

52601352 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ/เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง/กลยุทธ์

สุรินทร์ สุภารส : ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดเครื่องเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : อ.ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 129 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดเครื่องเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีพื้นที่ศึกษาในเขตภาคกลาง ได้แก่ จังหวัด สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ราชบุรี นครปฐม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งจำนวน 385 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งเขตภาคกลางมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเครื่องเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดไม่แตกต่างกัน เปรียบเทียบระดับการศึกษาที่ประสบการณ์แตกต่างกันของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและจากการเปรียบเทียบเกษตรกรที่มีประสบการณ์ในอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกลยุทธ์การตลาดของบริษัทแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

52601352 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORDS : SATISFACTION/SHRIMP FARMERS/STRATEGIES

SURIN SUPHAROSE : SHRIMP FARMERS' SATISFACTION WITH THE MARKETING STRATEGIES OF CHAROEN POKPHAND FOODS PUBLIC CO.,LTD. INDEPENDENT STUDY
ADVISOR : VIROJ JADESADALUG,Ph.D. 129 pp.

This research aims to study shrimp farmers' satisfaction with the marketing strategies of Charoen Pokphand Foods Public Co.,Ltd. in the aspects of product, price, distribution channel, marketing promotion, personnel, process and physical characteristics in Central region i.e. Samut Sakorn, Samut Songkram, Petchaburi, Prachuap Khiri Khan, Ratchaburi and Nakhon Pathom Province. The samples used in this research were 385 shrimp farmers. This research used a questionnaire as a tool for quantitative research by purposive sampling of 197 shrimp farmers. Statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard of deviation, t-test and ANOVA. The results showed that shrimp farmers in Central region were satisfied with marketing strategies of Charoen Pokphand Foods Public Co.,Ltd. with the mean at high level. Shrimp farmers with different genders had no difference in satisfaction with the marketing strategies. Shrimp farmers with different ages had no difference in satisfaction with the marketing strategies. There was no statistically significant difference in satisfaction with the marketing strategies between shrimp farmers having different education levels. There was no statistically significant difference in satisfaction with the marketing strategies between shrimp farmers having different job experiences.