

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย : ปภาพิต ศิริบัติ
: กมลทิพย์ ศรีเดช

หน่วยงาน/คณะ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ปีที่ได้รับทุน : ปี พ.ศ. 2554

ปีที่แล้วเสร็จ : ปี พ.ศ. 2554

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ให้เข้าใกล้ความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น รวมทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินการผลิต ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอื่น ๆ ในอนาคต และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการบริโภคสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เฉพาะผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 940,911 คน ซึ่งใช้การศึกษาโดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณหาค่าสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แหล่งความแปรปรวน T-test , F-test วิธีการศึกษาวิจัยประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

พบว่า การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 อาชีพส่วนใหญ่ คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่ทราบแหล่งสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จาก ใบปลิวหรือแผ่นพับ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดมหาสารคาม ต้องการปรับปรุงด้านราคา เนื่องจาก สินค้ามีราคาแพงไม่สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 มีการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการบริโภคสินค้าหนึ่ง

ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีแรงจูงใจระดับ มาก ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.69$ ด้านราคา โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.37$) ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55, S.D. = 0.57$) และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีแรงจูงใจ อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.67, S.D. = 0.65$)

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพที่เหมาะสมและผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข และควรมีการดูแลในเรื่องความสะอาดของเครื่องมือเครื่องใช้ภายในร้านอย่างเหมาะสม ด้านราคา ควรปรับปรุงในเรื่องของความเหมาะสมด้านราคา และควรมีการกำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับการให้บริการในแต่ละด้านและควรมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือใช้บริการเป็นประจำ ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการปรับปรุงในด้านการโฆษณาในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ของทางร้านและควรมีการเพิ่มเรื่อง การโปร โมชั่นสำหรับผู้ให้บริการให้มากยิ่งขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

นางอุษิตกรรณ ผู้ศรีโตด

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รับรับ..... 9 ม.ค. 2556
รับส่ง.....
เลขที่..... 213114
เลขเรียกหนังสือ..... 65๘:๘๓๔ ๑/162๗

2554

Title : The factors that is influential build the behavior and the contentment in the making a decision buy goods in a district-one product of people in Muang Municipality, Maha Sarakham Province.

Researchers : Mrs.Papapit Siribut.
Ms.Kamontip Treedet.

Organization : Faculty of Management Science, Rajabhat Maha sarakham University

Year of receiving fund : 2011

Year research completed : 2011

Abstract

The study of factors That is influential build the behavior and the contentment in the making a decision buy goods in a district. One this product, in order to bring in rows adaptation for the product meditation to get close the requirement of consumers so much more. All domestic markets and the foreign countries used this information data for engage in business to decide the administration produces. A new style product goes up in a district project, one product in other province in the future to compare demographical factors influencing the requirement of consumers in a district, one product of people in Muang Municipality, Maha Sarakham Province.

Materials used in this research are consumers goods in a district, especially 940,911 people who stay in Muang Municipality, Maha Sarakham Province. Sampling was used through 400 questionnaires by using the Krejcie and Morgan table and used Stratified Random Sampling method. In collecting the data,the researcher analyzed statistical data by using SPSS program in statistic value calculation.The statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation, variance,T-test and F-test. The method used in this research consist of studying information from documents, textbooks and websites. The results of this research are concluded as below

Gathering from general consumers goods information in a district: 307 of people are female: 76.75%,244 of people are in 36 years old up : 61%, 327 of people are married : 81.8%, 263 of people have Bachelor's degrees:65.8%, 224 of people are office workers: 56%, 212 of people have income 10,001-20,000 baht per month: 53%, 214 know the products resource from the leaflet or poster: 53.5%.The great number of 243 consumers in Muang Municipality, Maha Sarakham Province want to improve the price because the price is expensive and can't bargain: 60.75%. And the demography that affect the consumers

requirement. For the product, there are opinions about marketing strategies, behaviors and satisfaction. For the price, persuasion is at most ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.69$) level. For the sale, persuasion is at most ($\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.37$) level. For the place, persuasion is at the most ($\bar{X} = 4.55, S.D. = 0.57$) level. At the marketing promotion, in general, persuasion is in a good level ($\bar{X} = 3.67, S.D. = 0.65$).

For the product, quality should be improved to have an appropriate quality and pass the guarantee from Ministry of Public Health, and about the tools should be cleaned carefully. For the price should be improved appropriately, fix the price match with the service and the price should be discounted for member group who used service frequently. For the sale, consumer's parking zone should be improved to increase the convenience of consumers and for the marketing promotion should improve format advertising.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY