

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนมโคยูเอชทีในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นายเจษฎา เจตชวลิต

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา :

(ดร.ธิติมา ปิยะศิริศิลป์)

...../...../.....

สารนิพนธ์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนมโคยูเอชทีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล 408 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน 2559 และประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for windows

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนมโคยูเอชทีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า ประกอบอาชีพ รับราชการ ระดับรายได้ต่อเดือน 40,000 บาท ขึ้นไป สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยคือ อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนมโคยูเอชทีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งได้ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รายละเอียดคุณค่าทางอาหารให้ละเอียดขึ้นรสชาติที่อร่อยถูกปากผู้บริโภคมีการพัฒนารสชาติใหม่อยู่เสมอ ไม่มีสิ่งเจือปนเช่นสารกันเสียหรือแป้ง แสดงรายละเอียดของผู้ดื่มบนหน้ากล่องให้ชัดเจนเพื่อให้แบ่งวัยในการดื่มนมได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น ปัจจัยด้านราคา เช่น ราคากับปริมาณที่เหมาะสม จะทำให้ดึงดูดผู้บริโภคให้มากขึ้น ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เช่น หาซื้อได้ง่าย พกพาสะดวก เก็บได้นาน เป็นต้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นให้มากขึ้น ให้ของแถมหรือมีการลดราคา มีการจัดบูธให้ชิมฟรีตามสถานที่ต่างๆ ความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ผลิต นอกจากนี้ยังมีข้อเสียที่ต้องให้ปรับปรุงในเรื่องความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ กล่องนมปิดไม่สนิททำให้นมบูดได้ และปริมาณของนมให้นานน้อยกว่าปริมาณที่กำหนดที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เลือกซื้อ

Abstract

TOPIC : Factors that Influencing Decision Making of Purchasing
for U.H.T Milk in Bangkok

BY : Mr. Jedsada Jatchavalit

DEGREE : Master of Business Administration

Major Field : International Business Management

Thesis Advisor :

(Dr. Teetima Piyasirisilp)

..... /..... /.....

This thesis aims to study the factors that influence the buying UHT milk in Bangkok. The researchers collected data by questionnaires from 408 samples in Bangkok area. During the period from 1 March - 30 April 2559, and processed using SPSS for windows.

The result found that most of the respondent are female, age more than 50 years, education level Bachelor's degree or equivalent, working in Government official. Level of monthly income are more than 40,000 baht. Suggestions for further research, include influence buying UHT milk in Bangkok, divided by the marketing mix factors as follows: Product factors such as nutritional products, more delicious taste, consumers have developed a taste. there are no impurities such as anticoagulant or flour, displays the details on the packaging. Price factors such as price suitable for quantity, it will increase the consumption of consumers making more. Distribution factors such as, easy to buy portable, long time storage. Promotion factor such as increase the promotion, free trial, price discount, free tasting in booths, reliability of companies. Moreover, the company should be improved the impurities packaging, milk packaging does not close completely that cause of spoiled milk, and the quantity of the milk is not full in packaging.