

ผู้ดำเนินโครงการ	นางสาวนิตยา วัชชัย นางสาวครองขวัญ นัดพา
ชื่อโครงการ	การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านสะดวกซื้อ โลตัส โกเฟส อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
สาขาวิชา	การตลาด วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี
ที่ปรึกษาโครงการ	นางสลิล ดาวัน
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

โครงการ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านสะดวกซื้อโลตัส โกเฟส อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้บริโภค โดยได้เลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ประกอบการอิสระ/ค้าขาย ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้บริโภค พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70) ด้านราคาส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11)

3. พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทของหลักเพื่อการอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก ยาสีฟัน สบู่ แชมพู ข้าวสาร บะหมี่ เหตุผลที่ซื้อเนื่องจากราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไป ซื้อเพื่อไปใช้ในครอบครัว ความถี่ในการซื้อ 1-2/ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท พึงพอใจต่อสินค้าแฮนด์แบรนด์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81)

(วิจัยโครงการมีจำนวนทั้งสิ้น 55 หน้า)

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, สินค้าแฮนด์แบรนด์, พฤติกรรมการซื้อ