

วิฑิต พิสิฐพร 2549: การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาด
ของสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ภาควิชาสหกรณ์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ณรงค์ กุ์เจริญประสิทธิ์, D.B.A. 98 หน้า
ISBN 974-16-2826-9

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ
ของผู้บริโภค และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้า
เศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด

ในการศึกษาใช้กลุ่มผู้บริโภคจำนวน 410 คน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบักเท่ากับ 0.87 ซึ่ง
สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 โดยที่
ค่าไคสแควร์ใช้ทดสอบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี
จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี สถานภาพสมรส
การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/พนักงานในกำกับรัฐบาล และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า
10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม โดย
ซื้อมากกว่า 10 ครั้งต่อปี เสียค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 500 -1,000 บาท ซึ่งเวลาที่เข้าซื้อคือ 16.31 – 20.00 น. โดยใช้
เวลานาน 31 – 60 นาที และผู้บริโภคชอบซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า ระดับความพึงพอใจของ
ผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯ พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความ
พึงพอใจมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯ พบว่า เพศ และอายุ มี
ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯด้านผลิตภัณฑ์ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้
เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯด้านราคา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯด้านการจัดจำหน่าย
นอกจากนี้ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ฯ
ด้านการส่งเสริมการตลาด

