

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทย (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทย (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทย ของผู้ประกอบการส่งออกที่มีข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ อายุ และระดับการศึกษา) แตกต่างกัน (4) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทย ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา) แตกต่างกัน

ในการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 175 คน และผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 379 คน การสุ่มตัวอย่างใช้ Accidental Sampling เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 แบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออก และชุดที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ข้อมูลเบื้องต้นใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t - test) และค่าเอฟ (F - test) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ประกอบการส่งออก มีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของไทยกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ ระดับ 0.05

2) ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกของไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับทัศนคติที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ ระดับ 0.05 แต่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ ระดับ 0.05 ตามอายุ

Abstract

204756

The objectives of this research were : (1) to study Exporter's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports (2) to study Consumer's Attitudes in Bangkok toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports (3) to compare Exporter's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports by classifications of their personal backgrounds (sex, age and level of education) (4) to compare Consumer's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports by classifications of their personal backgrounds (sex, age level of education and careers).

This research was the survey research method. The population was 175 exporters and 379 consumers. The sampling used accidental sampling. The instrument used for Collecting data was questionnaires. There were 2 questionnaires that examined Exporter's Attitudes and Consumer's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports.

Data was analyzed by the SPSS (Statistical Package for the Social Science) and Presented in terms of Frequencies, Percentage, Mean ($\bar{X}$), Standard Deviation (**s.d.**) and inferential statistical analysis t – test, F – test, and Scheffe test were used.

Research findings showed that

1) The Exporter's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports are at the medium level ($\bar{X} = 3.35$) and are not significantly different at the 0.05 level as classified by their personal backgrounds.

2) The Consumer's Attitudes toward **ONE TAMBON ONE PRODUCT** for Thailand's Exports are at high level ($\bar{X} = 3.61$) and are not significantly different at the 0.05 level as classified by their personal backgrounds (sex, level of education and careers). However, there are significantly different at the 0.05 level as classified by age.