

ชื่อเรื่อง ปัจจัยทางตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่ม
แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยุหะภูมิพิสัย
จังหวัดมหาสารคาม

ผู้ศึกษา เพ็ญพิศ ไทยโส

ปริญญา บธ.ม.

กรรมการที่ปรึกษา รศ. ดร. วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ

ประธานกรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทาง
การตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิตและปัจจัยทางการตลาด กับความสำเร็จใน
การบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ตำบลลานสะแก อำเภอ
พยุหะภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์
อาหารบ้านมะโป้ และผู้บริโภคในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยุหะภูมิพิสัย จำนวน 100 คน
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5
ระดับและแบบตัวเลือก ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติ *t*-test และ *F*-test เพื่อใช้ทดสอบ
ความแตกต่างของตัวแปรอิสระ และใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ไค-กำลังสอง (χ^2 test for
Independent)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 40-49 ปี
มีสถานภาพสมรส ซึ่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีอาชีพเป็นเกษตรกร
และเป็นผู้ที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนตั้งแต่ 2,001-3,000 บาท ที่สำคัญผู้บริโภค มีความ
คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ($\mu = 4.52$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\mu = 4.49$) ด้านราคา ($\mu = 4.48$) และด้าน
การส่งเสริมการตลาด ($\mu = 4.44$) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาด ของ ผู้บริโภคในเขตตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่รู้จักหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากของกลุ่มสตรีแม่บ้านกล้วยตากเพื่อนำไปบริโภคหรือนำไปจำหน่ายต่อ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเมื่อจำแนกตามด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลเมื่อจำแนกตามด้านอาชีพ มีความคิดเห็นด้านราคาแตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนบุคคลเมื่อจำแนกตามด้านรายได้ มีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิต กับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อจำแนกตามด้านกรรมวิธีการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ ด้านปริมาณ และด้านระยะเวลาในการผลิต พบว่า สมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตกล้วยตากมีปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิตด้านกรรมวิธีการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ ด้านปริมาณ และด้านระยะเวลาในการผลิต โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าปัจจัยลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ผลิตไม่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารกิจการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความสำเร็จในการบริหารกิจการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ตำบลลานสะแก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เมื่อจำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า สมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารบ้านมะโป้ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตกล้วยตากมีปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก

TITLE The Marketing factor toward the relation with successes in managing of the food product process groups Ban Mabo, Lansakare Sub-district, Phayukaphumpisai District, Mahasarakham Province.

AUTHOR Mrs. Paenpit thaiso **DEGREE** M.B.A.

ADVISOR Assoc. Prof. Dr. Wongpattana Sriprasert Chairperson

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY 2010

ABSTRACT

The objectives of this research were as follows: 1) to study the opinion about marketing factor of consumer toward the food product process groups Ban Mabo 2) to study relationship between the business characteristic factor, and Marketing factor with successes in operation of the food product process groups Ban Mabo, Lansakare Sub-district, Phayukaphumpisai District, Mahasarakham Province. The research was quantity method which sampling group comprised 50 persons who member of the food product process groups Ban Mabo, and consumer at 95% statistical confidence level. Questionnaires were used in the study and analyzed by using statistical program of 5-level rating scale, the reliability scale was at 0.94, and checklist. The data was collected and analyzed by using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. The hypotheses were tested by *t*-test, *F*-test, and X^2 test for independent.

The results revealed that ;

1. The majority consumer in Lansakare Sub-district, Phayukaphumpisai District, Mahasarakham Province were the female, by old between 40-49 year, there were the marriage status who have the education in elementary level, there were occupation the agriculturist, and who have individual income since 2,001-3,000 baht/month. The opinion about marketing factor of consumer toward the food product process groups Ban Mabo, Lansakare Sub-district, Phayukaphumpisai District, Mahasarakham Province was rated as

high. By considering in aspects, it was found that the overall was rated in high degree in all aspects, which can be ranked from the highest to the lowest as follows: the aspects of product ($\mu = 4.52$), place ($\mu = 4.49$), price ($\mu = 4.48$) and promotion ($\mu = 4.44$), respectively.

2. In Comparison of factors of consumer marketing factors. Consumers in Lan Sakae, Phayakkhaphum Phisai, Province. Known or used to purchase dried banana dried banana Housewife Group to be sold to consumers or to Overall opinion on the marketing factors. Did not differ significantly at the .05 level revealed that personal factors, classified by gender, age, position, level of education, occupation, and income. Opinions about the marketing factors. Did not differ significantly at the .05 level, it was found that personal factors, classified by occupation. Opinions differ. Significant at the .05 level aspects of a person and by personal factors on the income. Opinions differ. Significant at the .05 level aspects of a product.

3. Test the relationship between nature and business of the manufacturer to the successful administration of the affairs of the home food processing Ban Ma Bo Lan Sakae Sub-district, Phayakkhaphum Phisai, Province. When classified according to the manufacturing process. Controlling quality and quantity of time to produce that food processing group Ban Ma Bo Lan Sakae Sub-district, Phayakkhaphum Phisai, Province. Involved in the production of dried banana factors Nature of Business Manufacturer of manufacturing processes. Controlling quality and quantity of time in production. Overall, no relationship to success in operations management. Significant at the .05 level revealed the nature of business of the manufacturer.

4. Test the relationship between the variety of factors in the success of marketing management activities of the Food Processing Ban Ma Bo Lan Sakae Sub-district, Phayakkhaphum Phisai, Province. When classified according to the price of the

products distribution. And the marketing support that members processed food products, Ban Ma Bo Lan Sakae Sub-district, Phayakkhaphum Phisai. Province. Involved in the production of dried banana marketing factors in the price of the products distribution. And the promotion of market Overall relationship with the successful execution of the business of food processing group Ban Ma Bo Lan Sakae Sub-district, Phayakkhaphum Phisai. Province. Significant at the .05 level.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY