

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ
“คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล
Factors affecting consumer satisfaction with the project "Commercial
Caravans, Reduced Price! Lot 20: Assist People", in Satun Province**

วิชุดา มโนรถประดิษฐ์ Wichuda Manorodpradit

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล และ 2) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ของผู้บริโภคในจังหวัดสตูล ซึ่งมีสมมติฐานในการวิจัย คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และ 2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่างกัน กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่ซื้อสินค้าภายในโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล จำนวน 385 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างของค่าที่ ทดสอบค่าเอฟด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งมาซื้อสินค้าด้วยตนเองเพียงคนเดียว โดยสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดประเภทสินค้าไฮไลท์ คือ ไข่ไก่ ส่วนสินค้าทั่วไปที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ซอสปปรุงรส โดยซื้อสินค้าจำนวนเงินเฉลี่ย ไม่เกิน 500 บาท ซึ่งมีแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจากเพื่อน/ เพื่อนบ้าน และส่วนใหญ่เหตุผลในการซื้อสินค้าจากคาราวานพาณิชย์เพราะสินค้าราคาถูก นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ จำนวนครั้งในการมาซื้อสินค้า บุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน การซื้อสินค้าทั่วไปที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน การซื้อสินค้าจำนวนเงินเฉลี่ย แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ และเหตุผลในการซื้อสินค้าจากคาราวานพาณิชย์ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20

Abstract

This research aims to 1) study the level of consumer satisfaction toward the project "Commercial Caravans, Reduced Price! Lot 20": Assist People; and 2) study the purchasing behavior of the project "Commercial Caravans, Reduced Price! Lot 20: Assist People". The hypotheses in this research are that 1) different personal factors have different levels of consumer satisfaction, and 2) different consumer buying behaviors have different levels of satisfaction. The sample group consisted of 385 people who purchased products as part of the project "Commercial Caravans, Reduced Price! Lot 20: Assist People". Statistics used are frequency value, percentage, average, standard deviation, T-test, F-test, and analysis of variance.

The research results found that the sample had a level of consumer satisfaction towards the project "Commercial Caravans, Reduced Price! Lot 20: Assist people", at a good level. And when considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was the price aspect, followed by the physical aspect, person, product side, service process, distribution, and marketing promotion, respectively. Most of the sample groups buy products once per week. Which come to buy products on their own. The most frequently bought products in the category of highlighted products are eggs. As for general products that are necessary for daily life and are most often bought, there is sauce. By purchasing an average amount of goods not exceeding 500 baht, they know about the project from friends or neighbors, and most of the reasons for purchasing products from commercial caravans are because the products are cheap. It was also found that the sample age, education level, occupation, status, number of times to buy products, people who shop together, general items necessary for daily life, average purchase amount, source of information about this project, and the reasons to buy from different commercial caravans have a level of consumer satisfaction toward the project. Overall, the differences were statistically significant at the 0.05 level.

Key Words: Satisfaction, "Commercial Caravans, Reduced Price! Lot 20: Assist People"

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสตูล เป็นจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทยโดยตั้งอยู่ฝั่งอันดามัน ซึ่งเนื้อที่ประมาณ 2,807.522 ตารางกิโลเมตร ประชากร ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 324,835 คน และครัวเรือน จำนวน 107,562 ครัวเรือน แบ่งเป็น 7 อำเภอ 36 ตำบล 280 หมู่บ้าน ผลิตภัณฑ์มวลรวม ปี 2563 ของจังหวัดสตูล มีมูลค่า 32,902 ล้านบาท ที่ผ่านมาพบว่าสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนใหญ่มีการปรับตัวสูงขึ้น กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้มีมาตรการต่างๆ ในการเร่งแก้ไขปัญหาเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ประชาชน โดยมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาประหยัดให้แก่ประชาชน ผ่านรถ Mobile และจุดจำหน่ายสามารถลดค่าครองชีพของประชาชนได้รวม 201.40 ล้านบาท เพื่อเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์จึงได้จัดสรรงบประมาณให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสตูล ดำเนินการโครงการพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยเหลือประชาชน ปี 2565 ภายใต้ชื่อ “การรวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” จังหวัดสตูล ในพื้นที่จังหวัดสตูล ครอบคลุมทั้ง 7 อำเภอ จำนวน 480 จุด

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อโครงการ “การรวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล เพื่อเป็นประโยชน์แก่จังหวัดสตูล ให้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาโครงการช่วยเหลือประชาชนในจังหวัดสตูลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “การรวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคของโครงการ “การรวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “การรวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยศึกษาตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้
ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) รายได้ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ และ 6)สถานภาพ ส่วนประเด็นพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ 1) จำนวนครั้งในการมาซื้อสินค้า 2) บุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน 3) สินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด 4) จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อสินค้า 5) แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ และ 6) เหตุผลในการซื้อสินค้าจาก การรวานพาณิชย์

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้บริโภค 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านลักษณะกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ซื้อสินค้าภายในโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ของจังหวัดสตูล โดยครอบคลุมทั้ง 7 อำเภอ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น ประมาณ 6,000 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2565

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ใช้ในการศึกษา คือ โครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ของจังหวัดสตูล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ 1) ใครคือตลาดเป้าหมาย 2) ตลาดซื้ออะไร 3) ทำไมจึงซื้อ 4) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ 5) ซื้อเมื่อใด 6) ซื้อที่ไหน และ 7) ซื้ออย่างไร พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลลงกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะทำการเสนอขายนั้นให้กับใคร

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (2012) กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไว้ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริม 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ 7) ด้านกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุพาลักษณ์ หมอเต๊ะ (2562) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์ซีปมินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ประชาชนที่เคยใช้บริการร้านซูเปอร์ซีปมินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป มินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชนากร ขัตติยศ และคมสัน ต้นสกุล (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้สด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ทักษะคติภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการรับรู้ด้านราคาส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการรับรู้ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมา คือ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เศรษฐกิจ ฤกษ์จิตต์ (2564) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าท็อปส์พลaza จังหวัดพะเยา ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าท็อปส์ พลาซ่า จังหวัดพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ซื้อสินค้าภายในโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา ช่วยประชาชน Lot 20” ของจังหวัดสตูล โดยครอบคลุมทั้ง 7 อำเภอ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น ประมาณ 6,000 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของประชาชนที่ซื้อสินค้าภายในโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา ช่วยประชาชน Lot 20” ของจังหวัดสตูล โดยการเทียบจากตารางสัดส่วนของ Krejcie Morgan (1970 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชยบัญชา และจิตา วาณิชยบัญชา, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 361 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ง่ายต่อการทำข้อมูลทางวิจัยจึงขอปรับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ของผู้บริโภคในจังหวัดสตูล เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล เป็นมาตรวัดแบบระดับอัตราส่วน (Ratio Scale) 5 ระดับ จำนวน 35 ข้อ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภค และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการลดราคาสินค้าโครงการ ต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานและกรอบแนวคิด แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง (Validity) พร้อมให้คำแนะนำ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม แล้วจึงเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

2.1 นางสาวช่อ อังศุพานิช ตำแหน่งงาน พาณิชยจังหวัดสตูล สำนักงานพาณิชย จังหวัดสตูล

2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิจจา ฉลาดพจนพร ตำแหน่งงาน หัวหน้าภาควิชาการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2.3 อาจารย์ ดร.รัตพงษ์ เขียวพันธ์ ตำแหน่งงาน อาจารย์คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3. ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งแต่ละข้อมีค่า 0.5 ขึ้นไป จึงจะถือเป็นที่ยอมรับได้ ซึ่งหลังจาก ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มผู้บริโภคที่เคยมาซื้อสินค้าภายใน โครงการ “คาราวานพาณิชย...ลดราคา! ช่วยประชาชน” ในจังหวัดสตูล หรือที่มีคุณสมบัติ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยการวิเคราะห์หา ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) ซึ่งจากผลการทดสอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย... ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ 0.941 โดยถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้ดูแลและเกี่ยวข้องกับโครงการ “คาราวานพาณิชย...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ของจังหวัดสตูล เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือเพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง ทั้ง 7 อำเภอ อำเภอละ 55 ตัวอย่าง บริเวณหน้าและในจุดจำหน่ายสินค้า ตามสถานที่ต่างๆ เช่น หน้าว่าการอำเภอ ศาลาประจำหมู่บ้าน อาคารอเนกประสงค์ ที่ทำการ ผู้ใหญ่บ้าน วัด และมีสียัด โดยแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา 10.00 - 12.00 น. และ 13.00 - 15.00 น. โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 1 สัปดาห์ พร้อมทั้งรื้อรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. บัณฑิตส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “การรวนพาณิชย...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. บัณฑิตส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าที (T-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และหากมีความแตกต่างให้ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ต่อด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.44 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.83 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 45.45 ซึ่งมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.39 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.16 และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 61.04
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 74.03 โดยมาซื้อสินค้าด้วยตนเองเพียงคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 43.90 ซึ่งสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดประเภทสินค้าไฮไลต์ คือ ไข่ไก่ คิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนสินค้าทั่วไปที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ซอสปูรรส คิดเป็นร้อยละ 26.24 โดยซื้อสินค้าจำนวนเงินเฉลี่ย ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 84.94 ซึ่งมีแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจากเพื่อน/ เพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 43.64 และส่วนใหญ่เหตุผลในการซื้อสินค้าจากการรวนพาณิชยเพราะสินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 78.96
3. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “การรวนพาณิชย...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.39$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.27$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.90$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.88$) และด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.77$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.43$)
4. บัณฑิตส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังตาราง 1

ตาราง 1

บัณฑิตส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน (n=385)

บัณฑิตส่วนบุคคล	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ความพึงพอใจของผู้บริโภค					โดยรวม
			การจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	บุคคล	กระบวนการให้บริการ	ลักษณะทางกายภาพ	
เพศ	.263	.100	.661	1.266	1.021	.269	1.735	.690
อายุ	2.397*	4.022*	.319	1.131	4.215**	1.480	4.456**	2.560*
รายได้	2.358	1.344	2.119	.771	2.473	1.917	1.746	1.658
ระดับการศึกษา	1.502	2.234	10.867**	8.359**	9.245**	.379	9.157**	4.056*
อาชีพ	2.025	2.488*	1.489	3.263**	3.623**	2.087	2.986**	2.096*
สถานภาพ	1.437	5.458**	3.723*	2.973	3.439*	5.516**	1.674	3.065*

*p < .05, **p < .01

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่างกัน ดังตาราง 2

ตาราง 2

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่างกัน (n=385)

พฤติกรรมการซื้อสินค้า	ความพึงพอใจของผู้บริโภค							โดยรวม
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	การจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	บุคคล	กระบวนการให้บริการ	ลักษณะทางกายภาพ	
จำนวนครั้งในการมาซื้อสินค้า	.255	4.250*	3.889*	8.333**	24.281**	.369	10.142**	3.811*
บุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน	.800	1.052	.107	2.534*	4.040**	2.200	2.473*	2.324*
สินค้าที่ซื้อบ่อยประเภทสินค้าไฮโลต์	2.684	.037	3.545	.067	.470	.326	.568	1.033
สินค้าที่ซื้อบ่อยประเภทสินค้าทั่วไปที่	2.383*	.635	.642	.733	4.783**	.325	1.818	.555
จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน								
จำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อสินค้า	3.394**	1.289	3.001**	.628	5.922**	1.046	.478	2.461*
แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ	3.535*	4.672**	4.884**	5.090**	12.537**	3.170*	5.525**	3.042*
เหตุผลในการซื้อสินค้าจากคาราวานพาณิชย์	.562	7.671**	1.629	7.908**	4.310**	5.509**	10.542**	2.637*

* $p < .05$, ** $p < .01$

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการมาซื้อสินค้า บุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน จำนวนเงินเฉลี่ยในการซื้อสินค้า แหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ และเหตุผลในการซื้อสินค้าจากคาราวานพาณิชย์ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา สอดคล้องกับการศึกษาของชนากกร ชติยศ และคมสัน ต้นสกุล (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้ด้านราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของเศรษฐกิจ ฤกษ์จิตต์ (2564) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าทีโอพีพลาซ่า จังหวัดพะเยา ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าทีโอพี พลาซ่า จังหวัดพะเยา ด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคล สอดคล้องกับการศึกษาของจักร์ โนจากุล (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในร้านค้าฟาร์มมาร์ท มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีสูรนารี พบว่า ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐกุล ศรีสันต์ (2556) ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของแผนกเครื่องใช้ไฟฟ้า (โทรทัศน์ยี่ห้อซัมซุง) ของบิ๊กซีเซ็นเตอร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของปาจารย์ ปริยะ (2563) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอาหารประเภทสวนอาหาร อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการสวนอาหาร ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับการศึกษาของเนตรนภา เพ็งจันทร์ (2562) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าร้านธงฟ้าประชารัฐ ในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของปรีชา วรารัตน์ไชย (2562) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่ง ผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของเศรษฐกิจ ถูกจิตต์ (2564) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าทีโอพีสพลaza จังหวัดพะเยา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าทีโอพีสพลaza จังหวัดพะเยา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ ต่างกัน พบว่ามีความพึงพอใจ แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของจุฬาลักษณ์ หมอเต๊ะ (2562) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์ซีปมินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ประชาชนที่เคยใช้บริการร้านซูเปอร์ซีปมินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป มินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของธีรภัทร ชินณพัฒน์โกคิน (2556) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดเรียงสินค้าในร้านค้าปลีก ประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์: กรณีศึกษาร้านค้าสินค้าตกแต่งช่อมแซมบ้าน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัด เรียงสินค้าในร้านค้าสินค้าตกแต่งช่อมแซมบ้าน ประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์ ที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของธีรภัทร ชินณพัฒน์โกคิน (2556) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการจัดเรียงสินค้าในร้านค้าปลีก ประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์: กรณีศึกษาร้านค้าสินค้าตกแต่งช่อมแซมบ้าน พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัด เรียงสินค้าในร้านค้าสินค้าตกแต่งช่อมแซมบ้าน ประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์ ที่แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่างกัน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งในการมาซื้อสินค้าต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของโครงการฯ ที่มีจำนวนครั้งน้อยกว่า ก็อาจจะมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้า และความพึงพอใจจากการใช้บริการโดยรวมน้อยกว่าผู้ที่มาใช้บริการของโครงการฯ อยู่เป็นประจำ

กลุ่มตัวอย่างที่มีบุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่อาจจะมีผู้ร่วมมาซื้อสินค้าด้วย ได้มีการแสดงความคิดเห็นต่อการให้บริการของโครงการฯ ทั้งด้านบุคคลผู้ให้บริการ ถึงความเหมาะสมของการให้บริการ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าจำนวนเงินเฉลี่ยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของฐิติพร หนองใหญ่ (2563) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น วายที่มีต่ออาหารคลีนฟู้ดในเมืองพัทยา พบว่าผู้บริโภคกลุ่ม เจนเนอเรชั่นวาย ที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ มีความแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาหารคลีนฟู้ดตามผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของบุญสิตา อรรถนายนนท์ (2564) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหนังของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา

พบว่า แหล่งข้อมูลในการซื้อ แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้าของผู้หญิงวัยทำงานแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าจากคาราวานพาณิชย์ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าจากโครงการ คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ต่างกัน ผู้มาใช้บริการอาจจะมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ ในด้านราคาของสินค้า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ สื่อออนไลน์ ด้านบุคคลผู้ให้บริการที่สามารถจะให้ความรู้หรือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าของโครงการฯ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง และสถานที่ตั้งของโครงการมีการคมนาคมที่สะดวกต่อการมาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในจังหวัดสตูล 1) ด้านราคา ควรตั้งราคาสินค้าให้เป็นราคาเดียวกันในทุกสถานที่ที่ 2) ด้านลักษณะทางกายภาพ การตั้งโครงการ ควรพิจารณาเรื่องสถานที่จอดรถให้มีเพียงพอต่อผู้มารับบริการ 3) ด้านบุคคล โครงการ ควรจัดให้มีบุคคลผู้ให้บริการให้มีจำนวนที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ 4) ด้านผลิตภัณฑ์ โครงการ ควรนำสินค้าอุปโภคบริโภคมาวางจำหน่ายในปริมาณที่เพียงพอกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า 5) ด้านกระบวนการให้บริการ การจัดตั้งโครงการ “ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่มีเส้นทางคมนาคมไปมาได้สะดวก 6) ด้านการจัดจำหน่าย ควรขยายเวลาของการจำหน่ายสินค้าของโครงการฯ ให้ยาวนานขึ้น 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด โครงการ “ควรจัดให้มีการสะสมคูปองจากการซื้อสินค้าของโครงการฯ เพื่อนำมาแลกของรางวัล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ในพื้นที่อื่นๆ ด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินการของโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20”

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับการของต่อโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” ควรเพิ่มเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสนทนากลุ่มกับผู้บริโภค ผู้ดำเนินโครงการ หรือบุคคลผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อความพึงพอใจของโครงการ “คาราวานพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot 20” เพื่อจะได้นำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- จุพาลักษณ์ หมอเต๊ะ. (2562). *พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์ซีป มินิมาร์ท 24 ชั่วโมง จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- จิตติพร หนองใหญ่. (2563). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่ออาหารคลีนฟู้ดในเมืองพัทยา*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนาकर ขติยศ และคมสัน ต้นสกุล. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มน้ำผลไม้สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ใน *พัฒน พิศุทธิเกษม (บรรณาธิการ), การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 15*. (น. 922-936). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธีรภัทร ชินณพัฒน์โกคิน. (2556). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดเรียงสินค้าในร้านค้าปลีก ประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์: กรณีศึกษาร้านค้าสินค้าตกแต่งซ่อมแซมบ้าน*. *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2556 (RSU Research Conference 2013)* วันที่ 4 เมษายน 2556. หน้า 536-543.
- เนตรนภา เพ็งจันทร์. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าธงฟ้าประชารัฐในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บุญสิตา อรรถนพานนท์. (2564). *พฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้าของผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา*, 4(2), 191-198.
- ปาจริย์ ปริยะ. (2563). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอาหารประเภทสวนอาหาร อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรีชา วรรัตน์ไชย. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม*. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1), 113-123.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- เศรษฐกิจ ถูกจิตต์. (2564). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์การค้าท็อปส์ฟลาซ่า จังหวัดพะเยา*. พะเยา: สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14 th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.