

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ปัญหาของการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	4
บทที่ 2. แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน.....	6
2.2 แนวคิดทฤษฎีการพึ่งพาตนเองของชุมชนชนบท.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล.....	19
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการองค์กร.....	26
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	29
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	40
บทที่ 3. วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	41
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.4 การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน.....	48
4.3 ผลวิเคราะห์แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่าง.....	53
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	57

บทที่ 5. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	80
5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	80
5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
5.4 สรุปผลงานวิจัย.....	81
5.5 อภิปรายผล.....	91
5.6 ข้อเสนอแนะ.....	93

บรรณานุกรม.....	94
-----------------	----

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถาม.....	98
------------------------	----

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ตารางที่ 4.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมปัจจัยที่ส่งผล สำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	48
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม.....	49
ตารางที่ 4.3 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จ ต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์.....	50
ตารางที่ 4.4 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จ ต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา.....	51
ตารางที่ 4.5 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จ ต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย.....	52
ตารางที่ 4.6 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จ ต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านส่งเสริมการตลาด.....	53
ตารางที่ 4.7 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมแนวทางที่ส่งผลสำเร็จ ผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา	
ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม.....	54
ตารางที่ 4.8 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอเมือง	
จังหวัดมหาสารคาม ด้านการผลิต.....	55
ตารางที่ 4.9 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอเมือง	
จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.10 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการบริโภค.....	56
ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามเพศ.....	57
ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอายุ.....	59
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามสถานภาพ.....	60
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา.....	62
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอาชีพ.....	64
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามรายได้.....	66
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามเพศ.....	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอายุ.....	69
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามสถานภาพ.....	70
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามระดับการศึกษา.....	72
ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอาชีพ.....	73
ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามรายได้.....	75



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาพที่	สารบัญภาพ	หน้า
ภาพที่ 2.1	แสดงส่วนประสมทางการตลาด.....	30
ภาพที่ 2.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	40



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY