

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการจัดตลาดนัด ในมหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้จัดทำ	: นางสาวนริศรา ศิริธร
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2545
จำนวนหน้า	: 55 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการจัดตลาดนัดในมหาวิทยาลัยพายัพ เขตแม่ทาว มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการจัดตลาดนัดในมหาวิทยาลัยพายัพ ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้แสดงผลออกมาโดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง สถานภาพโสด อายุช่วง 20 ปี – 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาตลาดนัดมหาวิทยาลัยพายัพเป็นครั้งแรก เดินทางตลาดนัดมหาวิทยาลัยพายัพเวลา 10:01-12:00น. ใช้เวลา 15 – 30 นาที ซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท รู้จักตลาดนัดมหาวิทยาลัยพายัพโดยการมาพบเห็นเอง ผู้บริโภคมีความเห็นว่าควรจัดตลาดนัด สองครั้งต่อเดือน ตลาดนัดสามารถช่วยเหลือเกษตรกรในระดับปานกลาง สินค้าที่ควรจัดเพิ่มคือ สินค้ามือสอง รองลงมาคือ หนังสือ วารสารต่างๆ และให้ความเห็นว่าสถานที่สำหรับการจัดตลาดนัดนั้นมีความเหมาะสมแล้ว

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อปัจจัยทางตลาดด้านสินค้า ด้านส่งเสริมการขาย ด้านราคาและด้านภาพลักษณ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านสินค้า ต่อคุณภาพสินค้าประเภทต้นไม้ สินค้าหัตถกรรม ยาสมุนไพร เสื้อผ้า ขนมคบเคี้ยว ของแต่งบ้าน ความสดและสะอาดของ ผัก ผลไม้

อาหารสำเร็จรูป ด้านการส่งเสริมการขายคือการแถมสินค้า ด้านราคาคือ มีความเหมาะสมของราคา สินค้าเมื่อเทียบกับท้องตลาด และด้านภาพลักษณ์คืออรรถยาศัยและการแต่งกายของผู้ขาย

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อลักษณะการจัดตลาดนัดในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามยังมีบางส่วนที่ควรเพิ่มเติมและปรับปรุงให้ตลาดมีการตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ดีขึ้น โดยการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ประเภทหนังสือ อุปกรณ์การเรียน และสินค้ามือสอง ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน รวมทั้งขยายตลาดให้กว้างมากขึ้น ควรมีการพัฒนาด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคคลที่อยู่ภายนอกมหาวิทยาลัย