

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี

**ผู้วิจัย** นางสาวสุพัตรา เนียมน้อย ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จรรยา รุกขพันธุ์ 2) ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง ปีการศึกษา 2561 จำนวน 79 หน้า  
คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี และ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 196 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น .80 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา และ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย ในภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1. .... 2. ....

**Independent study title:** Market Mix of Processed Molasses Product of Bo Ploy Agriculture Community Enterprise, Kanchanaburi Province

**Researcher:** Miss Suphattra Niamnoi. Degree: Master of Business Administration. Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr.Jariya Rukkhaphan 2) Dr.Sittichai Farlangthong. Academic year: 2018. 79 pp. Keywords: market mix, molasses processed product, Bo Ploy agriculture community enterprise

### Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the consumer's opinion toward market mix of molasses processed product of Bo Ploy Agriculture Community Enterprise, Kanchanaburi Province, and 2) compare the consumer's opinion toward market mix of molasses processed product of Bo Ploy Agriculture Community Enterprise, Kanchanaburi Province classified by personal factors. The research sample were 196 consumers who bought molasses processed product from Bo Ploy Agriculture Community Enterprise, Kanchanaburi Province by simple random sampling method. The research instrument was a questionnaire with .80 reliability. The data were analysed for frequency, percentage, mean and standard deviation. Mean difference was tested by t-test and analysis of variance.

The research revealed that: 1) the consumer's opinion toward market mix of molasses processed product of Bo Ploy Agriculture Community Enterprise as a whole was at high levels, arranging from high to low means as follows: market promotion, product, distributing channel and price, and 2) the comparison of consumer's opinion toward the market mix molasses processed product of Bo Ploy Agriculture Community Enterprise as a whole, showed different opinions at .05 level of significance; when classified by age and average monthly income considering by aspect, it was found that the consumers' opinions toward the market mix of molasses processed product of Bo Ploy Agriculture Community on product and price were different at .01 level of significance. Classified by average monthly income and distributing channel, it was found different opinions at .01 level of significance.

Student's signature .....

Independent study advisors' signatures 1. .... 2. ....