

วิรัชกรณ์ กิงคะสาร 2554: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้กระป๋องภายใต้โครงการ ส่วนพระองค์สวนจิตรลดาในเขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เปรียบพร้อม, วท.ม. 158 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำผักและผลไม้กระป๋อง และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจการผลิตน้ำผักและผลไม้ กระป๋องของโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา โดยศึกษาครอบคลุมเฉพาะน้ำผักและผลไม้ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร จำนวน 13 ชนิด คือ น้ำกระเจียบ น้ำกาแพ น้ำขิง น้ำตะไคร้ น้ำมะตูม น้ำลำไย น้ำเห็ดหลินจือผสม น้ำผึ้ง น้ำเห็ดหลินจือผสมแก้หวัด น้ำแห้ว น้ำมะขาม น้ำมะม่วง น้ำสับปะรด และน้ำแก้หวัด ตามลำดับ วิธีการศึกษาจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิจะได้จากการสอบถามเจ้าหน้าที่การตลาด ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยเป็นผู้ซื้อน้ำผัก และผลไม้กระป๋องของโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการ ค้นคว้าเอกสาร และรวบรวมจากหนังสือ รายงาน และสถิติสำคัญต่างๆที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลไว้จากโครงการ ส่วนพระองค์สวนจิตรลดา การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส และแบบจำลองโลจิสติก นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษานี้

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้กระป๋องของผู้ซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อจาก สำนักงานขายของ โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา แต่มีความถี่ในการซื้อไม่แน่นอน ส่วนใหญ่มีการ วางแผนซื้อไว้ล่วงหน้า จะซื้อช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์เวลา 8.30 ถึง 16.30 น. วัตถุประสงค์หนึ่งที่ผู้ซื้อตัดสินใจ ซื้อเพื่อสนับสนุนสินค้าโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาคิดเป็นร้อยละ 57.0 ส่วนร้อยละ 53.8 และ 45.8 ตัดสินใจซื้อเนื่องจากรสชาติ ประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ซื้อ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาที่ร้านสะดวกซื้อ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้กระป๋องของโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดาด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผัก และผลไม้กระป๋อง คือ อายุของผู้ซื้อ และความชอบส่วนตัวของผู้ซื้อ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผัก และผลไม้กระป๋อง คือ ความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ การบริการด้านการขาย และการมีเครื่องหมาย รับรองคุณภาพจาก อย. ส่วนผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดานั้น มีจุดอ่อนที่สำคัญ คือ มีข้อจำกัดของสถานที่วางจำหน่ายสินค้า ซึ่งทางโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดาควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก