

หัวข้อ	การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้าง เทสโก้ โลตัส จังหวัดสุพรรณบุรี
ชื่อนักศึกษา	ธัญพวงศ์ จ้อยสระคู
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี	2565

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญ และเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้าง เทสโก้ โลตัส จังหวัดสุพรรณบุรีจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธี t -test และ One Way ANOVA, ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 กลุ่มตัวอย่างมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 และมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80

2. ระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$) หากพิจารณาระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ พบว่าลำดับแรกด้านการเลือกตราสินค้า ($\bar{X}= 3.49$) และด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}= 3.47$) มีระดับความสำคัญมาก ส่วนด้านการชำระเงิน ($\bar{X}= 3.40$) ด้านระยะเวลาซื้อ (จำนวนครั้ง) ($\bar{X}= 3.35$) ด้านปริมาณการซื้อ ($\bar{X}= 3.34$) และด้านการเลือกผู้ผลิต ($\bar{X}= 3.28$) มีระดับความสำคัญปานกลาง

3. ผลทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อสินค้าใน ห้างเทสโก้ โลตัส จังหวัดสุพรรณบุรีภาพรวมเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน เว้นแต่ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความสำคัญการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5