

เด่นพงษ์ วงศ์ภูมัต. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา : อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ศิริมณี จรรยา

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการคืมเบียร์ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการคืมเบียร์ของลูกค้า และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการคืมเบียร์ของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่คืมเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คนเครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และค่าไคสแควร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าที่คืมเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 20 - 39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท สถานภาพโสด และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน มีพฤติกรรมการคืมเบียร์ 2 - 3 วันต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการคืมเบียร์ ต่ำกว่า 300 บาท ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ 18.01 - 24.00 น. สถานที่ที่ไปคืมเบียร์ คือร้านอาหาร ยี่ห้อยของเบียร์ที่ชอบคืม คือ เบียร์ลิโอบ และเหตุผลที่ชอบคืมเบียร์เพราะรสชาติดี และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) ลูกค้าที่มี อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ โดยรวมแตกต่างกัน และค่าใช้จ่ายในการคืมเบียร์แต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ สถานที่ที่ไปคืมเบียร์ และเหตุผลที่ชอบคืมเบียร์ ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคืมเบียร์ โดยรวมแตกต่างกัน และ 3) เพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการคืมเบียร์ ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ สถานที่ที่ไปคืมเบียร์ ยี่ห้อยของเบียร์ที่ชอบคืม และเหตุผลที่ชอบคืมเบียร์ อายุของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการคืมเบียร์แต่ละครั้ง และเหตุผล ที่ชอบคืมเบียร์ ระดับการศึกษาของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการคืมเบียร์ ค่าใช้จ่ายในการคืมเบียร์แต่ละครั้ง ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ ยี่ห้อยของเบียร์ที่ชอบคืม และเหตุผลที่ ชอบคืมเบียร์ อาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการคืมเบียร์ ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ สถานที่ที่ไปคืมเบียร์ และเหตุผลที่ชอบคืมเบียร์ รายได้ต่อเดือนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการคืมเบียร์ ช่วงเวลาในการคืมเบียร์ ยี่ห้อยของเบียร์ที่ชอบคืม และเหตุผลที่ชอบคืมเบียร์ สถานภาพสมรสของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการคืมเบียร์ และค่าใช้จ่ายในการคืมเบียร์แต่ละครั้ง และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ ยี่ห้อยของเบียร์ที่ชอบคืม