



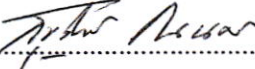
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
ในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

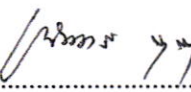
Marketing Mix Rendering Customer's Satisfaction Obtained from Purchasing Goods at
Takientia Fresh-food Community Market, Banglamung District , Chonburi Province

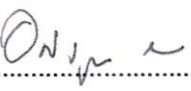
การค้นคว้าอิสระ
ของ
ปรีชา รุ่งโชติอนันต์

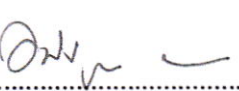
การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์
พุทธศักราช 2559

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค
ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ย
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
โดย ปรีชา รุ่งโชติอนันต์
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ชนินทร์ วิชชุดา
ปีที่สำเร็จการศึกษา 2559

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุขจิตต์ ณ นคร)

.....  กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชนินทร์ วิชชุดา)

.....  กรรมการ
(ดร. อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว)

.....  ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว)

ปรีชา รุ่งโชติอนันต์ (2559) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
 อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชนินทร์ วิชชุตา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะของผู้บริโภค 2) ปัจจัยสนับสนุน 3) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ยอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะของผู้บริโภค 5) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดชุมชนตะเคียนเตี้ยอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี กับปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับอาหารและมาตรฐานอาหาร และป้ายการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยของหน่วยงานภาครัฐที่แจ้งจำหน่ายสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นประชาชนในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (t-test F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผสมกับการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ -Scheffe' สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้เท่ากับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกด้าน ในส่วนของปัจจัยสนับสนุนพบว่า ด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารและมาตรฐานอาหารและด้านป้ายการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยของหน่วยงานภาครัฐที่แจ้งจำหน่ายสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษายังพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดตะเคียนเตี้ยอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาค้นพบความสัมพันธ์พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดสดตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ($r=.521$) กับ

ปัจจัยสนับสนุนด้านการรับรู้เกี่ยวกับอาหารและมาตรฐานอาหาร และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ปฏิกิริยาการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยของหน่วยงานภาครัฐที่แพงจำหน่ายสินค้า ($r=0.440$) แต่ใน
ระดับค่าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

Abstract

The objectives of this research were to study 1) personal factors of consumers shopping goods at Takientia fresh-food community market who were target population under study 2) supporting factors influencing their purchasing decision 3) their satisfaction 4) and compare their satisfaction based upon their personal factors 5) the relationship between their satisfaction and supporting factors (knowledge about the products and food standard, label certifying safe product issued by the responsible government agency shown on the stand). Samples included 400 consumers in Banglamung District, Chonburi Province. Questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used in this study included both descriptive Statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (t-test, F-test or one-way ANOVA together with multiple comparison test using Scheffe', Pearson correlation). Level of Significance used was 0.05.

Outcome of the study revealed that the scores on satisfaction related to their decision to shop at the market were highest in every aspect. Study of supporting factors indicated that the scores on knowledge of the product and food standard, label certifying product safety at the stand were highest. Consumers with different marital status, age, occupation, average monthly income did differ in their satisfaction while consumers with different sexes, education did not differ in their satisfaction. The research also indicated that consumers' satisfaction was positively correlated to knowledge of the product and food standard ($r=.521$) although the relationship was moderate while consumers' satisfaction was positively correlated to the label certifying food safety shown at the stand ($r=.440$), although the relationship was poor.