

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในการศึกษาได้ผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	118	28.57
	หญิง	295	71.43
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	70	16.95
	31 - 40 ปี	108	26.15
	41 - 50 ปี	124	30.02
	51 - 60 ปี	87	21.07
	มากกว่า 60 ปี	24	5.81
ระดับการศึกษา	ไม่เกินประถมศึกษา	62	15.01
	มัธยมศึกษาตอนต้น	53	12.83
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	96	23.24
	ปวช./ปวส.	53	12.83
	ปริญญาตรี	130	31.48
	สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.60

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชายร้อยละ 28.57 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 71.43 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.02 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ

26.15 อายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.07 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.81 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.48 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 23.24 ไม่เกินประถมศึกษาร้อยละ 15.01 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.60

4.2 คุณลักษณะและมาตรฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP)

4.2.1 คุณลักษณะของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP)

ตาราง 4.2 แสดงระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มหรือตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจ

ระยะเวลาในการจัดตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	29	7.59
3-5 ปี	72	18.85
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	73.56
รวม	382	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มหรือตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 73.56 จัดตั้งกลุ่มหรือตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจระหว่าง 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.85 และน้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.59

ตาราง 4.3 แสดงการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์

การบริหารจัดการโดย	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	48.19
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	47.15
อื่นๆ	18	4.66
รวม	386	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างตัวเองเป็นเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 48.19 เป็นประธาน/ผู้นำกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.15 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.66

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนสมาชิก/หรือคนทำงาน

จำนวนสมาชิก/หรือคนทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 คน	119	33.52
11-20 คน	99	27.89
21 - 50 คน	101	28.45
51 - 100 คน	22	6.20
มากกว่า 100 คน	14	3.94
รวม	355	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า จำนวนสมาชิก/หรือคนทำงานมีจำนวนไม่เกิน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.52 จำนวนสมาชิกระหว่าง 21 - 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.45 จำนวนสมาชิกระหว่าง 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.89 และจำนวนสมาชิกมากกว่า 100 คน คิดเป็นร้อยละ 3.94

ตาราง 4.5 แสดงระดับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี

ระดับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	66.40
ระดับสูงกว่าล้าน	124	33.60
รวม	369	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า ระดับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี อยู่ในระดับต่ำกว่าล้าน คิดเป็นร้อยละ 66.40 และระดับสูงกว่าล้าน คิดเป็นร้อยละ 33.60

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อปี

จำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	17.32
100,001 - 500,000 บาท	114	44.88
500,001 - 1,000,000 บาท	26	10.24
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	24.02
5,000,001 - 10,000,000 บาท	7	2.76
มากกว่า 10 ล้านบาท	2	0.78
รวม	254	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่า จำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่อปี ระหว่าง 100,001-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.88 เงินทุนหมุนเวียนต่อปี 1,000,001-5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.02 ไม่เกิน 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.32 ระหว่าง 500,001- 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.24 5,000,001 - 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.76 และมากกว่า 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.79

4.2.2 มาตรฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP)

ตาราง 4.7 แสดงระดับ OTOP

ระดับ OTOP	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพ	26	6.30
ระดับจังหวัด	309	74.82
ระดับประเทศ	78	18.89
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ระดับจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 74.82 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ระดับประเทศ คิดเป็นร้อยละ 18.89 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ระดับกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 6.30

ตาราง 4.8 แสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์

มาตรฐานผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับ 3 ดาว	65	15.85
ระดับ 4 ดาว	174	42.44
ระดับ 5 ดาว	171	41.71
รวม	410	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 42.44 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว คิดเป็นร้อยละ 41.71 และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว คิดเป็นร้อยละ 15.85

ตาราง 4.9 แสดงที่มาของแหล่งเงินทุน

ที่มาของแหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
ทุนส่วนตัว	246	64.91
ธกส.	35	9.23
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	13.72
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	4.49
อื่นๆ	29	7.65
รวม	379	100.00

จากตาราง 4.9 พบว่า ที่มาของแหล่งเงินทุนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) เป็นทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 64.91 งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 13.72 แหล่งเงินทุนจาก ธกส. คิดเป็นร้อยละ 9.23 และแหล่งเงินทุนจาก โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 4.49

ตาราง 4.10 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองมาตรฐานหรือรางวัล

ได้รับรองมาตรฐานหรือรางวัล	จำนวน	ร้อยละ
เคย	295	78.04
ไม่เคย	83	21.96
รวม	378	100.00

จากตาราง 4.10 พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) เคยได้รับรองมาตรฐานหรือรางวัลคิดเป็นร้อยละ 78.04 ไม่เคยได้รับรองมาตรฐานหรือรางวัลคิดเป็นร้อยละ 21.96

4.3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ตาราง 4.11 แสดงการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เคย	336	81.36
ไม่เคย	77	18.64
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 81.36 ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 18.64

ตาราง 4.12 แสดงการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากสื่อ

การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	309	74.82
วิทยุ	146	35.35
หนังสือพิมพ์	202	48.91
เว็บไซต์กระทรวง/กรม	120	29.06
ผู้นำกลุ่ม/ประชาชน	102	24.70
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	142	34.38
ครู/อาจารย์	36	8.72
ญาติพี่น้อง/เพื่อน	57	13.80
อื่นๆ	21	5.08

หมายเหตุ : คำถามเป็นแบบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 4.12 พบว่า สื่อที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.82 รองลงมาได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 48.91 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 35.35 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 34.38 ส่วนครู/อาจารย์และจากสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.72 และ 5.08 ตามลำดับ

ตาราง 4.13 แสดงปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ได้รับรู้

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจการค้า	269	65.13
เศรษฐกิจ	224	54.24
การตลาด/การแข่งขัน	189	45.76
ภาษา	135	32.69
ประวัติศาสตร์	26	6.30
วัฒนธรรม	102	24.70
ความร่วมมือ	106	25.67
ผลิตภัณฑ์อาเซียน	96	23.24
กฎหมายและภาษี	53	12.83
การศึกษา	81	19.61

จากตาราง 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านธุรกิจการค้าปริมาณมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.13 รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 54.24 ด้านการตลาด/การแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 45.76 สนใจด้านภาษา คิดเป็นร้อยละ 32.69 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเรื่องของประวัติศาสตร์มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.30

ตาราง 4.14 แสดงประเภทข้อมูลข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ได้รับความสนใจมากที่สุด

ประเภทข่าวสารที่ได้รับ ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจการค้า	66	35.11
เศรษฐกิจ	36	19.15
การตลาด/การแข่งขัน	56	29.79
ภาษา	8	4.26
วัฒนธรรม	7	3.72
ความร่วมมือ	8	4.26
ผลิตภัณฑ์อาเซียน	6	3.19
กฎหมายและภาษี	1	0.53
รวม	188	100.00

จากตาราง 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจกับข้อมูลข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านธุรกิจการค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.11 รองลงมาสนใจด้านการตลาด/การแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 29.79 เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.15 ส่วนกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในเรื่องของกฎหมายและภาษีนี้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.53

4.4 ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนโยบายยุทธศาสตร์โอท็อป

ตาราง 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนโยบายยุทธศาสตร์โอท็อป

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนโยบายยุทธศาสตร์โอท็อป	จำนวน	ร้อยละ
1. การรับรู้ที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเริ่มในเดือนธันวาคม 2558	294	71.19
2. การรู้จักกลุ่มประเทศ CLMV	53	12.83
3. การทราบว่า การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับตามนโยบายของรัฐบาล มีการกำหนดเป็นสินค้า "Branding Thailand"	272	65.86
4. การทราบว่าผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถวางจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกใหม่ ผ่านสนามบินและบริษัทไปรษณีย์ได้	313	75.79
5. การทราบว่าภาษาอังกฤษคือภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	319	77.20
6. การรับรู้ผลกระทบต่อธุรกิจของตนเอง ในอนาคตเมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเริ่มต้น	252	61.02
7. การรับรู้ที่ AEC คือการรวมตัวของชาติในอาเซียนหรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	288	69.73
8. การรับรู้ที่ OTOP 5 ดาว จะต้องมีความต้องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่หรือจังหวัดของตัวเอง ก่อนขยายไปสู่ระดับประเทศ และต่างประเทศ เป็น นโยบายของรัฐบาล นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร	309	74.82
9. การทราบว่า กระทรวงที่รัฐบาลมอบนโยบายในการทำงานยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP คู่สากล	231	55.93

จากตาราง 4.15 การรับรู้ ความรู้ความเข้าใจเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนโยบายยุทธศาสตร์โอท็อป พบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเริ่มในเดือนธันวาคม 2558 คิดเป็นร้อยละ 71.19 กลุ่มตัวอย่างรู้จักกลุ่มประเทศ CLMV คิดเป็นร้อยละ 12.83 การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับตามนโยบายของรัฐบาล มีการกำหนดเป็นสินค้า "Branding Thailand" คิดเป็นร้อยละ 65.86 ผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถวางจำหน่ายผ่าน

ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกใหม่ ผ่านสนามบินและบริษัทไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 75.79 การ
 ทราบว่าภาษาอังกฤษคือภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศในประชาคมเศรษฐกิจ
 อาเซียนคิดเป็นร้อยละ 77.20 การรับรู้ผลกระทบต่อธุรกิจของตนเอง ในอนาคตเมื่อประชาคม
 เศรษฐกิจอาเซียนเริ่มต้นคิดเป็นร้อยละ 61.02 กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจ
 อาเซียนคือการรวมตัวของชาติในอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 69.73 การรับรู้ว่า OTOP 5 ดาว จะต้อง
 มี
 แนวทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่หรือจังหวัดของตัวเอง ก่อนขยายไปสู่ระดับประเทศ และ
 ต่างประเทศ เป็น นโยบายของรัฐบาล นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตรคิดเป็นร้อยละ 74.82 การทราบว่า
 กระทรวงที่รัฐบาลมอบนโยบายในการทำงานยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้สากลคิดเป็นร้อยละ
 55.93

4.5 ระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปเกี่ยวกับประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน

ตาราง 4.16 แสดงระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอท็อปเกี่ยวกับ
 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

	จำนวน	คะแนน เต็ม	ต่ำสุด	สูงสุด	\bar{X}	S.D.
การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสาร ประชาคมเศรษฐกิจ	359	23	1	22	9.63	3.57
ระดับการรับรู้และ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	302	3	1	3	1.61	0.74
ยุทธศาสตร์โอท็อป	394	5	1	5	3.59	1.14

จากตาราง 4.16 พบว่า ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ
 ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจ เท่ากับ 9.63 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 23 คะแนน) มีค่าเฉลี่ยระดับการ
 รับรู้และ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เท่ากับ 1.61 คะแนน (จากคะแนน
 เต็ม 3 คะแนน) และมีระดับการรับรู้ยุทธศาสตร์โอท็อป เท่ากับ 3.59 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5
 คะแนน)

ตาราง 4.17 แสดงผลการประเมินความพร้อมด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ

ความพร้อมด้านศักยภาพ	จำนวน	ร้อยละ
พร้อม	333	90.98
ไม่พร้อม	33	9.02
รวม	366	100.00

จากตาราง 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพร้อมด้านศักยภาพ คิดเป็นร้อยละ 90.98 ไม่มีความพร้อมด้านศักยภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.02

ตาราง 4.18 แสดงผลการประเมินระดับการเจริญเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน

การเจริญเติบโตใน AEC	จำนวน	ร้อยละ
เติบโตได้	330	90.66
ไม่ได้	34	9.34
รวม	364	100.00

จากตาราง 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นถึงการเจริญเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน พบว่าสามารถเติบโตได้ คิดเป็นร้อยละ 90.66 ไม่สามารถเติบโตได้ คิดเป็นร้อยละ 9.34

4.6 ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP

ตาราง 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

OTOP จำแนกรายด้าน

ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.ด้านปัจจัยการผลิต	3.78	.57	มาก
2.ด้านอุปสงค์	3.89	.64	มาก
3.ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง	3.74	.66	มาก
4 ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน	3.98	.64	มาก
รวม	3.84	.52	มาก

จากตาราง 4.19 พบว่า ภาพรวมของศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 อยู่ในระดับ มาก รองลงมาเป็นด้าน ด้านอุปสงค์ มีค่าเฉลี่ย 3.89 อยู่ในระดับ มาก ด้านปัจจัยการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ในระดับ มาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

OTOP ด้านปัจจัยการผลิต

ศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของสินค้า	3.84	0.85	มาก
2. แนวโน้มการจ้างงาน	3.70	0.80	มาก
3. สัดส่วนแรงงานในการผลิต	3.74	0.80	มาก
4. การจัดหาวัตถุดิบในการผลิต	3.87	0.83	มาก
5. แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	3.82	0.88	มาก
6. การประยุกต์ใช้เครื่องจักรในการผลิต	3.70	0.93	มาก
7. การปรับปรุงกระบวนการผลิต	3.87	0.84	มาก
8. การมีบุคลากรที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	3.68	0.92	มาก
9. การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารกลุ่ม	3.61	0.95	มาก
10. ระบบบัญชีของกลุ่ม	3.73	0.89	มาก
11. การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม	3.85	0.83	มาก
12. การถ่ายทอดความรู้ของสมาชิก	3.98	0.84	มาก
รวม	3.78	0.57	มาก

จากตาราง 4.20 พบว่า ภาพรวมของศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ด้านปัจจัยการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า การถ่ายทอดความรู้ของสมาชิก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.98 อยู่ในระดับ มาก รองลงมาเป็นการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตและการปรับปรุงกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.87 อยู่ในระดับ มาก การลงทุนเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับ มาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์
OTOP ด้านอุปสงค์

ศักยภาพด้านอุปสงค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. แนวโน้มด้านยอดขาย	3.97	0.77	มาก
2. สัดส่วนของยอดขาย	3.91	0.78	มาก
3. แนวโน้มจำนวนลูกค้าทั้งหมด	3.90	0.78	มาก
4. แนวโน้มจำนวนลูกค้าเก่า	3.91	0.83	มาก
5. แนวโน้มจำนวนลูกค้าใหม่	3.82	0.79	มาก
6. การจัดฐานข้อมูลของลูกค้า	3.82	0.83	มาก
รวม	3.89	0.64	มาก

จากตาราง 4.21 พบว่า ภาพรวมของศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ด้านอุปสงค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า แนวโน้มด้านยอดขาย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับ มาก รองลงมาสัดส่วนของยอดขายและแนวโน้มจำนวนลูกค้าเก่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.91 อยู่ในระดับ มาก แนวโน้มจำนวนลูกค้าทั้งหมด มีค่าเฉลี่ย 3.90 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือแนวโน้มจำนวนลูกค้าใหม่และการจัดฐานข้อมูลของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เท่ากันอยู่ในระดับ มากเช่นกัน

ตาราง 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

OTOP ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง

ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ความช่วยเหลือที่ได้รับจากลูกค้า	3.66	0.84	มาก
2. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในชุมชน	3.67	0.85	มาก
3. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับอำเภอ	3.69	0.90	มาก
4. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับจังหวัด	3.80	0.87	มาก
5. การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน	3.88	0.83	มาก
รวม	3.74	0.66	มาก

จากตาราง 4.22 พบว่า ภาพรวมของศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก รองลงมา การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับอำเภอ มีค่าเฉลี่ย 3.69 อยู่ในระดับมาก การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ความช่วยเหลือที่ได้รับจากลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

4.7 ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

ตาราง 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

OTOP ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.98	0.83	มาก
2. ราคาสินค้าที่กลุ่มรับได้	3.92	0.80	มาก
3. กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย	3.92	0.79	มาก
4. ช่องทางในการจัดจำหน่าย	3.89	0.81	มาก
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.03	0.82	มาก
6. การควบคุมคุณภาพสินค้า	4.07	0.79	มาก
7. การรับรองมาตรฐานสินค้า	4.10	0.78	มาก
8. การได้รับรางวัล	3.95	0.88	มาก
รวม	3.98	0.64	มาก

จากตาราง 4.23 พบว่า ภาพรวมของศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า การรับรองมาตรฐานสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก รองลงมาการควบคุมคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับ มาก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.03 อยู่ในระดับ มาก ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือช่องทางในการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

4.8 การพัฒนาศักยภาพตามยุทธศาสตร์โอทอปเพื่อการแข่งขันบนเวที AEC

ตาราง 4.24 แสดงการเข้าร่วมสัมมนา/อบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน

การเข้าร่วมสัมมนา/อบรม	จำนวน	ร้อยละ
เคย	164	46.20
ไม่เคย	191	53.80
รวม	355	100.00

จากตาราง 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ไม่เคยเข้าร่วมสัมมนา/อบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 53.80 และเคยเข้าร่วมสัมมนา/อบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 46.20

ตาราง 4.25 แสดงหัวข้ออบรมสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ และเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน

หัวข้อและสาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ศักยภาพ	4	3.92
E-OTOP	2	1.96
วางแผนการตลาดเปิดรับ AEC	64	62.75
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	21	20.59
ภาษี/การเงิน	2	1.96
การสื่อสาร	4	3.92
คอมพิวเตอร์	2	1.96
การตลาด	2	1.96
SME	1	0.98
รวม	102	100.00

จากตาราง 4.25 พบว่า หัวข้อการอบรมสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ และเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการวางแผนการตลาดเปิดรับ AEC คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมาหัวข้ออบรมสัมมนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 20.59 ส่วนหัวข้ออื่นๆ มีจำนวนน้อยมาก

ตาราง 4.26 แสดงสาเหตุการไม่เข้าอบรมสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ และเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน

สาเหตุไม่เห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทราบข้อมูล	40	66.67
ไม่มีเวลา	8	13.33
ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาจัดการอย่างจริงจัง	10	16.67
การเดินทางลำบาก	2	3.33
รวม	60	100.00

จากตาราง 4.26 พบว่าสาเหตุของการไม่เข้าอบรมสัมมนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการแข่งขันมาจากการไม่ทราบข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาเป็นไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาจัดการอย่างจริงจัง คิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีเวลาในการอบรมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 13.33 และ การเดินทางลำบาก คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตาราง 4.27 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตเมื่อเปิด AEC

ระดับผลกระทบ	จำนวน	ร้อยละ
กระทบ	186	45.04
ไม่กระทบ	227	54.96
รวม	413	100.00

จากตาราง 4.27 พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการเข้ามาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจการประกอบการของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 54.96 ขณะเดียวกันก็มีผู้ที่เห็นว่าก่อให้เกิดผลกระทบ ร้อยละ 45.04

ในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มองว่าการเปิด AEC ไม่มีผลกระทบ เนื่องจากทำให้ตลาดขยายตัว สามารถหาตลาดใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น เป็นการยกระดับธุรกิจ กระตุ้นเศรษฐกิจให้เติบโต สร้างแรงซื้อมากขึ้น ช่วยให้ธุรกิจที่ทำอยู่มีแนวโน้มที่ดีขึ้น และเห็นว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ ได้รับความนิยมาจากลูกค้าต่างประเทศที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากมือ

ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าเมื่อเปิด AEC มีผลกระทบต่อธุรกิจของกลุ่ม ในด้านแหล่งวัตถุดิบ แรงงานและค่าแรง ราคา ต้นทุนการผลิต การค้าการตลาด การจัดจำหน่าย การแข่งขัน จำนวนคู่แข่งที่มากขึ้น แข่งขันเรื่องราคามากกว่าคุณภาพ สินค้าราคาถูกจะทะลักเข้ามา การลอกเลียนแบบ สินค้าเกษตรจะได้รับผลกระทบสูง และด้านภาษาในการเจรจาซื้อขายหรือส่งออก รวมทั้งเงินตราแลกเปลี่ยน

ตาราง 4.28 แสดงรัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วนเพื่อเข้า

สู่เวที AEC อันดับที่ 1

อันดับที่ 1	จำนวน	ร้อยละ
นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้าน		
ผู้ประกอบการ	7	3.65
การค้า	10	5.21
เศรษฐกิจ	16	8.33
วัตถุดิบ	3	1.56
จัดงาน OTOP	4	2.08
เปิด Internet ให้กว้างขึ้น	1	0.52
การตลาด	39	20.31
ภาษา	30	15.64
ด้านสินค้า	21	10.94
การแข่งขัน	3	1.56
เงิน	11	5.73
ส่งออก	5	2.60
แรงงาน	7	3.65
ภาษี	2	1.04
กฎหมาย	3	1.56
ประชาสัมพันธ	6	3.13
การผลิต	17	8.85
บรรจุภัณฑ์	2	1.04
สังคม/วัฒนธรรม	1	0.52
ความพร้อม	3	1.56
คุณภาพ	1	0.52
รวม	192	100.00

จากตาราง 4.28 รัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วน เพื่อเข้าสู่เวที AEC อันดับที่ 1 พบว่า นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 20.31 รองลงมา นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านภาษา คิดเป็นร้อยละ 15.63 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ ด้านสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.94 ส่วนนโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้าน Internet ให้กว้างขึ้น, สังคม/ วัฒนธรรม และคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 0.52

ตาราง 4.29 แสดงรัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วนเพื่อเข้าสู่เวที AEC อันดับที่ 2

อันดับที่ 2 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ	2	1.31
การค้า	16	10.46
เศรษฐกิจ	6	3.92
วัตถุดิบ	1	0.65
จัดงาน OTOP	2	1.31
เปิด Internet ให้กว้างขึ้น	4	2.61
การตลาด	25	16.34
ภาษา	16	10.46
ด้านสินค้า	18	11.77
การแข่งขัน	1	0.65
เงิน	15	9.80
ส่งออก	10	6.54
แรงงาน	6	3.92
ภาษี	1	0.65
กฎหมาย	3	1.96
ประชาสัมพันธ์	5	3.27
การผลิต	11	7.19
บรรจุภัณฑ์	1	0.65
สังคม/วัฒนธรรม	2	1.31
ความพร้อม	3	1.96
ศักยภาพ	2	1.31
คุณภาพ	3	1.96
รวม	153	100.00

จากตาราง 4.29 รัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วนเพื่อเข้าสู่เวที AEC อันดับที่ 2 พบว่า นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 16.34 รองลงมา นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านสินค้าคิดเป็นร้อยละ 11.77 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการค้าและภาษา คิดเป็นร้อยละ 10.46 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการเงินคิดเป็นร้อยละ 9.80 ส่วนนโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านวัตถุดิบ,การแข่งขัน และนโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านภาษี คิดเป็นร้อยละ 0.65

ตาราง 4.30 แสดงรัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วนเพื่อเข้าสู่เวที AEC อันดับที่ 3

อันดับที่ 3 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้าน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ	3	2.52
การค้า	4	3.36
เศรษฐกิจ	11	9.24
วัตถุดิบ	4	3.36
จัดงาน OTOP	4	3.36
เปิด Internet ให้กว้างขึ้น	1	0.84
การตลาด	16	13.45
ภาษา	9	7.56
ด้านสินค้า	19	15.97
การแข่งขัน	6	5.04
เงิน	14	11.76
ส่งออก	6	5.04
แรงงาน	4	3.36
ภาษี	1	0.84
ประชาสัมพันธ์	3	2.52
การผลิต	5	4.20
บรรจุภัณฑ์	4	3.36
สังคม/วัฒนธรรม	1	0.84
ความพร้อม	1	0.84
คุณภาพ	1	0.84
การเกษตร	1	0.84
อุตสาหกรรม	1	0.84
รวม	119	100.00

จากตาราง 4.30 รัฐบาลควรมีนโยบายหรือยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มศักยภาพเป็นกรณีเร่งด่วนเพื่อเข้าสู่เวที AEC อันดับที่ 3 พบว่า นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 15.97 รองลงมา นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 13.45 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 11.76 นโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.24 ส่วนนโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้าน Internet ให้กว้างขึ้น, ภาษี,สังคม/วัฒนธรรม,ความพร้อม,คุณภาพ,การเกษตร และนโยบาย/ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.84

4.9 ความต้องการให้รัฐบาลหรือหน่วยงาน ภาครัฐช่วยเหลือหรืออุดหนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าบนเวที AEC

ตาราง 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการให้รัฐบาลหรือหน่วยงาน ภาครัฐช่วยเหลือหรืออุดหนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าบนเวที AEC

ด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการจัดการแหล่งวัตถุดิบในการผลิต	3.87	.99	มาก
2. ด้านพื้นที่ในการผลิต และเทคโนโลยี/ เครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต	3.93	.92	มาก
3. ด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ วัตถุดิบ	3.86	.89	มาก
4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	4.01	.85	มาก
5. ด้านการตลาด การส่งเสริมการตลาด การ โฆษณาประชาสัมพันธ์	4.23	.90	มากที่สุด
6. ด้านการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและการเข้าถึง ลูกค้าโดยตรง	4.06	.89	มาก
7. ด้านการค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ E-OTOP	4.00	.97	มาก
8. ด้านการสร้างอัตลักษณ์และตราผลิตภัณฑ์	4.02	.90	มาก
9. ด้านกฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับ AEC	3.97	.98	มาก
10. ด้านการจัดการแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ	4.03	1.01	มาก
11. ด้านพื้นที่ศูนย์กลางและช่องทางในการจัด จำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ประเทศเพื่อนบ้าน	4.15	.91	มาก
12. ด้านการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ เช่น วิธีการ จัดทะเบียนบริษัท การปกป้องทรัพย์สินทาง ปัญญาในต่างประเทศ การขออนุญาตส่งออก การให้คำปรึกษาด้านการเงิน และการรับรอง มาตรฐาน	4.09	.91	มาก
13. ด้านการจับคู่ธุรกิจออนไลน์ (OTOP Online Business Matching) หรือการจัดกิจกรรมจับคู่ เจริญการค้าผ่านช่องทางออนไลน์	4.07	.94	มาก
รวม	4.02	.67	มาก

จากตาราง 4.31 พบว่า ภาพรวมความต้องการให้รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือหรืออุดหนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าบนเวที AEC มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า ด้านการตลาด การส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านพื้นที่ศูนย์กลางและช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ประเทศเพื่อนบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก ด้านการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ เช่น วิธีการจดทะเบียนบริษัท การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ การขออนุญาตส่งออกการให้คำปรึกษาด้านการเงิน และการรับรองมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก ด้านการจับคู่ธุรกิจออนไลน์ (OTOP Online Business Matching) หรือการจัดกิจกรรมจับคู่ เจริญการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดหาแหล่งวัตถุดิบในการผลิตและด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันเท่ากับ 3.87 และ 3.86 ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก เช่นกัน

4.10 การเปรียบเทียบระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อป จำแนกตามคุณลักษณะและมาตรฐานโอท็อป

ตาราง 4.32 ผลการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อป จำแนกตามคุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				1.118	0.328
น้อยกว่า 3 ปี	23	8.78	2.52		
3-5ปี	55	9.36	3.55		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	254	9.81	3.66		
การบริหารจัดการในปัจจุบัน				0.200	0.819
ตัวเองเป็นเจ้าของ	164	9.86	3.61		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	161	9.61	3.48		
อื่นๆ	13	9.77	4.48		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				2.657	0.033
ไม่เกิน 10 คน	107	9.57	3.33		
11-20 คน	88	9.63	4.09		
21 - 50 คน	85	9.29	3.38		
51 - 100 คน	19	11.58	3.81		
มากกว่า 100 คน	14	11.71	3.99		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-1.363	0.174
ระดับต่ำกว่าล้าน	213	9.59	3.62		
ระดับสูงกว่าล้าน	113	10.16	3.59		
จำนวนเงินหมุนเวียน				3.216	0.014
ไม่เกิน 100,000 บาท	38	8.32	3.18		
100,001 - 500,000 บาท	94	9.83	3.55		
500,001 - 1,000,000 บาท	22	8.773	4.21		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	58	10.138	3.73		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	6	13.000	3.89		

ตาราง 4.32 พบว่า ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 9.81 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.36 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม น้อยกว่า 3 ปีมีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.78 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.118$ มีค่า $P = .328$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการในปัจจุบัน จากตาราง 4.32 พบว่า กลุ่มที่มีการบริหารจัดการ โดยตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 9.86 รองลงมาบริหารจัดการกลุ่มด้วยวิธีอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.77 ส่วนบริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.61 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.200$ มีค่า $P = 0.819$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.32 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากกว่า100คน มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 11.71 รองลงมาสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.58 ส่วนสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 21 - 50 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 9.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.657$ มีค่า $P = 0.033$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการ

เปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.32 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่าล้านบาท มีค่าเท่ากับ 10.16 และ 9.59 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = -1.363$ มีค่า $P = 0.174$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.32 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียน ระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 13.00 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.14 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เกิน 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 8.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.216$ มีค่า $P = 0.014$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนเงินหมุนเวียน มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 4.33 ผลการเปรียบเทียบระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ของผู้ประกอบการโอท็อป จำแนกตามมาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				1.269	0.282
กรุงเทพ	22	8.64	4.14		
ระดับจังหวัด	261	9.61	3.62		
ระดับประเทศ	76	10.00	3.18		
ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์				2.720	0.067
ระดับ 3 ดาว	53	9.21	3.65		
ระดับ 4 ดาว	152	9.27	3.55		
ระดับ 5 ดาว	151	10.14	3.50		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				2.019	0.091
ทุนส่วนตัว	215	9.42	3.31		
ธกส.	31	8.74	3.35		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	48	10.04	3.53		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	14	9.64	4.01		
อื่นๆ	26	11.12	4.68		
รางวัล				2.648	0.008
เคย	268	9.95	3.54		
ไม่เคย	67	8.67	3.47		

ตาราง 4.33 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีมาตรฐานโอท็อป ระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 10.00 รองลงมา ระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.61 ส่วนระดับกรุงเทพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.64 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อป กับระดับมาตรฐาน OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 1.269 มีค่า P = .282 ซึ่งมากกว่า .05 สามารถ

สรุปได้ว่า ระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับระดับมาตรฐานโอทอป ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.33 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 10.14 รองลงมาระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.27 ส่วนระดับระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.21 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับระดับ ความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.720$ มีค่า $P = .067$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุน จากตาราง 4.33 พบว่า กลุ่มที่ได้เงินทุนมาจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 11.12 รองลงมางบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.04 ส่วนแหล่งเงินทุนจาก ชกส.มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.74 เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.019$ มีค่า $P = .091$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับแหล่งเงินทุนไม่แตกต่างกันทางสถิติ

รางวัล จากตาราง 4.33 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีค่าสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล เท่ากับ 9.95 และ 8.67 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบที ได้ค่า $t = 2.648$ มีค่า $P = .008$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอทอปกับรางวัลที่เคยได้รับ แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.11 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตาม

