

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ผู้วิจัย นายอดิสรณ์ พุกภัยสศไส ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
 มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จันทวัลย์ สุนสวัสดิ์ 2) รศ.ภายณา สรเพ็ชญ์พิสัย
 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 151 หน้า คำสำคัญ ความพึงพอใจ การเลือกซื้อ ตลาดชิคาค้า

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า ระหว่าง วันศุกร์ – เสาร์ และอาทิตย์ จำนวน 364 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าใน ตลาดชิคาค้า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลายมือชื่อนักศึกษา..... 

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

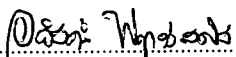
Independent study title: The Satisfaction of Shopping at Cicada Market, Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province


Researcher: Mr. Adisorn Prucksodsai. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisor: 1) Dr.Chanthwan Soonsawad 2) Assoc. Prof. Bhasana Soraphetphisai. Academic year: 2014. 151 pp. Keywords: satisfaction, shopping, Cicada

Abstract

The purposes of this research were to: 1) study the satisfaction towards shopping at Cicada Market, Hua Hin, Prachuap Khiri Khan, 2) compare the satisfaction towards shopping at the market Cicada destinations by personal factors. Sample included 364 tourists shopping at Cicada market on Fridays, Saturdays and Sundays. The instrument used was questionnaire. Data was collected by convenient sampling and analyzed by frequency, percentage, mean, Standard Deviation, t- test and analysis of variance.

The results revealed that: 1) tourists satisfied with shopping at Cicada Market, Hua Hin, Prachuap Khiri Khan. Satisfaction in products, price, location, promotion and facilities were overall at a moderate level. Satisfactions in product and place were at high level while satisfactions in price, promotion and facilities were at moderate level; 2) the comparison of satisfaction toward shopping at Cicada Market showed that the satisfaction of tourists with different marital status, occupation and income were significantly different at the level of .01, and the satisfaction of tourists with different education level were statistically significance at the level of .05. Satisfactory of tourists with different marital status and occupation in product, price, location, promotion and facilities differed at the statistical significance level of .01. Moreover, satisfactory of tourists with different age in promotion differed at the significance level of .05, while tourists with the satisfaction of tourists with different education level in price, place and facilities differed at the statistical significance level of .05.

Student's signature.....

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