ชื่อเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอ

สังคม จังหวัดหนองคาย

ผู้ศึกษา

นางสาวอารดา ปีตะสุทธิ์

ปริญญา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)

กรรมการที่ปรึกษา รศ. คร. วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารกาม 2553

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยทางการเรียนรู้ ปัจจัยทางการตลาด การจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร 2) ปัจจัยทางกุณลักษณะ ส่วนบุคคล ปัจจัยทางการเรียนรู้ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจ ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรอำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย จำนวน 5 กลุ่ม จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9646 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการ ทคสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ การถดลอยพหุคูณ กำหนดระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยทางการเรียนรู้ โดยรวบอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายค้าน อยู่ในระดับมาก คือ ค้านการฝึกอบรม และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ค้านการมีส่วนร่วม ค้านการเรียนรู้และ ปฏิบัติจริง และค้านการติคต่อสื่อสาร

ปัจจัยทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับ มาก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้าน การส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวที่นำมาศึกษาทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามค่อนข้างสูงอย่าง มีนัย สำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .23 ตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย มากที่สุด คือ เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษา ส่วนตัวแปรอิสระอีก 10 ตัวแปร ไม่มีผล ต่อการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตร อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย อย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมการได้ ดังนี้

สมการถคถอยในรูปคะแนนดิบ คือ $Y=3.78+(-0.17)X_1+(-0.06)X_2+0.10X_3+(-0.14)X_4+0.04X_5+(-0.05)X_6+0.08X_7+(-0.01)X_8+0.04X_9+0.02X_{10}+(-0.03)X_{11}+0.06X_{12}+0.07X_{13}$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ $Z=(-0.27)Z_1+(-0.15)Z_2+0.29Z_3+$ $(-0.22)Z_4+0.07Z_5+(-0.09)Z_6+0.19Z_7+(-0.02)Z_8+0.08Z_9+0.04Z_{10}+(-0.06)Z_{11}+0.10Z_{12}+0.12Z_{13}$

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY TITLE

Factors that influential manage to community business of agricultural

housekeeper group, Sangkhom District, Nongkhai Province.

AUTHOR

:

Miss. Arada Pitasut

DEGREE: M.B.A.

ADVISOR

Assoc. Prof. Dr. Wongpattana Sriprasert

Chairperson

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY, 2010

Abstract

The core objectives of this independent study were as follows: 1) to study learning, marketing factors, and manage to community business, and 2) to study personal characteristic, learning, and marketing factors that influential manage to community business agricultural housekeeper group, Sangkhom District, Nongkhai Province. The independent study quantitative method which sampling group comprised of 165 persons were the entrepreneur who member of agricultural housekeeper group at 95% statistical confidential level. Questionnaires were used in the study and analyzed by using statistical program of 5-level rating scale, the reliability scale was at .96. The data was collected and analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation. The hypotheses were tested by Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Linear Regression Analysis.

The results revealed that:

Regarding the opinions towards the learning factors, overall and individually, they were at a high level. The highest average belonged to training aspect while the middle average belonged to the aspect of participating, learning and true operation, and communication.

Regarding the opinions towards the marketing factors, overall and individually, they were at a high level. The highest average belonged to place, price, and product aspect while the middle average belonged to the aspect of promotion.

The results of the multiple linear regression analysis were as follow: the personal characteristic, learning, and marketing factor that influential manage to community business agricultural housekeeper group, Sangkhom District, Nongkhai Province, there were most variable be the aspects of age, statue, education. The coefficient was equal to .23 at .05 statistically significant level and can be written as predicted equation in terms of row and standard score as follows:

In term of raw scores were: $Y = 3.78 + (-0.17)X_1 + (-0.06)X_2 + 0.10X_3 + (-0.14)X_4 + 0.04X_5 + (-0.05)X_6 + 0.08X_7 + (-0.01)X_8 + 0.04X_9 + 0.02X_{10} + (-0.03)X_{11} + 0.06X_{12} + 0.07X_{13}$

In term of standard scores were: $Z = (-0.27)Z_1 + (-0.15)Z_2 + 0.29Z_3 + (-0.22)Z_4 + 0.07Z_5 + (-0.09)Z_6 + 0.19Z_7 + (-0.02)Z_8 + 0.08Z_9 + 0.04Z_{10} + (-0.06)Z_{11} + 0.10Z_{12} + 0.12Z_{13}$

