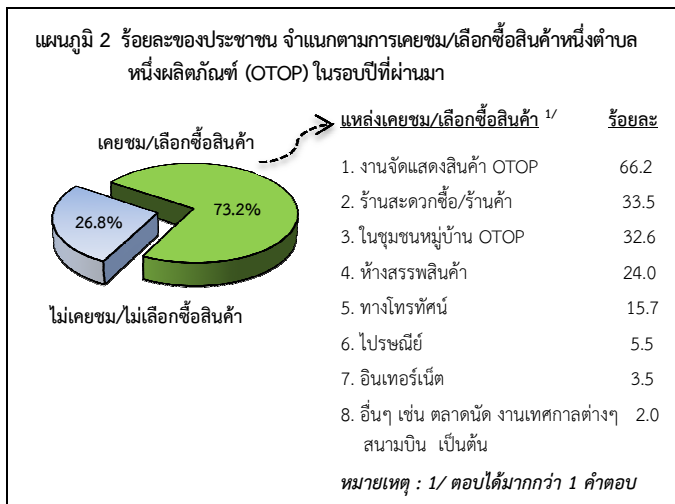
ผลจากการสำรวจ พบว่า ประชาชนทราบข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว มีสัดส่วนสูงสุดคือ ร้อยละ 63.4 รองลงมา ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า OTOP ร้อยละ 57.3 ระบบจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านทางไปรษณีย์ ร้อยละ 31.4 ส่วนระบบจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านทางเว็บไซต์ และโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge Based OTOP) ประชาชนทราบข้อมูล/ข่าวสาร มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 27.3 และ 27.1 ตามลำดับ



1.2 การเคยชมหรือเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

เมื่อสอบถามประชาชนเกี่ยวกับการเคยชม/เลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในรอบปีที่ผ่านมา พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.2 ระบุว่า เคยชม/เลือกซื้อสินค้า ร้อยละ 26.8 ระบุว่า ไม่เคยชม/ไม่เลือกซื้อสินค้า

สำหรับแหล่งหรือช่องทางที่ประชาชนเคยชม/เลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พบว่า งานจัดแสดงสินค้า OTOP เป็นแหล่งหรือช่องทางที่ประชาชนเคยชม/เลือกซื้อสินค้ามากที่สุด (ร้อยละ 66.2) รองลงมาได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้า ร้อยละ 33.5 ในชุมชนหมู่บ้าน OTOP ร้อยละ 32.6 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 24.0 ทางโทรทัศน์ ร้อยละ 15.7 ไปรษณีย์ ร้อยละ 5.5 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 3.5 และอื่นๆ เช่น ตลาดนัด งานเทศกาลต่างๆ สนามบิน เป็นต้น ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

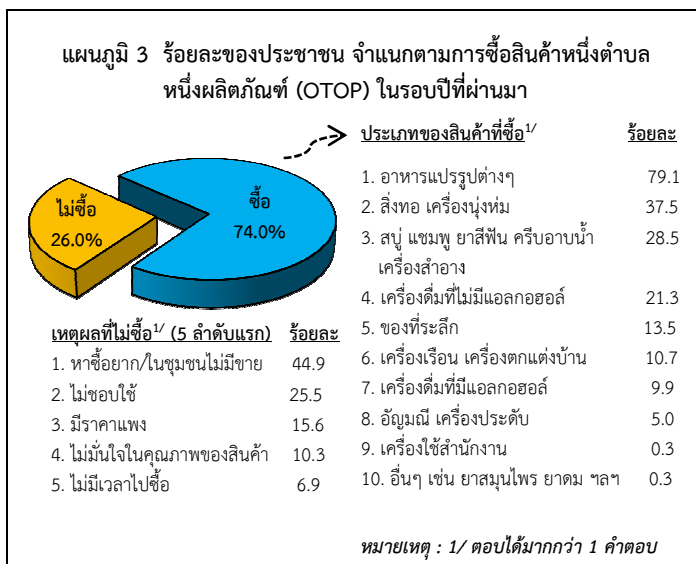


1.3 การซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทของสินค้าที่ซื้อและปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า

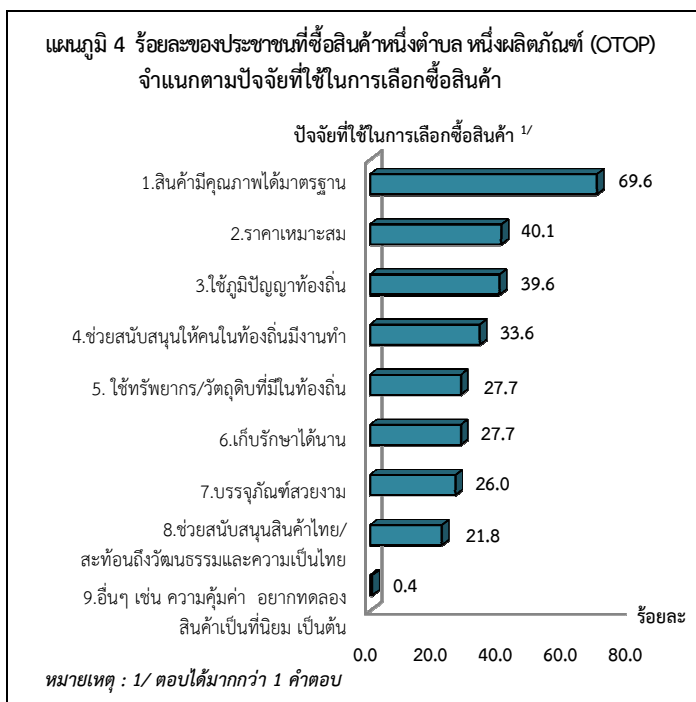
จากผลการสำรวจ พบว่า ในรอบปีที่ผ่านมาประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.0 ระบุว่าซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และร้อยละ 26.0 ระบุว่า ไม่ซื้อ

สำหรับประเภทของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ประชาชนระบุว่าซื้อ (มีร้อยละ 74.0) 5 อันดับแรก คือ อาหารแปรรูปต่างๆ (เช่น น้ำพริก ซอสพริก ก๋วยเตี๋ยว ไข่เค็ม เป็นต้น) ร้อยละ 79.1 รองลงมาได้แก่ สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ร้อยละ 37.5 สบู่ แชมพู ยาสีฟัน ครีมอาบน้ำ เครื่องสำอาง ร้อยละ 28.5 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชา เป็นต้น) ร้อยละ 21.3 และของที่ระลึก ร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ส่วนประชาชนที่ระบุว่า ไม่ซื้อสินค้า (มีร้อยละ 26.0) ได้ระบุเหตุผลที่ไม่ซื้อ 5 อันดับแรก คือ หาซื้อยาก/ในชุมชนไม่มีขาย ร้อยละ 44.9 รองลงมาได้แก่ ไม่ชอบใช้ ร้อยละ 25.5 มีราคาแพง ร้อยละ 15.6 ไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 10.3 และ ไม่มีเวลาไปซื้อ ร้อยละ 6.9 ตามลำดับ



เมื่อสอบถามประชาชนที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (มีร้อยละ 74.0) เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ร้อยละ 69.6 ราคาเหมาะสม ร้อยละ 40.1 และใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร้อยละ 39.6



1.4 การให้ความสำคัญกับการจัดระดับผลิตภัณฑ์

จากการสอบถามประชาชนที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการจัดระดับผลิตภัณฑ์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.4 ให้ความสำคัญกับการจัดระดับผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ไม่ให้ความสำคัญกับการจัดระดับผลิตภัณฑ์ มีร้อยละ 22.6 และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ มีร้อยละ 9.0

1.5 สถานที่วางจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

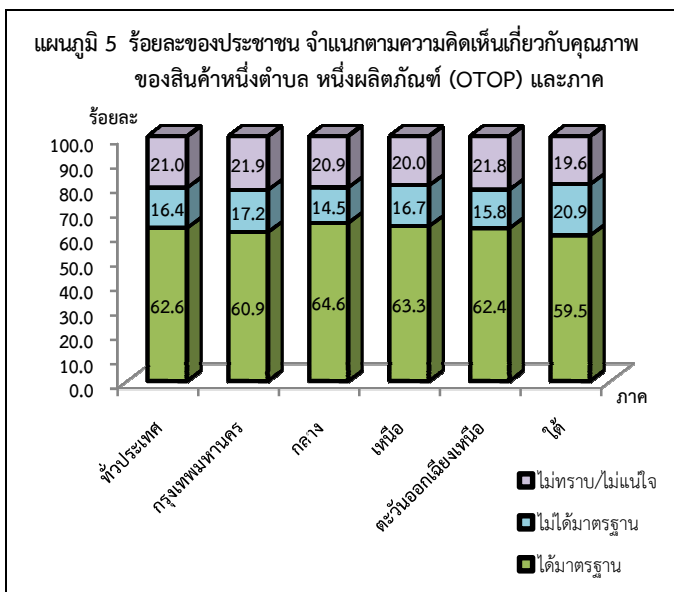
สำหรับสถานที่วางจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประชาชนส่วนใหญ่ ระบุว่า สถานที่สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า คือ ร้านค้า/ศูนย์ OTOP ในชุมชน/หมู่บ้าน/ตำบล ร้อยละ 56.9 รองลงมาได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลี่มาร์ท เป็นต้น ร้อยละ 55.0 ร้านค้า/ศูนย์ OTOP ประจำอำเภอ/จังหวัด ร้อยละ 43.8 ร้านขายของฝากในปั้มน้ำมัน ร้อยละ 38.8 ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 34.8 สถานที่ราชการ เช่น ศาลากลาง เป็นต้น ร้อยละ 30.6 สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ/สนามบิน ร้อยละ 16.3 และอื่นๆ เช่น ตลาดนัด ไปรษณีย์ วัด งานเทศกาลต่างๆ สหกรณ์ เป็นต้น ร้อยละ 1.0

1.6 ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

สำหรับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประชาชนโดยรวม ระบุว่า หาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 66.2 หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 21.6 และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 12.2

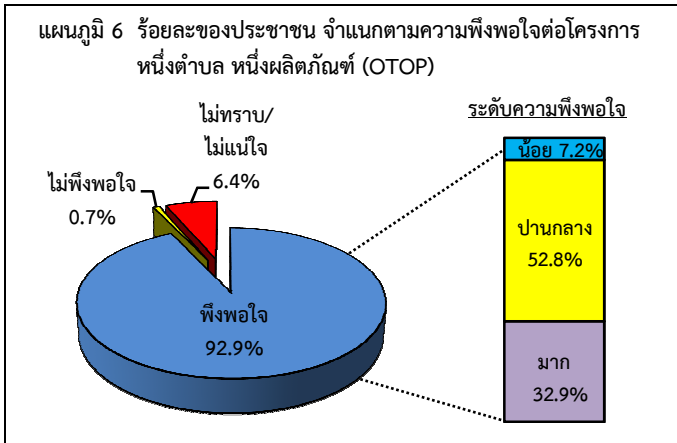
1.7 คุณภาพของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

เมื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.6 ระบุว่า เป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่วนที่ระบุว่า สินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน มีร้อยละ 16.4 และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 21.0



1.8 ความพึงพอใจต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

จากผลการสำรวจ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.9 ระบุว่า มีความพึงพอใจต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (โดยมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 52.8 ระดับมาก ร้อยละ 32.9 และระดับน้อย ร้อยละ 7.2) ส่วนที่ไม่พึงพอใจ มีร้อยละ 0.7 และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 6.4



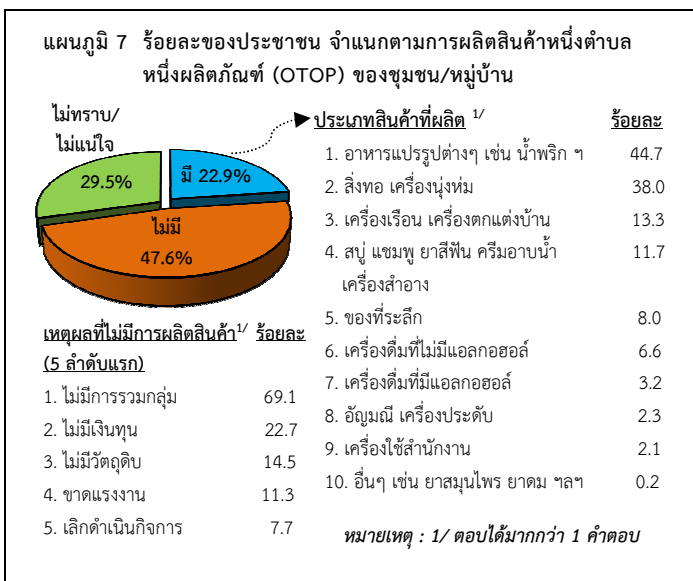
2. การมีส่วนร่วมและการเตรียมความพร้อมสู่อาเซียน

2.1 การผลิตสินค้า และประเภทสินค้าที่ผลิต

จากผลการสำรวจ ประชาชน ร้อยละ 22.9 ระบุว่าในชุมชน/หมู่บ้านมีการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ร้อยละ 47.6 ระบุว่า ไม่มีการผลิตสินค้า และอีกร้อยละ 29.5 ระบุว่า ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ

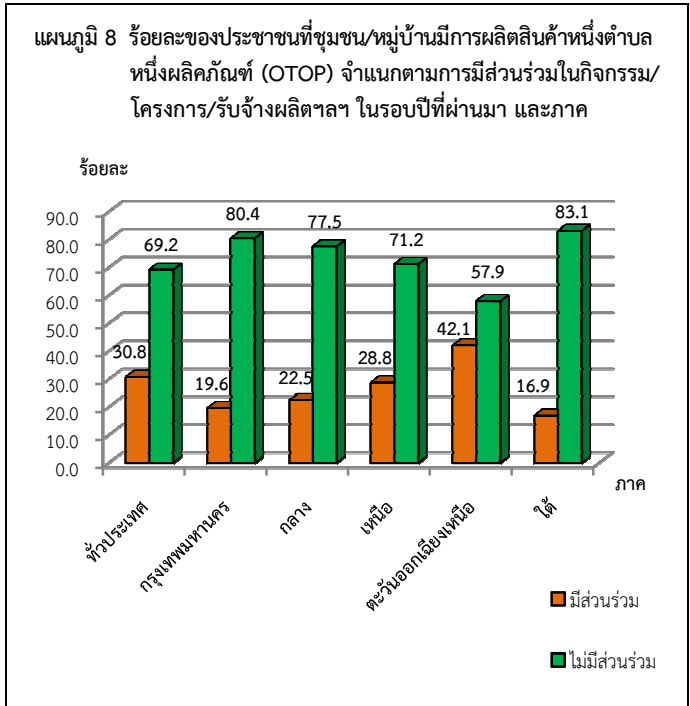
เมื่อสอบถามประชาชนในชุมชน/หมู่บ้านที่มีการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (มีร้อยละ 22.9) ได้ระบุประเภทสินค้าที่ชุมชน/หมู่บ้านผลิต 3 อันดับแรก คือ อาหารแปรรูปต่างๆ เช่น น้ำพริก ซอสพริก ก๋วยเตี๋ยว ไข่เค็ม เป็นต้น ร้อยละ 44.7 สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ร้อยละ 38.0 และเครื่องเรือน เครื่องตกแต่งบ้าน ร้อยละ 13.3

สำหรับชุมชน/หมู่บ้านที่ไม่มีการผลิตสินค้า (มีร้อยละ 47.6) ประชาชนส่วนใหญ่ได้ระบุเหตุผล ที่ชุมชน/หมู่บ้านไม่มีการผลิตสินค้า 5 อันดับแรก คือ ไม่มีการรวมกลุ่ม ร้อยละ 69.1 ไม่มีเงินลงทุน ร้อยละ 22.7 ไม่มีวัตถุดิบ ร้อยละ 14.5 ขาดแรงงาน ร้อยละ 11.3 และเลิกดำเนินกิจการ ร้อยละ 7.7



2.2 การมีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการฯ เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

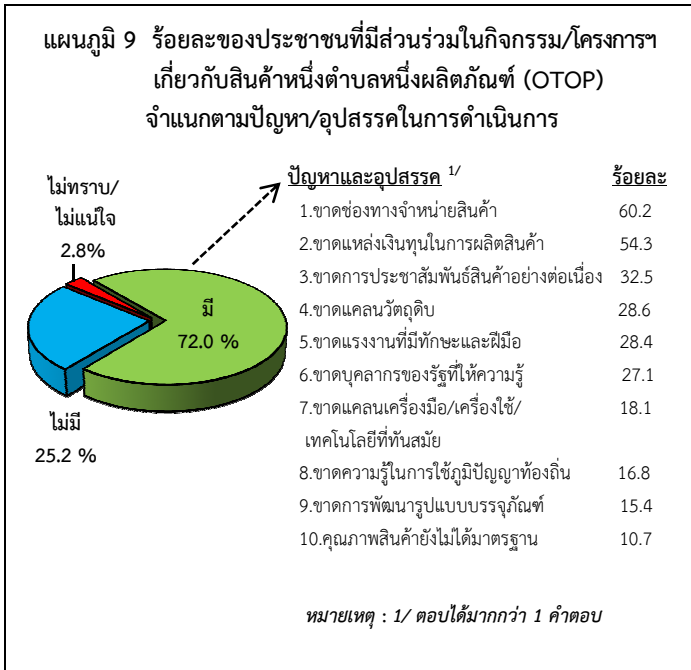
เมื่อสอบถามประชาชนในกลุ่มที่ชุมชน/หมู่บ้านมีการผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (มีร้อยละ 22.9) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการ/การผลิต/การทำงาน/รับจ้างผลิต/การดำเนินงานอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในรอบปีที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมฯ ร้อยละ 30.8 และไม่มีส่วนร่วม ร้อยละ 69.2



2.3 ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ

ผลการสำรวจ พบว่า ประชาชนในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการฯ เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (มีร้อยละ 30.8) ส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.0 ระบุว่าในรอบปีที่ผ่านมา มีปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการฯ ร้อยละ 25.2 ระบุว่า ไม่มีปัญหา/อุปสรรค และร้อยละ 2.8 ระบุว่าไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ

สำหรับประชาชนในกลุ่มที่มีปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินการ ได้ระบุปัญหา/อุปสรรคที่สำคัญ 3 เรื่องแรก คือ ขาดช่องทางตลาดจำหน่ายสินค้า ร้อยละ 60.2 ขาดแหล่งเงินทุนในการผลิตสินค้า ร้อยละ 54.3 และขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 32.5



2.4 ผลกระทบจากนโยบายการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท/วันต่อกิจกรรม/โครงการเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

เมื่อสอบถามประชาชนในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการฯ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เกี่ยวกับผลกระทบจากนโยบายการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท/วัน (มีร้อยละ 22.9) ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.1 ระบุว่า ไม่มีผลกระทบ ร้อยละ 21.7 ระบุว่า ได้รับผลกระทบ และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 9.2

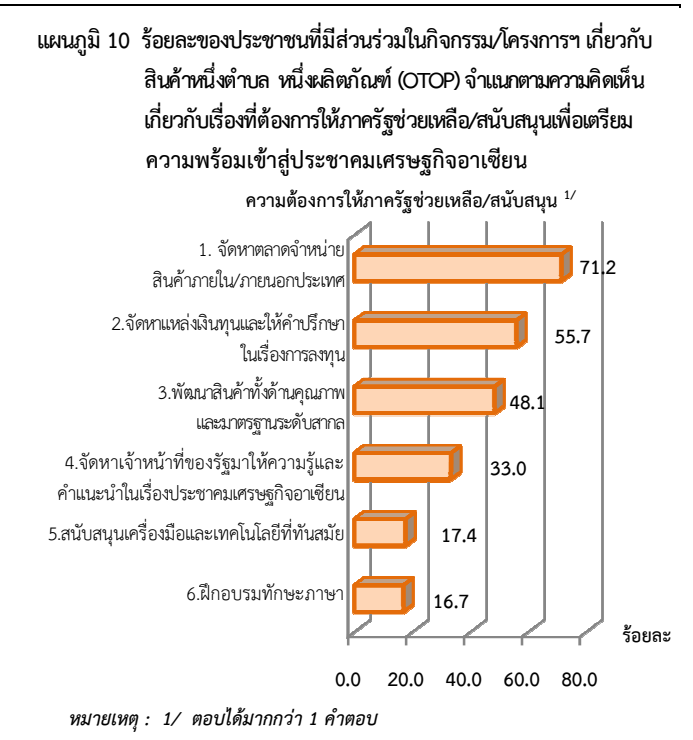
2.5 การพัฒนา/ปรับปรุงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการสอบถามประชาชนในกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการฯ เกี่ยวกับการพัฒนา/ปรับปรุงสินค้า เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 41.6 ระบุว่า มีการพัฒนา/ปรับปรุงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ร้อยละ 35.5 ระบุว่า ไม่มีการพัฒนา/ปรับปรุงสินค้า และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 22.9

2.6 ความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ/สนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เมื่อสอบถามประชาชนกลุ่มที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการฯ เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเรื่องที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ/สนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า เรื่องที่ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ/สนับสนุนสูงสุด คือ จัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าภายใน/ภายนอกประเทศ (ร้อยละ 71.2) รองลงมาได้แก่ จัดหาแหล่ง

เงินทุนและให้คำปรึกษาในเรื่องการลงทุน (ร้อยละ 55.7) พัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล (ร้อยละ 48.1) จัดหาเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้และคำแนะนำในเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ร้อยละ 33.0) สนับสนุนเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ร้อยละ 17.4) และฝึกอบรมทักษะภาษา (ร้อยละ 16.7) ตามลำดับ



2.7 การรับทราบข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการสายสัมพันธ์สองแผ่นดิน”

เมื่อสอบถามการรับทราบข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการสายสัมพันธ์สองแผ่นดิน” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.5 ระบุว่า ไม่ทราบข้อมูล/ข่าวสาร มีเพียงร้อยละ 27.3 ระบุว่า ทราบ และไม่แน่ใจ มีร้อยละ 18.2

2.8 ความสามารถในการขยายตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปสู่ประเทศสมาชิกอาเซียน

สำหรับความสามารถในการขยายตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปสู่ประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 79.6 ระบุว่า ประเทศไทยสามารถขยายตลาดไปสู่ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ ส่วนที่ระบุว่าไม่สามารถขยายตลาดไปสู่ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ มีเพียงร้อยละ 1.4 และไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ ร้อยละ 19.0

2.9 ความเชื่อมั่นต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของประเทศ

เมื่อสอบถามประชาชนเกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของประเทศ พบว่า มีประชาชนมากถึงร้อยละ 90.0 เชื่อมั่นว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของประเทศได้ และที่ระบุว่า ไม่เชื่อมั่น/ไม่แน่ใจ มีเพียงร้อยละ 10.0

ตาราง 1 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สามารถพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของประเทศ และภาค

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า	ทั่วประเทศ	ภาค				
		กทม.	กลาง	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
➤ เชื่อมั่น ในระดับ	90.0	91.4	88.6	91.7	88.1	93.2
• มาก	27.1	40.4	19.5	27.8	28.8	25.4
• ปานกลาง	52.6	43.3	57.7	57.2	47.9	54.7
• น้อย	10.3	7.7	11.4	6.7	11.4	13.1
➤ ไม่เชื่อมั่น/ไม่แน่ใจ	10.0	8.6	11.4	8.3	11.9	6.8

3. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.3 ไม่แสดงความคิดเห็น และมีผู้ที่แสดงความคิดเห็น เพียงร้อยละ 27.7 และในจำนวนนี้ได้ให้ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะที่สำคัญๆ เช่น พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มีความแปลกใหม่ หลากหลายชนิด ได้มาตรฐาน มีความเป็นสากลมากขึ้น และตรงกับความต้องการของตลาด (ร้อยละ 39.1) รัฐบาลสนับสนุนโครงการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง/ติดตามโครงการอย่างต่อเนื่อง/มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบโดยตรง/ส่งเสริมให้มีโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกหมู่บ้าน (ร้อยละ 19.7) ให้ภาครัฐจัดหาแหล่งเงินทุน วัตถุดิบที่มีราคาถูก ได้มาตรฐานและเพียงพอต่อการผลิต/สนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีให้ทันสมัย (ร้อยละ 12.8) รัฐบาลควรประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ให้มากขึ้น/รณรงค์สนับสนุนการใช้สินค้า OTOP ให้มากขึ้น รวมทั้งจัดให้มีการประกวดสินค้า OTOP (ร้อยละ 11.9) เป็นต้น

ตาราง 2 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ^{1/}	ร้อยละ
รวม	100.0
❖ ไม่แสดงความคิดเห็น	72.3
❖ แสดงความคิดเห็น โดยระบุข้อเสนอแนะในเรื่องต่างๆ ดังนี้	27.7
1. พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มีความแปลกใหม่ หลากหลายชนิดได้ มาตรฐาน มีความเป็นสากลมากขึ้น และตรงกับความต้องการของตลาด	39.1
2. รัฐบาลสนับสนุนโครงการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง/ติดตามโครงการอย่างต่อเนื่อง/ มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบโดยตรง/ ส่งเสริมให้มีโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกหมู่บ้าน	19.7
3. ให้ภาครัฐจัดหาแหล่งเงินทุน/วัตถุดิบที่มีราคาถูกได้มาตรฐาน และเพียงพอต่อการผลิต/สนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีให้ทันสมัย	12.8
4. รัฐบาลควรประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ให้มากขึ้น/รณรงค์สนับสนุนการใช้สินค้า OTOP ให้มากขึ้น รวมทั้งจัดให้มีการประกวดสินค้า OTOP	11.9
5. ส่งเสริมด้านการตลาด/จัดหาตลาดรองรับที่แน่นอน/เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าทั้งภายใน/ภายนอกประเทศ มีผู้แทนจำหน่าย	9.5
6. ภาครัฐควรส่งเสริม เผยแพร่ ให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า OTOP /จัดหาวิทยากรมาให้ความรู้/เปิดอบรมการทำสินค้าให้คนในชุมชน	7.5
7. ช่วยพัฒนาหีบห่อ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย เป็นสากล	6.8
8. สินค้ามีราคาแพงเกินไป ควรปรับราคาให้ถูกลงและมีความเหมาะสม	6.0
9. จัดงานแสดงสินค้า OTOP บ่อยขึ้น/เพิ่มศูนย์แสดง/จำหน่ายสินค้าให้แพร่หลายมากขึ้น	4.1
10. ควรผลิตสินค้าที่มีจุดเด่น แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย/เป็นสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ลอกเลียนแบบได้ยาก	3.4
11. จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ/พัฒนาฝีมือแรงงานและทักษะในการผลิตสินค้า	3.1
12. สร้างความสามัคคี การรวมกลุ่ม การร่วมมือของคนในชุมชน/การร่วมมือของภาครัฐและประชาชน	2.5
13. จัดตั้งศูนย์ OTOP มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ในทุกหมู่บ้าน	1.0
14. เปิดตลาดประชาสัมพันธ์ จัดแสดงสินค้า OTOP ในกลุ่มประเทศอาเซียนและสู่สากลมากขึ้น	0.7
15. จัดตั้งจุดจำหน่ายสินค้า OTOP ตามที่ต่างๆ เช่น ในหมู่บ้าน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	0.5
16. ต้องการให้มีผู้นำชุมชนที่ดี เพื่อประสานงานและดูแลโครงการ OTOP	0.3