

หัวข้อการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประชาชน
ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้วิจัย นางวลัยลักษณ์ อัครีรวงศ์
ภาควิชา สถิติประยุกต์
สถาบัน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2548

174164

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคม ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเพื่อเลือกงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จัดขึ้นโดยภาครัฐบาล ในระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2547 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2548 และขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบวิจาร์ณญาณ เพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากประชาชนที่เข้ามาชมงานแสดงสินค้าได้ขนาดตัวอย่าง 1,023 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ปัจจัย

ผลการวิจัยพบว่า จากตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสิ้น 30 ตัวแปรจะได้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านรูปลักษณ์และคุณค่าของสินค้า OTOP (2) ปัจจัยด้านส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่นไทย (3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายสินค้า (สถานที่และการจัดวางสินค้า) (4) ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า (5) ปัจจัยด้านความคุ้มค่า (6) ปัจจัยด้านบริการและคุณภาพ และ (7) ปัจจัยด้านราคา โดยที่ทั้ง 7 ปัจจัยนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนทั้งหมด ได้รวมร้อยละ 58.778