

T 160194

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออเนกประสงค์ของบริษัท มอสมิลค์ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออเนกประสงค์ของบริษัท มอสมิลค์ จำกัด โดยจำแนกตาม ปัจจัยพื้นฐาน ในส่วนบุคคลพบว่า ลูกค้าของบริษัท มอสมิลค์ จำกัด ที่มีเพศ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออเนกประสงค์ของบริษัท มอสมิลค์ จำกัด โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าของบริษัท มอสมิลค์ จำกัด ที่มี อายุ รายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออเนกประสงค์ ของลูกค้าบริษัท มอสมิลค์ จำกัด โดยภาพรวมแตกต่างกัน

Abstract

TE 160194

Thesis Title	The Study of Marketing Strategies Effecting Customers' Decision on Purchasing Pasteurized Milk of More Milk Company Limited
The Researcher	Nopparvorn cholpasert.
The Level of Study	Master of Bussiness Administration, Marketing
Year	2004
Chairman of Thesis Adviser	Assoc.Prof. Dr. Chittinan Chanetiyong Ph.D.
Thesis Adviser	Assoc.Prof. Dr. Pong Horadal Ph.D.

The purposes of the research were to study marketing strategies effecting customers' decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited. The samples used in the research were 260 customers who were the members of More Milk Company Limited.

The research instrument was questionnaires. Frequency, percentage, mean, standard deviation, sample mean of two groups and t-test for more two groups of samples were used for data analysis. Inferential and F-test (One Way Anova) were used for comparing opinions on marketing strategies effecting customers' decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited. Moreover, LSD was used for finding different groups relationship and pair groups.

The findings revealed that:

1. According to customers' opinions on marketing strategies effecting decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited, the overall states were at high level.

2. According to the relationship between primary personal factors and the comparison of marketing strategies effecting decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited, the findings indicated that:

2.1 Differences of customers' genders, education levels, and salary had a great effect on opinions on marketing strategies effecting decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited. As for the overall states of opinions, they were not different.

2.2 Differences of customers' genders had a great effect on opinions on marketing strategies effecting decision on purchasing pasteurized milk of More Milk Company Limited. As for the overall states of opinions, they were different.