

51602730 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปัจจัย / มีผลต่อ / พฤติกรรมการซื้อ / ตลาดนัดธนบุรี

พุทธรชาด อินทร์บำรุง : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร.184 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคภายในตลาดนัดธนบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า ภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านบุคคลากรมากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในด้านกระบวนการน้อยที่สุด

3. ปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดนัดธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านการรับรู้มากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านบุคลิกภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในด้านการจูงใจ น้อยที่สุด

4. พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยเลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลา 13.00-14.00 น. มีค่าใช้จ่าย 501 - 1,000 บาทต่อครั้ง ส่วนสินค้าประเภทต้นไม้ และอุปกรณ์จัดสวนถือเป็นสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด โดยครอบครัว / ญาติ ถือเป็นบุคคลที่ไปซื้อสินค้าด้วยมากที่สุด ส่วนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่ออุปโภค บริโภคมากที่สุด

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51602730 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : FACTORS/ RELATED / CONSUMER PURCHASE DECISION BEHAVIORS / THONBURI MARKET.

PUTTACHAT INBUMROONG : FACTORS RELATED TO CONSUMER DECISIONS IN BUYING GOODS AT THONBURI MARKET. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF. DOWLOY KANJANAMANEESATHIAN Ph.D. 184 pp.

The purpose of this study is to find factors, which are related to consumer decision in buying goods at Thonburi Market. The sample group consists of 400 consumers who normally buy goods at Thonburi Market. Questionnaire was used as the data collection instrument. Statistics used for the analysis include percentage, mean, standard deviation and chisquare test. The statistical package for social science (SPSS) was employed for statistical data analysis.

It was found that

1. The majority of the sample group were females, aged between 21-30 years. They were mostly single, got a bachelor degree, earned a living as private companies' employees and had an average monthly income of 10,001-15,000 Baht.

2. The marketing mixed factors are found to be at moderate level important in buying decision of goods at Thonburi market. The consumers have opinion on people of marketing mix are on the high level, which is higher when comparing with the marketing mix in physical and process.

3. The psychological factors are found to be at the high level important in buying decision of goods at Thonburi market. The consumers have opinion on perception of psychological factors are on the high level, which is higher when comparing with the psychological factors in personality and motivate.

4. The consumer behavior shows the frequent in average purchase is 1-2 time per month. They buy good during 01.00-02.00 PM. The spending is 500-1,000 Baht each time. Most of them bought plants. People who influence the decision in buying are mainly by themselves. Factors in buying for consumption.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยการได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งรวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ประธานกรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ กรรมการในการสอบการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ที่ได้สละเวลากรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม และเพื่อน ๆ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร รุ่นที่ 1 ทุกคนที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่และครอบครัวที่คอยห่วงใย และให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มการศึกษานจนกระทั่งทำการศึกษาค้นคว้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้าย ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศิลปากร ที่เป็นแหล่งให้เรียนรู้ชีวิตและสังคมของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาระดับปริญญาโท ทั้งนี้เพราะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้ การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน