

วินัส ปานภูมิ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคใน
จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา :
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. กิติมา ทามาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี 3) ศึกษาเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่ม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคสำเร็จรูปพร้อมดื่มในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test , F -test และ LSD. ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคสำเร็จรูปพร้อมดื่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 – 15,000 บาท และสถานภาพสมรส ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ส่วนใหญ่ซื้อที่เซเว่นอีเลฟเว่น (Seven eleven) รสชาติที่เลือกซื้อคือรสน้ำผึ้งผสมมะนาว ความถี่ในการซื้อโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ซื้อ 13.01 – 15.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มแต่ละครั้งประมาณ 20 – 50 บาท โดยตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ยี่ห้อของสำเร็จรูปพร้อมดื่มที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ โออิชิ และเหตุผลที่ซื้อเพราะประโยชน์ของการบริโภค

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในระดับมาก

3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มในช่วงเวลาที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Vinus Panpoom. (2008). **The Factors Effecting the Purchasing Decision on Transfigured Tea Products of Customers in Pathumtanee Province.** An Independence study for M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor : Dr.Kittima Tamalee.

ABSTRACT

This independence study aimed to study 1) the personal factors and behavior of the purchasing decision on transfigured tea products of customers in Pathumtanee Province , 2) the factors effecting the, purchasing decision on transfigured tea products of customers in Pathumtanee Province 3) compare the decision levels divided by personal factors of the purchasing decision on transfigured tea products of customers in Pathumtanee Province, and 4) compare the decision levels divided by the purchasing behaviors of consumers in Pathumtanee province. The sample group consisted of 246 consumers. The statistical analysis was performed by percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD. Findings indicated that :

1. Most consumers are married women, aged between 20 and 30. They have bachelor degrees and work in private sectors with 10,001 – 15,000 baht per month. They buy the transfigured tea products from Seven Eleven not over once a week, during 13.01 – 15.00. Their favorite taste is lemon with honey. They spend about 20 – 50 baht once and make their own decision. They love Oishi the most and the reason of the purchase is the uses of tea.

2. The products and selling channels effect the purchasing decision at the highest level. The prices and marketing promotion effect the purchasing decision at a high level.

3. The consumers with various education backgrounds, jobs and monthly incomes have different decision levels at a significant level of .05.

4. The consumers with various purchasing times have different decision levels at a significant level of .05.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากท่าน ดร.ศิริมณี จรรยา ซึ่งเป็นประธานกรรมการควบคุมสอบการค้นคว้าอิสระ และได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร. กิติมา ทามาลี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาตรวจสอบให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในเนื้อหาเป็นอย่างดี จนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้และขอขอบคุณผู้เขียนเอกสารที่ได้อ้างอิงไว้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา น้อง และเพื่อน ๆ ปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ ที่ให้ความช่วยเหลือทุกท่านและเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

วินัส ป่านภูมิ