บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

4.3 แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลปรากฏตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 381 คน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	130	34.1
	หญิง	251	65.9
	รวม	**381**	**100.0**
2. อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	34	8.9
	26 – 35 ปี	61	16.0
	36-45 ปี	170	44.6
	46-55 ปี	92	24.1
	55 ปี ขึ้นไป	24	6.3
	รวม	**381**	**100.0**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน 381 คน	ร้อยละ
3. สถานภาพ	โสด	73	19.7
	สมรส	239	62.0
	หย่า / แยกกันอยู่	67	17.6
	รวม	**381**	**100.0**
4. ระดับการศึกษา	ไม่ได้เรียนหนังสือ	4	1.0
	ประถมศึกษา	167	43.8
	มัธยมศึกษา/ปวช.	147	38.6
	อนุปริญญา/ปวส.	27	7.1
	ปริญญาตรี	32	8.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.0
	รวม	**381**	**100.0**
5.อาชีพ	เกษตรกรรม	137	36.0
	รับราชการ	53	13.9
	ค้าขาย	90	23.6
	รับจ้าง	83	21.8
	นักเรียน/นักศึกษา	18	4.7
	รวม	**381**	**100.0**
6. รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	84	22.0
	5,000-10,000 บาท	181	47.5
	10,001-15,000 บาท	78	20.5
	15,001-20,000 บาท	26	6.8
	20,001-25,000 บาท	10	2.6
	25,000 บาทขึ้นไป	2	0.5
	รวม	**381**	**100.0**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่คือ เพศหญิง 251 65.9 รองลงมาคือ เพศชาย 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 ส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ อายุ46-55 ปี 92 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 อายุ 26 – 35 ปี 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอายุต่ำกว่า 25 ปี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือสถานภาพโสด 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และสถานภาพหย่า / แยกกันอยู่ 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช.147

คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ปริญญาตรี 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 อนุปริญญา/ปวส. 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และไม่ได้เรียนหนังสือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 สูงกว่าปริญญาตรี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม 137 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 อาชีพรับจ้าง 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อาชีพรับราชการ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน5,000-10,000 บาท 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายได้ต่อเดือน10,001-15,000 บาท 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รายได้ต่อเดือน15,001-20,000 บาท 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

	ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น		
		$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	.58	มาก
2	ด้านราคา	4.01	.60	มาก
3	ด้านการจัดจำหน่าย	3.99	.62	มาก
4	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.03	.60	มาก
	รวม	**4.02**	**.60**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.03, 4.01 และ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น $\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์								
1 ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์	57 (15.0%)	228 (59.8%)	228 (59.8%)	5 (1.3%)	-	3.88	.65	มาก
2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์	102 (6.8%)	253 (66.4%)	253 (66.4%)	-	-	4.20	.54	มาก
3 ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์หลากหลาย	75 (19.7%)	263 (69.0%)	263 (69.0%)	4 (1.0%)	-	4.07	.58	มาก
4 อายุในการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	75 (19.7%)	256 (67.2%)	256 (67.2%)	2 (.5%)	-	4.06	.58	มาก
5 ความสวยงามของหีบห่อที่บรรจุของผลิตภัณฑ์	77 (20.2%)	268 (70.3%)	268 (70.3%)	1 (.3%)	-	4.10	.54	มาก
6 เครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	94 (24.7%)	246 (64.6%)	246 (64.6%)	1 (.3%)	-	4.14	.59	มาก
รวม						**4.07**	**.58**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของหีบห่อที่บรรจุของผลิตภัณฑ์ ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์หลากหลาย อายุในการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ อายุในการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20,4.14 4.10,4.07, 4.06 และ 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\overline{X}$	S.D	แปลผล
ด้านราคา								
1 ราคามีความใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	74 (19.4%)	251 (65.9%)	53 (13.9%)	3 (.8%)	-	4.04	.60	มาก
2 ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	70 (18.4%)	261 (68.5%)	50 (13.1%)	-	-	4.05	.56	มาก
3 การต่อรองราคา	67 (17.6%)	257 (67.5%)	57 (15.0%)	-	-	4.03	.57	มาก
4 มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	68 (%)	227 (%)	78 (%)	8 (%)	-	3.93	.68	มาก
5 การให้ข้อมูลราคาผลิตภัณฑ์	70 (%)	242 (%)	69 (%)	-	-	4.00	.60	มาก
รวม						**4.01**	**.60**	**มาก**

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม ราคามีความใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันการต่อรองราคา การให้ข้อมูลราคาผลิตภัณฑ์ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05,4.04 4.03,4.00 และ 3.93 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.6 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น $\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านส่งเสริมการตลาด								
1 มีการส่งเสริมการขาย เช่นมีคูปองส่วนลด มีของแถม	62 (16.3%)	239 (62.7%)	78 (16.3%)	2 (.5%)	-	3.95	.62	มาก
2 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	69 (18.1%)	248 (65.1%)	62 (16.3%)	2 (.5%)	-	4.01	.60	มาก
3 การบริการของพนักงานขาย	76 (19.9%)	247 (64.8%)	55 (14.4%)	3 (.8%)	-	4.04	.61	มาก
4 พนักงานขายมีอัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ	83 (21.8%)	251 (65.9%)	47 (12.3%)	-	-	4.09	.58	มาก
5 พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	74 (19.4%)	243 (63.8%)	62 (16.3%)	2 (.5%)	-	4.02	.62	มาก
6 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย	82 (21.5%)	252 (66.1%)	46 (12.1%)	1 (.3%)	-	4.09	.58	มาก
รวม						**4.03**	**.60**	**มาก**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย การบริการของพนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีการส่งเสริมการขาย เช่นมีคูปองส่วนลด มีของแถมโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09,4.09 4.04,4.02,4.01 และ 3.95 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวม แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

	แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น		
		$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	.58	มาก
2	ด้านการจำหน่าย	4.03	.62	มาก
3	ด้านการบริโภค	4.04	.59	มาก
	รวม	**4.03**	**.59**	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริโภค ด้านการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.04, 4.03 และ 3.99 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.8 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการผลิต

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น $\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านผลิต								
1 ควรส่งเสริมกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด	67 (17.6%)	265 (69.6%)	48 (12.6%)	1 (.3%)	-	4.04	.56	มาก
2 ควรใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต	74 (19.4%)	263 (69.0%)	44 (11.5%)	-	-	4.08	.55	มาก
3 ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมในด้านทุนการผลิต	85 (22.3%)	244 (64.0%)	50 (13.1%)	2 (.5%)	-	4.08	.61	มาก
4 ควรมีการบริหารและการจัดการผลิต	63 (16.5%)	251 (65.9%)	64 (16.8%)	3 (.8%)	-	3.98	.60	มาก
รวม						**4.04**	**.58**	**มาก**

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การบริหารงานการก่อสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดชัยนาทด้านการผลิต โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ควรใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมในด้านทุนการผลิต ควรส่งเสริมกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด ควรมีการบริหารและการจัดการผลิต อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08, 4.08, 4.04 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำหน่าย

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น $\overline{X}$	S.D	แปลผล
ด้านการจำหน่าย								
1 ควรส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ให้เกษตรกรและประชาชนรู้จักการทำมาหากิน	79 (20.7%)	241 (63.3%)	59 (15.5%)	2 (.5%)		4.04	.62	มาก
2 ควรจัดแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น	74 (19.4%)	256 (6272%)	50 (13.1%)	1 (.3%)		4.06	.62	มาก
3 ควรจัดให้มีการแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าหรือหน่วยงาน/เสมอ	79 (20.7%)	238 (62.5%)	61 (16.0%)	3 (.8%)		4.03	.63	มาก
4 ควรมีระบบการบริการขนส่งที่รวดเร็วและทันสมัย	71 (18.7%)	238 (62.5%)	68 (17.8%)	4 (1.0%)		3.99	.64	มาก
รวม						**4.03**	**.62**	**มาก**

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำหน่ายโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ควรจัดแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น ควรส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ให้เกษตรกรและประชาชนรู้จักการทำมาหากิน ควรจัดให้มีการแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าหรือหน่วยงาน/เสมอ ควรมีระบบการบริการขนส่งที่รวดเร็วและทันสมัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, 4.04, 4.03 และ 3.99 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.10 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการบริโภค

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น $\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านการบริโภค								
1 ควรปลูกฝังแนวความคิดการบริโภคไม่ให้มีการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย	71 (18.6%)	261 (68.5%)	49 (12.9%)	-	-	4.06	.56	มาก
2 ควรส่งเสริมการผลิตและการบริโภคภายในท้องถิ่น	76 (19.9%)	246 (64.6%)	59 (15.5%)	-	-	4.04	.59	มาก
3 ควรส่งเสริมการบริโภคเรื่องความสะอาดและปลอดภัย	77 (20.2%)	233 (61.2%)	71 (18.6%)	-	-	4.02	.62	มาก
รวม						**4.04**	**.059**	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการบริโภคโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ควรปลูกฝังแนวความคิดการบริโภคไม่ให้มีการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ควรส่งเสริมการผลิตและการบริโภคภายในท้องถิ่น ควรส่งเสริมการบริโภคเรื่องความสะอาดและปลอดภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06, 4.04 และ 4.02 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .910 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .790 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .646 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .382 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

4.4.1.2 อายุ

อายุที่ต่างกันปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.12

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	อายุ	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	Between Group	130	.409	4	.102	1.404	.232
	Within Group	250	27.386	376	7.284		
	Total	380	27.795	380			
2. ด้านราคา	Between Group	130	.415	4	.104	1.076	.368
	Within Group	250	36.263	376	9.644		
	Total	380	36.678	380			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	Between Group	130	.489	4	.122	1.150	.333
	Within Group	250	39.964	376	.106		
	Total	380	40.453	380			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	Between Group	130	.751	4	.188	1.938	.104
	Within Group	250	36.439	376	9.691		
	Total	380	37.190	380			
รวม	Between Group	130	.516	4	.129	1.392	.259
	Within Group	250	35.031	376	6.681		
	Total	380	35.529	380			

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.12ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามเปรียบเทียบตามอายุโดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .259 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .232 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .368 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรี

บ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .333 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .104 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

4.4.1.3 สถานภาพ

สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามสถานภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	สถานภาพ	N	SS	df	MS	F	Sig.
	Between Group	130	.260	2	.130		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	Within Group	250	27.535	378	7.284	1.787	.169
	Total	380	27.795	380			
2. ด้านราคา	Between Group	130	.926	2	.463		
	Within Group	250	35.752	378	9.458	4.894	.008
	Total	380	36.678	380			
	Between Group	130	.717	2	.358		
3. ด้านการจัดจำหน่าย	Within Group	250	39.736	378	.105	3.409	.034
	Total	380	40.453	380			

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	สถานภาพ	N	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	Between Group	130	.466	2	.233		
	Within Group	250	36.724	378	9.715	2.396	.092
	Total	380	37.190	380			
รวม	Between Group	130	.657	2	.296		
	Within Group	250	34.936	378	6.640	3.121	.075
	Total	380	35.529	380			

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามสถานภาพสถานภาพโดยรวม โดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .075 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .169 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .008 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .034 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .092 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.4.1.4 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอ เมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามระดับศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	ระดับการศึกษา	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	Between Group	130	.675	5	.135	1.867	.099
	Within Group	250	27.120	375	7.232		
	Total	380	27.795	380			
2. ด้านราคา	Between Group	130	.581	5	.116	1.207	.305
	Within Group	250	36.097	375	9.626		
	Total	380	36.678	380			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	Between Group	130	2.148	5	.430	4.206	.001*
	Within Group	250	38.305	375	.102		
	Total	380	40.453	380			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	Between Group	130	.681	5	.136	1.399	.224
	Within Group	250	36.509	375	9.736		
	Total	380	37.190	380			
รวม	Between Group	130	1.021	5	.204	2.169	.157
	Within Group	250	34.507	375	6.674		
	Total	380	35.529	380			

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.14ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .157 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .305 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .001 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามแตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .224 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.4.1.5 อาชีพ

อาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอ เมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอาชีพ

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	อาชีพ	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	Between Group	130	.970	4	.242	3.398	.010
	Within Group	250	26.825	376	7.134		
	Total	380	27.795	380			
2. ด้านราคา	Between Group	130	.311	4	7.769		
	Within Group	250	36.367	376	9.672	.803	.524
	Total	380	36.678	380			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	Between Group	130	.677	4	.169		
	Within Group	250	39.776	376	.106	1.601	.173
	Total	380	40.453	380			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	Between Group	130	.365	4	9.116		
	Within Group	250	36.825	376	9.794	.931	.446
	Total	380	37.190	380			
รวม	Between Group	130	.580	4	4.324		
	Within Group	250	34.948	376		1.683	.310
	Total	380		380			

จากตารางที่ 4.15ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอาชีพโดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .310 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หมายความว่า อาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .010 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .524 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .173 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .446 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.4.1.6 รายได้

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามรายได้

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน	รายได้	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	Between Group	130	.509	5	.102	1.399	.224
	Within Group	250	27.286	375	7.276		
	Total	380	27.795	380			
2. ด้านราคา	Between Group	130	.347	5	6.934	.716	.612
	Within Group	250	36.331	375	9.688		
	Total	380	36.678	380			
3. ด้านการจัดจำหน่าย	Between Group	130	.707	5	.141	1.334	.249
	Within Group	250	39.746	375	.106		
	Total	380	40.453	380			
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	Between Group	130	.597	5	.119	1.224	.297
	Within Group	250	36.593	375	9.758		
	Total	380	37.190	380			
รวม	Between Group	130	.774	5	1.824	1.168	.345
	Within Group	250	34.989	375	6.707		
	Total	380		380			

จากตารางที่ 4.16ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบตามอาชีพโดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .345 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หมายความว่า รายได้ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .224 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านราคา พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .612 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .249 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .297 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

4.4.2 แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.4.2.1 เพศ

เพศที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Independent t-testใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) เมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยรวมของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามเพศ

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	เพศ	N	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
1. ด้านการผลิต	ชาย	130	4.00	.36	4.088	.044
	หญิง	251	4.06	.38		
2. ด้านการจำหน่าย	ชาย	130	4.00	.33	1.934	.165
	หญิง	251	4.04	.33		
3. ด้านการบริโภค	ชาย	130	3.99	.33	.698	.404
	หญิง	251	4.06	.30		
รวม	ชาย	130	3.99	.34	2.24	.204
	หญิง	251	4.05	.33		

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง (Independent t-test) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามเพศ โดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .204 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกัน มีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .204 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .404 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม MAHASARAKHAM RAJABHAT UNIVERSITY

4.4.2.2 อายุ

อายุที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมของแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอายุ

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	อายุ	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการผลิต	Between Group	130	.233	4	5.817	.400	.808
	Within Group	250	54.628	376	.145		
	Total	380	54.861	380			
2. ด้านการจำหน่าย	Between Group	130	.146	4	3.642	.324	.862
	Within Group	250	42.257	376	.112		
	Total	380	42.403	380			
3. ด้านการบริโภค	Between Group	130	8.489	4	2.122	.207	.934
	Within Group	250	38.547	376	.103		
	Total	380	38.632	380			
รวม	Between Group	130	2.956	4	3.860	.931	.867
	Within Group	250	45.144	376	.120		
	Total	380	45.298	380			

จากตารางที่ 4.18ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอายุ โดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .867 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกัน มีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .808 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .862 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .934 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

4.4.2.3 สถานภาพ

สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามสถานภาพ

มีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	สถานภาพ	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการผลิต	Between Group	130	.398	2	.199	1.383	.252
	Within Group	250	54.462	378	.144		
	Total	380	54.861	380			
2. ด้านการจำหน่าย	Between Group	130	.669	2	.334	3.029	.050
	Within Group	250	41.734	378	.110		
	Total	380	42.403	380			
3. ด้านการบริโภค	Between Group	130	.109	2	5.405	.535	.586
	Within Group	250	38.523	378	.102		
	Total	380	38.632	380			
รวม	Between Group	130	.392	2	2.045	1.649	.294
	Within Group	250	44.906	378	.118		
	Total	380	45.298	380			

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.19ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามสถานภาพ โดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .294 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกัน มีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .252 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .050 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .586 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.4.2.4 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามระดับศึกษา

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	ระดับการศึกษา	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการผลิต	Between Group	130	1.321	5	.264	1.850	.102
	Within Group	250	53.540	375	.143		
	Total	380	54.861	380			
2. ด้านการจำหน่าย	Between Group	130	1.115	5	.223	2.025	.074
	Within Group	250	41.288	375	.110		
	Total	380	42.403	380			
3. ด้านการบริโภค	Between Group	130	1.493	5	.299	3.015	.011
	Within Group	250	37.139	375	9.904		
	Total	380	38.632	380			
รวม	Between Group	130	1.309	5	.262	2.296	.062
	Within Group	250	43.989	375	3.385		
	Total	380		380			

จากตารางที่ 4.20ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามระดับการศึกษาโดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .102 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .011 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

4.4.2.5 อาชีพ

อาชีพ ที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอาชีพ

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	อาชีพ	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการผลิต	Between Group	130	.138	5	3.458	.238	.917
	Within Group	250	54.722	375	.146		
	Total	380	54.861	380			
2. ด้านการจำหน่าย	Between Group	130	.253	5	6.327		
	Within Group	250	42.150	375	.112	.564	.689
	Total	380	42.403	380			
3. ด้านการบริโภค	Between Group	130	.410	5	.102		
	Within Group	250	38.222	375	.102	1.007	.403
	Total	380	38.632	380			
รวม	Between Group	130	.267	5	3.295		
	Within Group	250	45.031	375	.360	.603	.669
	Total	380	45.298	380			

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามอาชีพ โดยรวม พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .669 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .917 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .689 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .403 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.3.2.6 รายได้

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) เมื่อ F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยรวมแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามรายได้

แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน	รายได้	N	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการผลิต	Between Group	130	.553	5	.111	.763	.577
	Within Group	250	54.308	375	.145		
	Total	380	54.861	380			
2. ด้านการจำหน่าย	Between Group	130	.416	5	8.311	.716	.592
	Within Group	250	41.987	375	.112		
	Total	380	42.403	380			
3. ด้านการบริโภค	Between Group	130	.607	5	.121	.742	.310
	Within Group	250	38.025	375	.101		
	Total	380	38.632	380			
รวม	Between Group	130	.709	5	2.487	.740	.295
	Within Group	250	44.773.	375	.242		
	Total	380		380			

จากตารางที่ 4.22ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Analysis of Variance) แนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน เปรียบเทียบตามรายได้ โดยรวมพบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .295 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิต พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .577 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง ด้านการจำหน่าย พบว่า

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

มีค่า Sig เท่ากับ .592 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อแนวทางที่ส่งผลสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่อตลาดอย่างยั่งยืน ไม่แตกต่าง ด้านการบริโภค พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .310 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่าง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY