ชื่อวิทยานิพนธ์ องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์

สาธิตการคลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

ผู้เชียน นายศักดิ์พงษ์ นิลไพรัช

สาขาวิชา ศึกษาศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน

ปีการศึกษา 2532

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างองค์ ประกอบด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ด้านการได้รับข้อมูล การสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ ต้านความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ประสงค์ และวิธีตาเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดกับการยอมรับการจัดตั้ง ์ศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ตึกษา เป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต°าบลเขาพังไกร อ°าเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช จานวน 144 คน ได้ใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามและแบบทดสอบเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ด้านการ ได้รับซ้อมูลและการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ ตอนที่ 2 เป็นแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดาเนินงานของศูนย์สาธิตการ ตลาด ตอนที่ 3 ข้อมูลเพื่อวัดระดับการยอมรับ การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต โดยให้คณะกรรมการกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตร่วมกับผู้วิจัย ออกไบสอบถามเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์ความ แปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

- สมาชิกกลุ่มออมหรัพย์ เพื่อการผลิต เพศชายมีการยอมรับ การจัดตั้งสูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่า เพศหญิงอย่างนัยสาตัญทางสถิติที่ระดับ
 .01
- 2. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตที่มีระดับการศึกษาต่ากว่า ระดับประถมศึกษา มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่ากว่าสมาชิก ที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสาคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และต่ากว่าสมาชิกที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสาคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่สมาชิกที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษากับสมาชิกที่ มีการศึกษาสูงกว่าระดับประถมศึกษากับสมาชิกที่
- 3. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตที่มีรายได้ค่ากว่า 5,000 บาทค่อปี มีการยอมรับการจัดคั้งศูนย์สาธิตการตลาดค่ากว่าสมาชิกที่มีระดับ รายได้ 5,001-10,000 บาทค่อปี สมาชิกที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทค่อปี และสมาชิกที่มีระดับรายได้ 15,000 บาทขึ้นไปต่อปี อย่างมีนัยสาคัญทางสกิติที่ระดับ .01 สมาชิกที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทขึ้นไปต่อปี อย่างมีนัยสาคัญทางสกิติที่ระดับ .05 แต่ระดับรายได้ 5,000 บาทขึ้นไปต่อปี อย่างมีนัยสาคัญทางสกิติที่ระดับ .05 แต่ระดับรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อปีกับกลุ่มสมาชิกที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อปี มีการยอมรับไม่ต่างกัน
- 4. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการประชุมชี้แจงหรือ ได้รับการอบรมมีสภาพเป็นผู้นำท้องถิ่น และเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ มีการยอมรับ การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ไม่ได้ รับการประชุมชี้แจงหรือไม่ได้รับการอบรม ไม่เป็นผู้นำท้องถิ่น และไม่เป็น สมาชิกกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสาคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 5: สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจสูง ในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีตาเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด มีการ ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจ

ปานกลาง และสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

6. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับอายุต่างกัน และมี การติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ไม่ต่างกัน Thesis Title: Factors Related to the Adoption of a

Demonstration Marketing Center Establishment

of the Savings-for-Production Group Members

Author: Mr. Sukpong Nilpairuch

Major Program: Community Development Education

Academic Year: 1989

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigage some factors that were related to the degree of the adoption of a Demonstration Marketing Center Establishment of the Savings-for-Production group members. Independent variables under study were (i) the subjects' socio-economic status (SES) which comprised sex, age, educational level, annual income, frequency of personal contact with the government officials, orientation and in-service training, local leadership status, additional membership of other organizations, (ii) level of the understanding in principles, aims and operations of the demonstration marketing center cstablishment. Dependent variables were degrees of the subjects' adoption of the demonstration marketing center establishment. The sampling subjects were 144 members of Khao Pangkrai Savings-for-Production group which is located in Hua Sai District, Nakhon Srithammarat Province. The instruments for data collection were of three parts: (1) a questionnaire on the subjects' socio-economic status (SES), (2) an achievement test on the subjects understanding of the principles,

aims and operations of the demonstration marketing center, and (3) a Likert-scale questionnaire on the degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment of the Savings-for-Production group members. The administration of the questionnaire and the test for the data collection was conducted by the committees of the Savings-for-Production Group and the researcher. The statistical procedure of one-way analysis of variance (One-way ANOVA) was employed in the analysis of the data.

The major findings of the research were as follows:

- 1. The male Savings-for-production group members showed a higher degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment than the female counterparts at the statistical significance of a .01 level.
- 2. The Savings-for-production group members with the educational level lower than primary education showed a lower degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment than both those with primary education and those with the educational level of higher than primary education at the statistical significance of a .05 level and of a .01 level, respectively. However, there was no statistical difference in the degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment between those members with primary education and higher.
- 3. The Savings-for-production group members with the annual income of lower than Bht. 5,000 showed a lower degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment than all of those with higher annual income

brackets at the statistical significance of a .01 level. For those with the annual income brackets of Bht. 10,001-15,000 and those with higher than Bht.15,000, the former group showed a lower degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment than the latter group at the statistical significance of a .05 level. However, there was no statistical difference in the degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment between those members with the annual income of Bht. 5,001-10,000 and with that of Bht. 10,001-15,000.

- 4. The Savings-for-production group members with some orientation or in-service training, with local leadership status, and with additional membership of other organizations showed a higher degree of the adoption of a demonstration marketing center establishment than their counterparts who lacked afore-mentioned qualifications at the statistical significance of a .01 level.
- 5. The Savings-for-production group members with a higer level of understanding in principles, aims and operations of the demonstration marketing center establishment showed a higher degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment than those with the medium and lower levels of understanding in principles, aims and operations of the demonstration marketing center establishment at the statistical significance of a .01 level.
- 6. The Savings-for-production group members' age and frequency of personal contact with government officials did not show any different degree of the adoption of the demonstration marketing center establishment.