

สากุล บุญขาว. (2553). **ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขต
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บข.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา :
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :
รองศาสตราจารย์วันทนี้อยู่ แส่นภักดี**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 137 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเอฟ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการเป็น ร้านค้าปลีกทั่วไป ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้แช่ คือ เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำดื่ม น้ำอัดลม เบียร์ และน้ำผลไม้ ตู้แช่เครื่องดื่มยี่ห้อซันเด็น (Sanden) ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือก ขนาด 201 ถึง 400 ลิตร มีจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้านจำนวน 1 เครื่อง ตู้แช่เครื่องดื่มในราคาต่ำกว่า 40,000 บาท

ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ โดยภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ผลเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ พบว่าลูกค้าที่มี ลักษณะของกิจการผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้แช่ ยี่ห้อตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ และจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้าน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ต่างกัน โดยภาพรวมมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ แตกต่างกัน ในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

Sakon Boonkhao. (2010). **The Factors of Customer's Make Decision to Purchase Refrigerators for Commercial Use in Phranakhon Si Ayutthaya Province.** An Independent Study for Master of Business Administration (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
Advisor : Associate Professor Wantanee Saenpakdi

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study basic business factors to purchase refrigerators for commercial use of the customers in Phranakhon Si Ayutthaya Province, 2) to study factors for making decision to purchase refrigerators for commercial use of the customers in Phranakhon Si Ayutthaya Province, 3) to compare decision levels to purchase refrigerators for commercial use of the customers in Phranakhon Si Ayutthaya Province divided by basic business factors. The samples were 137 customers who purchased refrigerators for commercial use in Phranakhon Si Ayutthaya Province. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation and F-test by determining at a significant level of .05.

The findings indicated that most customers are general retailers that sell beverages like energy drink, drinking water, soft drink, beer and fruit juice. They purchased the refrigerator from Sanden for 1 unit with internal volume 201 to 400 cubic liters and the price is lower than 40,000 baht.

As a whole, the factors for making decision to purchase the refrigerator for commercial use were at a high level. When each aspect was considered, it was found that products, prices and distribution channels made customers purchase refrigerators at a high level. Marketing promotion was at a moderate level. The comparison of the decision making to purchase the refrigerators for commercial use separated by basic business factors showed that, overall customer with different characteristics of business, beverages, brands of refrigerator, internal volume and numbers of refrigerators had no different levels of purchasing. The customers who purchased refrigerators at various prices had differences of decision making in prices and marketing promotion.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ วันทนีย์ แสนภักดี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในเนื้อหาสาระตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงเจ้าหน้าที่ คณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ได้ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าของกิจการ ร้านค้า ที่เลือกซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกท่านที่ได้เสียสละเวลา ให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณญาติพี่น้อง เพื่อน ๆ ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี จนทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สากล บุญขาว