

53602753 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : รูปแบบการดำเนินชีวิต/ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด/พฤติกรรมผู้บริโภค

โสภิตา วระนิล : รูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดปากคลองตลาด. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ ภิญโญ. 166 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในบริเวณตลาดปากคลองตลาด 2.ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดปากคลองตลาด 3.ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในบริเวณตลาดปากคลองตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในตลาดปากคลองตลาดจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1)กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30-39ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดประถมศึกษา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท 2) ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องความคิดเห็น และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในตลาดอยู่ในระดับมากเท่ากัน และให้ความสำคัญในเรื่องความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ของตลาดอยู่ในระดับรองลงมา 3)ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อสินค้าในตลาดปากคลองตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับรองลงมา และด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อยสุด 4) ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อสินค้าในตลาดปากคลองตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากและทางด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับน้อยสุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่าตลาดสด และเศรษฐกิจเป็นตัวบ่งชี้กำลังซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งการคาดหวังที่จะให้ปากคลองตลาดมีการพัฒนาปรับปรุงตลาดสดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่าผู้บริหารตลาดควรกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนารูปแบบของตลาดโดยยึดหลักปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เพื่อการพัฒนาตลาดสดให้ควบคู่กับสังคม และ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร พ่อค้า แม่ค้า และกลุ่มแรงงานภายในตลาดสด ให้มีงานทำ นำมาสู่การพัฒนาประเทศให้ยั่งยืนต่อไป

53602753 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

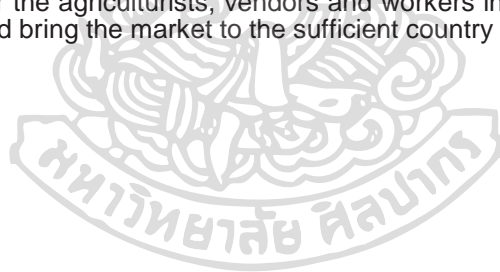
KEY WORDS : LIFE STYLE / MARKETING MIX FACTORS / CONSUMERS' BEHAVIOR.

SOPIDA WORANIN: THE LIFE STYLE AND THE MARKETING MIX FACTORS AFFECTING TO CONSUMERS' BEHAVIOR AT PAK KLONG TALAD. THESIS ADVISOR : TANINRAT RATTANAPONGPINYO, Ph.D. 166 pp.

This research had the purpose to 1.) to study the life style of customers using the service in Pak Klong market 2.) to study customers' behavior in Pak Klong market 3.) to study the relationship between the life style and the marketing mix factors affecting to customers' behavior in Pak Klong market. The sampling group used in this research was customers using the service in Pak Klong market around 400 customers. The statistics used for analyzing were mean, standard deviation, Pearson coefficient correlation.

The research results found that 1.) the sampling group had females more than males; their age was between 30-39 years old; their marriage status was married; their highest education was the primary school; their careers were private business, and commerce; their salary per month was equal or below 15,000 baht 2.) the factor of the life style of the sampling group in general was at the high level. When consider in each side, it was found that the opinions and the activities was at the high level. Customers being interested in everything in the market was the second level 3.) the marketing mix factors affecting to the behavior of buying goods in Pak Klong market in general was at the medium level. When considering in each side, it was found that the price was at the high level; the next level was the products; the least level was the marketing promotion. 4.) Other factor affecting to the behavior of buying goods in Pak Klong market in general was at the medium level. When considering each side, it was found that the economy was at the high level and the culture was at the least level. Most customers underline buying goods in the supermarket more than in the fresh market. The economy was the indicator of customers' purchasing power, including the hope that Pak Klong market will be improved more efficiently.

The suggestion of this research were the market administrator should identify the strategy of improving the market style base on the marketing mix factor consistent and be suitable for the current customers for improving together the fresh market and the society and create the income for the agriculturists, vendors and workers in the fresh market so that they will have the work and bring the market to the sufficient country improvement.



---

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature.....

Thesis Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา อ.ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ และ คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ อ.ดร.พรธิดา วิเศษศิลปานนท์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอขอบคุณผู้ดำเนินงานโครงการและเจ้าหน้าที่ MBA ทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการเรียนและทำงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านและที่มีจากกล่าวนามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้ ขอขอบคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวตลอดจนเพื่อน ๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สุดท้ายนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการที่กำลังวางแผนที่จะประกอบธุรกิจในตลาดปากคลองตลาด รวมถึงผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจในตลาดปากคลองตลาดอยู่แล้ว และอาจจะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่มีความสนใจในตลาดปากคลองตลาด นับเป็นความปิติอย่างยิ่งที่ได้ทำงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้