คุณลักษณะและมาตรฐานโอทอป

ตาราง 4.34 ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอทอป จำแนกตามคุณลักษณะโอทอป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				2.946	.054
น้อยกว่า 3 ปี	29	1.31	.71		
3-5 ปี	72	1.60	.66		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	1.65	.75		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				0.439	.645
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	1.64	.73		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	1.59	.73		
อื่นๆ	18	1.50	.79		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				0.820	.513
ไม่เกิน 10 คน	119	1.66	.38		
11-20 คน	99	1.63	.36		
21 - 50 คน	101	1.59	.30		
51 - 100 คน	22	1.77	.45		
มากกว่า 100 คน	14	1.93	.50		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-.960	.338
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	1.63	.72		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	1.71	.74		
จำนวนเงินหมุนเวียน				3.303	.012
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	1.55	.76		
100,001 - 500,000 บาท	114	1.57	.75		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	1.92	.63		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	1.80	.68		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	1.11	1.05		

ตาราง 4.34 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 1.65 รองลงมาระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.60 ส่วนระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม น้อยกว่า 3 ปีมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.31 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.946$ มีค่า $P = .054$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.34 พบว่า กลุ่มที่มีการบริหารจัดการกลุ่มโดยตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.63 รองลงมาบริหารจัดการกลุ่มโดยประธานผู้/นำกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.58 ส่วนบริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.439$ มีค่า $P = .645$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.34 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม มากกว่า100 คน มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.93 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 ส่วน กลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 21 - 50 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 1.59 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.820$ มีค่า $P = .513$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.34 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงกว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่อปีน้อยกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 และ 1.63 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบทีได้ค่า $t = -0.960$ มีค่า $P = .338$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.34 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียน ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงที่สุด เท่ามีค่าเท่ากับ 1.92 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 100,001 - 5,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.80 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 1.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.303$ มีค่า $P = .012$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนเงินหมุนเวียน มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 4.35 ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของ
ผู้ประกอบการ โอท็อป จำแนกตามมาตรฐาน โอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				3.952	.020
กรุงเทพ	26	1.77	.65		
ระดับจังหวัด	309	1.55	.77		
ระดับประเทศ	78	1.79	.65		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				1.531	.218
ระดับ 3 ดาว	65	1.48	0.75		
ระดับ 4 ดาว	147	1.61	0.74		
ระดับ 5 ดาว	171	1.67	0.74		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				1.641	.163
ทุนส่วนตัว	246	1.70	.75		
ธกส.	35	1.43	.65		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล	52	1.62	.66		
จังหวัด					
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	1.53	.80		
อื่นๆ	29	1.48	.74		
รางวัล				1.921	.055
เคย	295	1.68	.73		
ไม่เคย	83	1.51	.76		

ตาราง 4.35 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานโอท็อประดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.79 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.76 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.55 เมื่อทดสอบความแตกต่างการระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ของผู้ประกอบการระหว่างกลุ่มมาตรฐานโอท็อป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.952$ มีค่า $P = .020$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับระดับ OTOP แตกต่างกันอย่างสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.35 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยสูงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.67 รองลงมาเป็นระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.61 ส่วน กลุ่มระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.48 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.531$ มีค่า $P = .218$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.35 พบว่า กลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนมาจากทุนส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.70 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากงบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.62 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจาก ชกส. มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.641$ มีค่า $P = .163$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.35 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยสูงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สูงกว่า กลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68 และ 1.51 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้ สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = 1.921$ มีค่า $P = .055$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับการความรู้ความเข้าใจประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอท็อปกับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

4.12 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอป จำแนกตาม คุณลักษณะและมาตรฐานโอทอป

ตาราง 4.36 ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ จำแนกตาม
คุณลักษณะโอทอป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				4.943	.008
น้อยกว่า 3 ปี	28	3.36	1.16		
3-5 ปี	68	3.25	1.20		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	270	3.70	1.10		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				1.880	.154
ตัวเองเป็นเจ้าของ	178	3.66	1.11		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	176	3.56	1.13		
อื่นๆ	17	3.12	1.41		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				1.834	.122
ไม่เกิน 10 คน	114	3.68	1.05		
11-20 คน	96	3.54	1.08		
21 - 50 คน	93	3.46	1.21		
51 - 100 คน	22	3.91	1.11		
มากกว่า 100 คน	14	4.14	1.03		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-1.107	.269
ระดับต่ำกว่าล้าน	230	3.61	1.07		
ระดับสูงกว่าล้าน	123	3.75	1.12		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.623	.169
ไม่เกิน 100,000 บาท	42	3.45	1.13		
100,001 - 500,000 บาท	104	3.63	1.07		
500,001 - 1,000,000 บาท	24	3.79	1.22		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	3.90	1.14		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	8	3.13	1.25		

ตาราง 4.36 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงสุดมีค่าเท่ากับ 3.70 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ระหว่าง 3 – 5 ปี มี ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับ นโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอทอปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การ วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 4.943$ มีค่า $P = .008$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้าน ยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอทอปกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม แตกต่างกันอย่างสถิติที่ระดับ นัยสำคัญ .05

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.36 พบว่า กลุ่มที่มีการบริหารจัดการกลุ่ม โดยตัวเองเป็น เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงสุดมีค่าเท่ากับ 3.66 รองลงมาเป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนกลุ่มที่ บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 เมื่อทดสอบความ แตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอทอป กับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.880$ มีค่า $P = .154$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอทอปกับการบริหารจัดการ กลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.36 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือ คนทำงานในกลุ่ม มากกว่า 100 คน มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.14 รองลงมาสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วน สมาชิกในกลุ่มระหว่าง 21 - 50 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.46 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอทอปกับจำนวนสมาชิก หรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.834$ มีค่า $P = .122$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้

ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนสมาชิกหรือ
คนทำงานในกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปีจากตาราง 4.36 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ต่อปีระดับสูงกว่า
ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุน
หมุนเวียนต่อปีต่ำกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และ 3.61 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความ
แตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับ
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบ ทีได้ค่า $t = -1.107$ มีค่า $P = .269$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้
ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับเงินทุน
หมุนเวียนต่อปี ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.36 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 1,000,001 -
5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ
3.90 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.79 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ
3.13 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของ
ผู้ประกอบการ โอท็อปกับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว
(one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.623$ มีค่า $P = .169$ ซึ่งมากกว่า .05
สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับ
จำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.37 ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ จำแนกตาม
มาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F	P-value
ระดับ OTOP				2.372	.095
กรุงเทพ	26	3.73	1.19		
ระดับจังหวัด	292	3.51	1.16		
ระดับประเทศ	76	3.82	1.02		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				2.309	.101
ระดับ 3 ดาว	60	3.35	1.19		
ระดับ 4 ดาว	167	3.55	1.10		
ระดับ 5 ดาว	164	3.71	1.15		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				1.370	.244
ทุนส่วนตัว	233	3.64	1.09		
ธกส.	34	3.26	1.29		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล	51	3.57	1.15		
จังหวัด					
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	3.88	1.11		
อื่นๆ	28	3.82	1.12		
รางวัล				2.500	.013
เคย	281	3.70	1.09		
ไม่เคย	81	3.36	1.14		

ตาราง 4.37 พบว่า กลุ่มโอท็อปที่มีมาตรฐานระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงสุดมีค่าเท่ากับ 3.82 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างการระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการโอท็อปกับระดับมาตรฐานโอท็อป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 2.372 มีค่า P = .095 ซึ่ง

มากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.37 พบว่ากลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.71 รองลงมาเป็นระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.309$ มีค่า $P = .101$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 3.47 พบว่า กลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนมาจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.88 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจาก ธกส.มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.370$ มีค่า $P = .244$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.37 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ มากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.70 และ 3.36 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = 2.500$ มีค่า $P = .013$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายด้านยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการ โอท็อปกับรางวัลที่เคยได้รับ แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.13 ความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการรับรู้และความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอป กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอทอป

ตาราง 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้และความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอป กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอทอป

(r: p-value)

	การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจ
ระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ	.150
เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	(.004)
ยุทธศาสตร์โอทอป	.207
	(.000)

จากตาราง 4.38 พบว่า ระดับการรับรู้และความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอป กับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการโอทอป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 15.0 และ 20.7 ตามลำดับ

4.14 การเปรียบเทียบระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อ การเข้าสู่เวทีการค้า AEC จำแนกตาม คุณลักษณะและมาตรฐานโอท็อป

ตาราง 4.39 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
เพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC จำแนกตามคุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				1.723	.180
น้อยกว่า 3 ปี	29	3.69	.52		
3-5 ปี	72	3.82	.51		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	3.87	.52		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				3.128	.045
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	3.81	.50		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	3.90	.52		
อื่นๆ	18	3.63	.58		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				.839	.501
ไม่เกิน 10 คน	119	3.80	.55		
11-20 คน	99	3.90	.50		
21 - 50 คน	101	3.90	.49		
51 - 100 คน	22	3.93	.49		
มากกว่า 100 คน	14	3.84	.41		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-3.450	.001
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	3.82	.48		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	4.01	.52		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.355	.250
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	3.82	.58		
100,001 - 500,000 บาท	114	3.85	.51		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	3.81	.51		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	4.01	.54		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	3.96	.59		

ตาราง 4.39 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.87 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจัดตั้งระหว่าง 3 - 5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มน้อยกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.723$ มีค่า $P = .180$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.39 พบว่า กลุ่มที่บริหารจัดการโดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.90 รองลงมาเป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.128$ มีค่า $P = .045$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับการบริหารจัดการกลุ่ม มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.39 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.93 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 11-20 คน และระหว่าง 21 - 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.90 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มไม่เกิน 10 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.80 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.839$ มีค่า $P = .501$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.39 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่อปี ระดับสูงกว่า ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงกว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่าล้านบาท มีค่าเท่ากับ 4.01 และ 3.82 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบที ได้ค่า $t = -3.450$ มีค่า $P = .001$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง จากตาราง 4.39 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียน 1,000,001 - 5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.01 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.81 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.355$ มีค่า $P = .250$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.40 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อ
การเข้าสู่เวทีการค้า AEC จำแนกตามมาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				1.723	.180
กรุงเทพ	26	3.67	.46		
ระดับจังหวัด	309	3.86	.53		
ระดับประเทศ	78	3.86	.48		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				5.049	.007
ระดับ 3 ดาว	65	3.67	.48		
ระดับ 4 ดาว	174	3.86	.49		
ระดับ 5 ดาว	171	3.91	.54		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				.704	.590
ทุนส่วนตัว	246	3.83	.53		
ธกส.	35	3.85	.54		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	3.84	.34		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	4.02	.45		
อื่นๆ	29	3.92	.49		
รางวัล				.702	.483
เคย	295	3.88	.52		
ไม่เคย	83	3.83	.48		

จากตาราง 4.40 พบว่า กลุ่มโอท็อปที่มีมาตรฐานระดับประเทศและระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุดเท่ากัน เท่ากับ 3.86 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระดับ

OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.723$ มีค่า $P = .180$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.40 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.91 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วน กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 5.049$ มีค่า $P = .007$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.40 พบว่า กลุ่มที่ได้แหล่งเงินทุนมาจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.02 รองลงมาเป็นแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ส่วนแหล่งเงินทุนจากทุนส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.704$ มีค่า $P = .590$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.40 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงกว่า กลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเท่ากับ 3.88 และ 3.83 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้ สถิติทดสอบ ที ได้ค่า

$t = 0.702$ มีค่า $P = .483$ ซึ่งมากกว่า $.05$ สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC กับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.41 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต จำแนกตามคุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				1.030	.358
น้อยกว่า3ปี	29	3.68	.50		
3-5ปี	72	3.72	.60		
มากกว่า5ปีขึ้นไป	281	3.80	.57		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				2.768	.064
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	3.76	.53		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	3.82	.61		
อื่นๆ	18	3.50	.56		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				.474	.755
ไม่เกิน10 คน	119	3.74	.60		
11-20 คน	99	3.83	.55		
21 - 50 คน	101	3.82	.55		
51 - 100 คน	22	3.86	.57		
มากกว่า100 คน	14	3.83	.51		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-2.834	.005
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	3.76	.55		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	3.93	.57		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.489	.206
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	3.69	.61		
100,001 - 500,000 บาท	114	3.76	.58		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	3.81	.53		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	3.93	.61		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	3.98	.56		

ตาราง 4.41 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิต สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.80 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาระหว่าง 3 - 5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มน้อยกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.030$ มีค่า $P = .358$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.41 พบว่า กลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.82 รองลงมา เป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.768$ มีค่า $P = .064$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.41 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่มระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.86 รองลงเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 11-20 คน และมากกว่า 100 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.83 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มไม่เกิน 10 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.74 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of

variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.474$ มีค่า $P = .755$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.41 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่าล้านบาท มีค่า เท่ากับ 3.93 และ 3.76 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้ สถิติทดสอบที ได้ค่า $t = -2.834$ มีค่า $P = .005$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.41 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.98 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เกิน 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.69 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.489$ มีค่า $P = .206$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.42 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
เพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต จำแนกตามมาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				.244	.783
กรุงเทพ	26	3.71	.56		
ระดับจังหวัด	309	3.78	.59		
ระดับประเทศ	78	3.80	.48		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				2.242	.108
ระดับ 3 ดาว	65	3.66	.48		
ระดับ 4 ดาว	174	3.79	.57		
ระดับ 5 ดาว	171	3.83	.60		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				.880	.476
ทุนส่วนตัว	246	3.78	.58		
ธกส.	35	3.73	.57		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	3.76	.39		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	3.95	.49		
อื่นๆ	29	3.91	.58		
รางวัล				.573	.567
เคย	295	3.81	.58		
ไม่เคย	83	3.77	.48		

ตาราง 4.42 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานโอท็อประดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.80 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับระดับมาตรฐานโอท็อป โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.244$ มีค่า $P = .783$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.42 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.83 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.242$ มีค่า $P = .108$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.42 พบว่า กลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิตสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.95 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจาก ธกส.มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.880$ มีค่า $P = .476$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่า

ระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รางวัล จากตาราง 4.42 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้าน ศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านปัจจัยการผลิต สูงกว่า กลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเท่ากับ 3.81 และ 3.77 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิตกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = 0.573$ มีค่า $P = .567$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อม ด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านปัจจัยการผลิต กับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.43 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
เพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์ จำแนกตามคุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				2.845	.059
น้อยกว่า 3 ปี	29	3.62	.62		
3-5 ปี	72	3.93	.57		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	3.90	.65		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				2.276	.104
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	3.85	.63		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	3.94	.65		
อื่นๆ	18	3.64	.59		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				.594	.667
ไม่เกิน 10 คน	119	3.84	.66		
11 - 20 คน	99	3.92	.63		
21 - 50 คน	101	3.91	.64		
51 - 100 คน	22	3.98	.53		
มากกว่า 100 คน	14	3.73	.61		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-2.961	.003
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	3.85	.59		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	4.05	.66		
จำนวนเงินหมุนเวียน				.255	.906
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	3.98	.77		
100,001 - 500,000 บาท	114	3.91	.58		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	3.87	.72		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	3.98	.68		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	4.04	.70		

จากตาราง 4.43 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ระหว่าง 3-5ปี มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์ สูงที่สุดเท่ากับ 3.93 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มน้อยกว่า 3ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์ กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.845$ มีค่า $P = .059$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์ กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.43 พบว่า กลุ่มที่มีการบริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงที่สุด 3.94 รองลงมาเป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.276$ มีค่า $P = .104$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.43 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.98 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 11-20 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.92 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มมากกว่า100คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.73 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.594$ มีค่า $P = .667$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.43 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระดับต่ำกว่าล้าน มีค่าเท่ากับ 4.05 และ 3.85 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = -2.961$ มีค่า $P = .003$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.43 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียน ระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.04 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนไม่เกิน 100,000 บาทและเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เท่ากับ 3.98 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.87 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.255$ มีค่า $P = .906$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.44 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
เพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์ จำแนกตามมาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				2.136	.119
กรุงเทพ	26	3.64	.52		
ระดับจังหวัด	309	3.90	.66		
ระดับประเทศ	78	3.93	.58		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				4.777	.009
ระดับ 3 ดาว	65	3.69	.56		
ระดับ 4 ดาว	174	3.89	.62		
ระดับ 5 ดาว	171	3.97	.67		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				.745	.562
ทุนส่วนตัว	246	3.88	.64		
ธกส.	35	3.91	.73		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	3.83	.47		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	4.12	.61		
อื่นๆ	29	3.93	.56		
รางวัล				-660	.510
เคย	295	3.89	.65		
ไม่เคย	83	3.95	.59		

จากตาราง 4.44 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานโอท็อประดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้าน
ศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงสุดมีค่า เท่ากับ 3.93 รองลงมาเป็นมาตรฐาน
ระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับกรุงเทพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.64 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับระดับ OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.136$ มีค่า $P = .119$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.44 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.97 รองลงมาเป็นกลุ่มมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 4.777$ มีค่า $P = .009$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.44 พบว่า กลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนมาจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.12 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจาก งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัดมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.745$ มีค่า $P = .562$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.44 พบว่า กลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอุปสงค์สูงกว่ากลุ่มที่ได้รับรางวัล มีค่าเท่ากับ 3.95 และ 3.89 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

และท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบ ที่ได้ค่า $t = -0.660$ มีค่า $P = .510$ ซึ่งมากกว่า $.05$ สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุปสงค์กับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.45 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อ
การเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง จำแนกตาม
คุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				.003	.997
น้อยกว่า 3 ปี	29	3.74	.75		
3-5ปี	72	3.73	.58		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	3.74	.67		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				3.682	.026
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	3.65	.67		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	3.82	.62		
อื่นๆ	18	3.59	.78		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				2.312	.057
ไม่เกิน10 คน	119	3.63	.71		
11-20 คน	99	3.82	.62		
21 - 50 คน	101	3.85	.61		
51 - 100 คน	22	3.92	.69		
มากกว่า100คน	14	3.67	.68		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-2.147	.032
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	3.71	.64		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	3.87	.67		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.597	.176
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	3.64	.73		
100,001 - 500,000 บาท	114	3.76	.66		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	3.71	.62		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	3.95	.68		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	3.64	.85		

จากตาราง 4.45 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม น้อยกว่า 3 ปีและจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดเท่ากัน เท่ากับ 3.74 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มระหว่าง 3-5 ปี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.003$ มีค่า $P = .997$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.45 พบว่า กลุ่มที่มีการบริหารจัดการกลุ่ม โดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.82 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีบริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.682$ มีค่า $P = .026$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการกลุ่ม มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.45 กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ระหว่าง 51 - 100 คน มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.92 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 21 - 50 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.85 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มไม่เกิน 10 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.63 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้าน

ศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.312$ มีค่า $P = .057$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.45 พบว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่อปีต่ำกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.71 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = -2.147$ มีค่า $P = .032$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.45 พบว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดเท่ากับ 3.95 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 ส่วนกลุ่มที่มีเงินหมุนเวียนไม่เกิน 100,000 บาทและเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากันเท่ากับ 3.64 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.597$ มีค่า $P = .176$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.46 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อ
การเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง จำแนกตาม
มาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				1.866	.156
กรุงเทพ	26	3.53	.53		
ระดับจังหวัด	309	3.77	.66		
ระดับประเทศ	78	3.69	.69		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				1.960	.142
ระดับ 3 ดาว	65	3.60	.58		
ระดับ 4 ดาว	174	3.75	.67		
ระดับ 5 ดาว	171	3.78	.67		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				1.152	.332
ทุนส่วนตัว	246	3.69	.68		
ธกส.	35	3.90	.68		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	3.81	.49		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	3.85	.57		
อื่นๆ	29	3.74	.72		
รางวัล				-.042	.966
เคย	295	3.76	.67		
ไม่เคย	83	3.76	.63		

จากตาราง 4.46 พบว่า กลุ่มมาตรฐานโอท็อประดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง สูงที่สุดเท่ากับ 3.77 รองลงมาเป็นกลุ่มมาตรฐานระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ส่วนมาตรฐานระดับกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระดับ OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.866$ มีค่า $P = .156$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.46 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.78 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนกลุ่มมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.960$ มีค่า $P = .142$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.46 พบว่ากลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนมาจาก ธกส.มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.90 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากทุนส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance)

สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.152$ มีค่า $P = .332$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รางวัล จากตาราง 4.46 พบว่า กลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัลและเคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเท่ากันเท่ากับ 3.76 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = -0.042$ มีค่า $P = .966$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.47 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อ
การเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันจำแนกตาม
คุณลักษณะโอท็อป

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติ ทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				3.319	.037
น้อยกว่า 3 ปี	29	3.72	.60		
3-5ปี	72	3.95	.70		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	4.03	.62		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				1.424	.242
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	3.94	.62		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	4.03	.63		
อื่นๆ	18	3.84	.81		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				.393	.814
ไม่เกิน 10 คน	119	3.95	.66		
11-20 คน	99	4.03	.62		
21 - 50 คน	101	4.04	.60		
51 - 100 คน	22	3.99	.57		
มากกว่า 100 คน	14	4.05	.66		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-3.309	.001
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	3.94	.62		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	4.17	.60		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.978	.098
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	4.01	.70		
100,001 - 500,000 บาท	114	3.98	.62		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	3.83	.64		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	4.20	.59		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	4.06	.58		

จากตาราง 4.47 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันสูงที่สุด มีค่าเท่ากับ 4.03 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มระหว่าง 3-5 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มน้อยกว่า 3 ปีมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 3.319$ มีค่า $P = .037$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.47 พบว่า กลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.03 รองลงมาเป็นกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.424$ มีค่า $P = .242$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.47 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากกว่า 100 คน มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.05 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มระหว่าง 21 - 50 คนมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.04 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มไม่เกิน 10 คน มี

ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.95 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.393$ มีค่า $P = .814$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.47 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันสูงกว่ากลุ่มที่มีระดับเงินทุนต่ำกว่าล้านบาทมีค่าเท่ากับ 4.17 และ 3.94 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = -3.309$ มีค่า $P = .001$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.47 พบว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขันสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.20 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 5,000,001 - 10,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนกลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 500,001-1,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากัน เท่ากับ 3.83 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.978$ มีค่า $P = .098$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการ

เข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.48 ผลการเปรียบเทียบความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพ การแข่งขัน จำแนกตามมาตรฐานโอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				2.737	.066
กรุงเทพ	26	3.70	.58		
ระดับจังหวัด	309	4.00	.64		
ระดับประเทศ	78	4.02	.64		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				6.401	.002
ระดับ 3 ดาว	65	3.73	.60		
ระดับ 4 ดาว	174	4.01	.61		
ระดับ 5 ดาว	171	4.06	.66		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				.405	.805
ทุนส่วนตัว	246	3.97	.64		
ธกส.	35	3.97	.67		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล จังหวัด	52	3.99	.49		
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	4.14	.59		
อื่นๆ	29	4.05	.61		
รางวัล				1.958	.051
เคย	295	4.04	.63		
ไม่เคย	83	3.88	.64		

จากตาราง 4.48 พบว่า กลุ่มโอท็อปมาตรฐานระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันสูงสุด มีค่าเท่ากับ 4.02 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนกลุ่มมาตรฐานระดับกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระดับ OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.737$ มีค่า $P = .066$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่า ความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.48 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันสูงสุดมีค่าเท่ากับ 4.06 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 6.401$ มีค่า $P = .002$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.48 พบว่า กลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนมาจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันสูงสุดมีค่าเท่ากับ 4.14 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจากทุนส่วนตัวและเงินทุนจาก utsch. มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one –

way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.405$ มีค่า $P = .805$ ซึ่งมากกว่า $.05$ สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.48 พบว่า กลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันมากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเท่ากับ 4.04 และ 3.88 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบ ที ได้ค่า $t = 1.958$ มีค่า $P = .051$ ซึ่งมากกว่า $.05$ สรุปได้ว่าระดับความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ด้านยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันกับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

4.15 การเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์โอท็อปของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC จำแนกตาม คุณลักษณะและมาตรฐานโอท็อป

ตาราง 4.49 ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC จำแนกตามคุณลักษณะ

คุณลักษณะ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม				.574	.564
น้อยกว่า 3 ปี	29	3.95	.59		
3-5 ปี	72	3.97	.62		
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	281	4.05	.69		
ปัจจุบันบริหารจัดการโดย				.503	.605
ตัวเองเป็นเจ้าของ	186	4.00	.67		
ประธาน/ผู้นำกลุ่ม	182	4.06	.68		
อื่นๆ	18	3.95	.62		
มีสมาชิกในกลุ่มหรือคนทำงาน				2.874	.023
ไม่เกิน 10 คน	119	4.05	.72		
11-20 คน	99	3.99	.60		
21 - 50 คน	101	4.12	.63		
51 - 100 คน	22	4.12	.71		
มากกว่า 100 คน	14	3.51	.65		
เงินทุนหมุนเวียนต่อปี				-2.046	.041
ระดับต่ำกว่าล้าน	245	4.00	.66		
ระดับสูงกว่าล้าน	124	4.15	.62		
จำนวนเงินหมุนเวียน				1.099	.357
ไม่เกิน 100,000 บาท	44	4.05	.63		
100,001 - 500,000 บาท	114	4.02	.67		
500,001 - 1,000,000 บาท	26	4.23	.60		
1,000,001 - 5,000,000 บาท	61	4.19	.65		
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	4.08	.57		

จากตาราง 4.49 พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 5 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงสุด เท่ากับ 4.05 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มระหว่าง 3-5ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มน้อยกว่า 3 ปีมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.574$ มีค่า $P = .564$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การบริหารจัดการกลุ่ม จากตาราง 4.49 พบว่า กลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยประธาน/ผู้นำกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงสุดมีค่าเท่ากับ 4.06 รองลงมาเป็นกลุ่มบริหารจัดการกลุ่มตัวเองเป็นเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนกลุ่มที่บริหารจัดการกลุ่มโดยวิธีการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.503$ มีค่า $P = .605$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

จำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม จากตาราง 4.49 พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม ระหว่าง 21 - 50 คนและระหว่าง 51 - 100 คนมีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุดเท่ากันเท่ากับ 4.12 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มไม่เกิน 10 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนกลุ่มที่มีสมาชิกในกลุ่มมากกว่า 100 คน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการ

แข่งขันบนเวที AEC กับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.874$ มีค่า $P = .023$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC และสภาพการแข่งขันกับจำนวนสมาชิกหรือคนทำงานในกลุ่ม มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

เงินทุนหมุนเวียนต่อปี จากตาราง 4.49 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนระดับสูงกว่าล้านบาท มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงกว่ากลุ่มที่มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่าล้านบาท มีค่าเท่ากับ 4.15 และ 4.00 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี โดยใช้สถิติทดสอบที ได้ค่า $t = -2.046$ มีค่า $P = .041$ ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับเงินทุนหมุนเวียนต่อปี มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

จำนวนเงินหมุนเวียน จากตาราง 4.49 พบว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงสุดเท่ากับ 4.23 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนเงินหมุนเวียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.19 ส่วนที่มีเงินทุนหมุนเวียนระหว่าง 100,001 - 500,000 บาทมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากัน เท่ากับ 4.02 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับจำนวนเงินหมุนเวียน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.099$ มีค่า $P = .357$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับจำนวนเงินหมุนเวียน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 4.50 ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของ
กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC จำแนกตาม มาตรฐาน
โอท็อป

มาตรฐาน	จำนวน	\bar{X}	S.D.	สถิติทดสอบ F/t	P-value
ระดับ OTOP				1.501	.224
กรุงเทพ	26	3.90	.83		
ระดับจังหวัด	309	4.05	.65		
ระดับประเทศ	78	3.93	.68		
ระดับดาวมาตรฐานผลิตภัณฑ์				2.002	.136
ระดับ 3 ดาว	65	3.90	.66		
ระดับ 4 ดาว	174	4.01	.69		
ระดับ 5 ดาว	171	4.09	.66		
ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนมาจาก				.649	.628
ทุนส่วนตัว	246	4.05	.68		
ธกส.	35	3.96	.65		
งบประมาณจาก อบต.เทศบาล	52	3.98	.54		
จังหวัด					
โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ	17	3.87	.48		
อื่นๆ	29	4.14	.69		
รางวัล				1.762	.079
เคย	295	4.06	.67		
ไม่เคย	83	3.92	.57		

จากตาราง 4.50 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานโอท็อประดับจังหวัด มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น สูงที่สุด เท่ากับ 4.05 รองลงมาเป็นมาตรฐานระดับประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ

กรุงเทพมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระดับ OTOP โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 1.501$ มีค่า $P = .224$ ซึ่งมากกว่า .05 สามารถสรุปได้ว่าความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระดับ OTOP ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากตาราง 4.50 พบว่า กลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.09 รองลงมาเป็นกลุ่มมาตรฐานระดับ 4 ดาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนกลุ่มที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 2.002$ มีค่า $P = .136$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับระดับความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ จากตาราง 4.50 พบว่า กลุ่มที่มีเงินทุนมาจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือกลุ่มที่มีทุนจากแหล่งเงินทุนจากทุนส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนกลุ่มที่มีแหล่งเงินทุนจาก โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับแหล่งเงินทุน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one – way analysis of variance) สถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า $F = 0.649$ มีค่า $P = .628$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

การได้รับรางวัล จากตาราง 4.50 พบว่ากลุ่มที่เคยได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยได้รับรางวัล มีค่าเท่ากับ 4.06 และ 3.92 ตามลำดับเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับรางวัลที่เคยได้รับ โดยใช้สถิติทดสอบที ได้ค่า $t = 1.762$ มีค่า $P = .079$ ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่าระดับความต้องการในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในการแข่งขันบนเวที AEC กับรางวัลที่เคยได้รับ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

4.16 การศึกษาอิทธิพล ระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอปของผู้ประกอบการโอทอป ต่อความพร้อมด้านศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC

ตาราง 4.51 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC

องค์ประกอบ	สัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย			สถิติทดสอบ t	P - value
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.416	.113		30.135	.000
การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสาร	.010	.007	.072	1.348	.179
ระดับการรับรู้ ความรู้ เข้าใจ	.071	.039	.099	1.821	.069
ยุทธศาสตร์โอทอป	.063	.025	.137	2.495	.013
F – test	=	5.752			
P-value	=	0.001			
R	=	0.217			
R ²	=	0.047			
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า	=	0.480			
Durbin – Watson	=	2.042			

จากตาราง 4.51 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ได้แก่ การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารประชาคม เศรษฐกิจระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประชาคมและยุทธศาสตร์โอทอป สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่า $F = 5.752$ มีค่า $P = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ตัวแปรอิสระทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กับ ระดับศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ร้อยละ 21.7 และตัวแปรอิสระทั้ง 3 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC ได้ ร้อยละ 4.70 เมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอิทธิพล พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการเข้าสู่เวทีการค้า AEC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีเพียงตัวเดียวคือ ยุทธศาสตร์โอทอป ส่วนตัวแปรที่เหลือไม่มีอิทธิพล สามารถเขียนเป็น รูปแบบได้ดังนี้

$$\text{ศักยภาพ} = 3.416 + 0.063 (\text{ยุทธศาสตร์โอทอป})$$