

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	นางสาวรุ่งนิตย์ เดี่ยวทิพย์สุนนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์ เมืองแสน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดการซื้อชาสำเร็จรูป 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูป จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อชาสำเร็จรูปในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1,040,230 คน นำไปคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบแบบที การทดสอบแบบเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดการซื้อชาสำเร็จรูป ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) ผู้บริโภคที่ซื้อชาสำเร็จรูป ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูป ได้ร้อยละ 92.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ การตัดสินใจซื้อ ชาสำเร็จรูป ส่วนประสมทางการตลาด เขตพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี