210744

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและระดับการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อ ศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านตลาด ด้านการบริหารจัดการและด้านการเงินในการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ของบริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคจำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ประเภท ขนมสาลี่ มีความถี่ในการซื้อสินค้าน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บริการซื้อสินค้าได้แก่ร้านของบริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อเป็นของฝาก และมีความสะดวกในการซื้อสินค้า ถ้าสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้นแนวโน้มจะมีการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

2. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด ของผู้บริโภคโดยภาพรวม มีการตัดสินใจในระดับมาก โดยพิจารณาในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ ของบริษัท เอกชัย สาลี่สุพรรณ จำกัด มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ทางด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน โดยการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ ให้ผลตอบแทนสูง และกิจการสามารถที่จะดำเนินการได้

210744

The purposes of this research were to investigate consumers' behaviors and purchasing decision level for the products of Akachai Salee Suphan Co., Ltd; compare the purchasing decision level for the products in relation to the consumers' personal factors, purchasing behaviors, marketing feasibility, business management and finance, in expanding the franchise business of Akachai Salee Suphan Co., Ltd. The samples consisted of 300 consumers. The research instruments were a questionnaire and structured interview. Statistical analysis was employed using mean, standard deviation, t-test, F-test, and the Chi-square test. The findings indicated the following:

1. Regarding the consumers' behavior, most consumers preferred salee (a Thai sponge cake). They bought it once a month from Akachai Salee Suphan Company's shops as souvenirs. They bought the product due to its convenience and they would increasingly buy it if it was more convenient.

2. The consumers' purchasing was high in terms of product, service, price, distribution channels and marketing promotion.

3. Difference in the consumers' age, educational background, occupation, and income yielded difference in their purchasing decision level with a statistically significant level of .05.

4. Difference in the consumers' purchasing reasons yielded difference in their purchasing decision level with a statistically significant level of .05.

5. It was feasible to expand the franchise business of Akachai Salee Suphan Co., Ltd. as an investment opportunity. The marketing analysis, management and finance all indicated viability and profitability, with high returns on the investment.