

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของร้านค้าปลีกที่ซื้อเบียร์มาจำหน่าย ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มาจำหน่ายของร้านค้าปลีก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มาจำหน่ายของร้านค้าปลีก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของร้านค้าปลีก กลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเบียร์ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยไม่ระบุชื่อ จำนวน 272 ร้านค้า เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test และ LSD ผลการวิจัยพบว่า

1. ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีเจ้าของร้านค้าเป็นเพศหญิง มีรูปแบบเป็นร้านขายของชำ มีอายุการตั้งร้าน 7 ปีขึ้นไป มีปริมาณเงินทุนของร้านค้า 50,001– 100,000 บาท มีนโยบายการพิจารณาซื้อจากราคาที่เหมาะสม มีปริมาณในการซื้อต่ำกว่า 500 กล่อง ตราสินค้าของเบียร์ที่ซื้อคือเบียร์ช้าง บรรจุภัณฑ์ของเบียร์ที่จำหน่าย คือ ขวด 640 ซีซี

2. ร้านค้าปลีกมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มาจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์อยู่ในระดับมาก

3. ร้านค้าปลีก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยาที่มีรูปแบบของร้านค้า อายุการตั้งร้านค้า เงินทุนของร้านค้า นโยบายการพิจารณาซื้อ และตราสินค้าของเบียร์ที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มาจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

The study aimed to: 1) study the basic factors of retail shops in purchasing beer at Phranakorn Si Ayutthaya District, Phranakorn Si Ayutthaya Province; 2) investigate the factors affecting decision in purchasing the beer; and 3) compare the factors affecting the decision in purchasing the beer in relation to the basic factors of the retail shops. The samples were 272 retail shops at Phranakhon Si Ayutthaya district in Pranakorn Si Ayuthaya Province. Statistical analysis was employed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test F-test and LSD.

The findings are indicated as follows :

1. The shopkeepers of most retail shops were female selling groceries. The shops had been established for more than 7 years with the investment during baht 50,001 – 100,000. The policy in purchasing beer was appropriate prices. The amount of purchasing was lower than 500 boxes. The required brand was Beer Chang and the quantity per bottle was 640 cc.

2. Moderate levels of the factors affecting decision in purchasing the beer were found on prices, location and marketing promotion, but high levels of the decision were found on the products.

3. Differences in the forms of the retail shops, ages of the shops, investment, policies of purchasing and brands of beer have differences in the factors affecting decision in purchasing beer at the statistically significant level of .05.