

ชื่อโครงการวิจัย	ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มสตรีบ้านนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม
ชื่อผู้วิจัย	นางลักขณา ศิริจำปา
หน่วยงาน	สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปีที่ทำวิจัย	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่คือ เพศหญิง 251 คิดเป็นร้อยละ 65.9 ส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรกรรม 137 คน คิดเป็นร้อยละ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.03, 4.01 และ 3.99 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริโภค ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.04, 4.03 และ 3.99 ตามลำดับ

Thesis Title : Factors Affecting Success According to Product A case study of women
Bannaroue groups Geng District Muang District Mahasarakham Provin

Candidate : Mrs. Lukkhana Sirichampa

Organization : Marketing Section Management Science Rajabhat Mahasarakham University

B.E. 2551

Abstract

This research had the objective of analyzing Factors Affecting Success According to Product A case study of women Bannaroue groups Geng District Muang District Mahasarakham Provin. The sample used in the study comprised a number of 381. The tool used in the collection of data was a questionnaire of a 5-level valuation scale. Data analysis was done by deterring the mean, S.D. (stand and deviation. t-Test (Independent t-test) and F-test (One-Way Analysis of Variance)

The result of this study, most of the samples are Female with 251 accounting for 65.9%, are aged 36-45 with 170 sample ; 44.6%, are married with 239 sample ; 62.0%, are elementary education degree with 167 sample ; 43.8%, are agricultural pursuit with 137 sample ; 46.3%, are reamed an income lower of 5,000-10,00 with 181 sample ; 47.5%.

The result of this study, Factors Affecting Success According to Product A case study of women Bannaroue groups Gang District Muang District Mahasarakham Provin. to include high level to consist the factor Product to include high level, the factor Price . to include high level, the factor Place to include high level, the factor Promotion to include high level.

The result of this study, An approach Affecting Success According to Product to attack Marketing for permanent to include high level to consist the factor Product to include high level, the factor dispense to include high level, the factor to consume to include high level.