

ชื่อเรื่อง : ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย : นันทนา ไชยบุคคี ปริญา บธ.ม.
กรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและในความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ตามสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 240 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.922 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติทีเทส (t - test)

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชน มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน โดยเรียงลำดับ

ความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านยอดขาย ด้านส่วนครองตลาด ด้านความเติบโตทางธุรกิจ และด้านกำไร ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ของผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ระหว่าง 0.335 ถึง 0.970 และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย กับด้านยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ กับด้านส่วนครองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง และลำดับที่สาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ กับด้านยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง และคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดสามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย กับด้านความเติบโตทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา กับด้านความเติบโตทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ และลำดับที่สาม ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กับด้านส่วนครองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

TITLE Relationships between Marketing Mix and Success of Community Business
Operation on Clothes in Muang District, Mahasarakham Province

AUTHOR Nanthana Chaibuddee

DEGREE M.B.A.

ADVISORS Assoc. Prof. Sauwaluck Nikornpittaya

Chairman

Assoc. Prof. Dr. Wongpatana Sriprasert

Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2010

ABSTRACT

The objectives of this research were as follows: to study marketing mix in community business operation on clothes in Muang district, Mahasarakham province; to study success of community business operation on apparels in Muang district, Mahasarakham province; and to study relationship between marketing mix and success of community business operation on clothes in Muang district, Mahasarakham province. The research was conducted by using the statistic method of random sampling of 240 clothes producers in community business group from community development offices in Mahasarakham province. The researcher used 5-level rating scale questionnaire, with the reliability rate of 0.922, to collect relevant data. After that, the data was analyzed by using statistic tools including means and standard deviation, then was tested by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and *t*-test.

The results of the research were as follows:

The research revealed that the operation in dealing with marketing mix of producers in community business group in Muang district, Mahasarakham province was rated in high degree overall. When each aspect was individually considered, it was evaluated as high degree in two aspects and another two aspects as moderate, which can be ranked from the

highest to the lowest as follows: products, price, distribution, and marketing promotion, respectively.

The result of success analysis showed that producers in clothes community business group in Muang district, Mahasarakham province were less successful in business operation and was rated in low degree overall. By considering in aspects, it was found that 1 aspect was rated in moderate degree and 3 aspects were rated in low degree, which can be ranked from highest to lowest as follows: sales, market share, business growth, and benefits, respectively.

The relationship analysis revealed that market mix and producers' success of community business operation on clothes in Muang district, Mahasarakham province were overall valued between 0.335 to 0.970 at the significant statistic level of 0.01, which were in accordance with the hypothesis set. The top three highest or perfectly related pairs were as follows: distribution and sales, products and market share, and products and sales. The last three lowest related pairs including the followings: distribution and business growth, which were rather low related; price and business growth, another fairly low related pairs; and marketing promotion and market share, which were moderate related.