

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

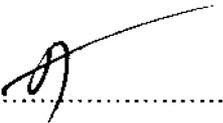
ณรงค์ชัย นวลจันทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

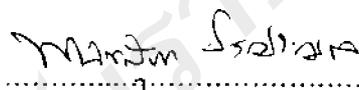
ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

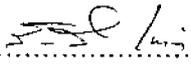
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เสนอโดย นายณรงค์ชัย นวลจันทร์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

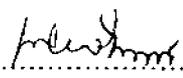

.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา
(นายตระกูล จันทสุนทร)
วันที่ 12 เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2552

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสนี ศิริโกคาภิรมย์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันดี เกาคำ)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันดี เกาคำ
ชื่อนักศึกษา	ณรงค์ชัย นวลจันทร์
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จำนวน 350 คน จากจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งหมด 3,996 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามได้ผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ทดสอบความแตกต่างโดยใช้ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธีฟิชเชอร์ (Fisher's Least – Significant Difference : LSD)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Thesis Title Factors Affecting Part-Time Thepsatri Rajabhat University Students'
Purchasing Decisions on OTOP Products

Thesis Advisors Asst. Prof. Dr. Suthasinee Siripokhapirom
Asst. Prof. Wandee Phokhum

Name Narongchai Nuanjan

Concentration General Management

Academic Year 2009

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study factors affecting part-time Thepsatri Rajabhat University students' purchasing decisions on OTOP products and 2) to compare the factors affecting their purchasing decisions when they were classified by gender, education, monthly income, age, their faculty, and current living area. The sample was 350 out of 3,996 undergraduate and graduate students. The instrument in this research was a questionnaire approved by 5 experts, with a reliability of 0.90. The data were analyzed in terms of mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Fisher's Least-Significant Different : LSD.

The findings were as the followings:

1. in overall, all factors affecting their purchasing decision on OTOP products were rated at a high level. Considered individually, the factors were ranged in descending order as follows: product, price, distribution channel, society and culture, and marketing promotion.
2. when the students were classified by gender, education, monthly income, age, faculty, and current living area, the factors indifferently affected their purchasing decisions at a significance level of .05.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสินี ศิริโกคาภิรมย์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันดี เกาคำ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำและให้ข้อคิดต่างๆ ในการวิจัยอย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัสสรศศิรี อภิยาหอม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วนิดา เพิ่มศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิดา ภูแดง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวิษฐ์ ยัมพงษ์ ที่กรุณาตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดสุภา ธรรมประมวล ในการให้ข้อเสนอแนะ และ ดร.เพ็ญจันทร์ ศิริพานิชกร ที่ให้ความอนุเคราะห์มาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ทุกท่านที่ได้เมตตาให้ความกรุณาชี้แนะข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น และผู้เป็นบิดา มารดา ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยมาจนถึงปัจจุบันนี้

ณรงค์ชัย นवलจันทร์

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย.....	11
ประวัติความเป็นมาของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย.....	11
ความเป็นมาของโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของสำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ในประเทศไทย.....	13
แนวทางและหลักเกณฑ์การตัดสินสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย.....	17
สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลกลุ่มภาคกลางตอนบน (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท และสระบุรี).....	20
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	21
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
ความพึงพอใจ.....	33
การตัดสินใจ.....	39
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	42
ด้านผลิตภัณฑ์.....	42
ด้านราคา.....	49
ด้านการจัดจำหน่าย.....	54
ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	59
ด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63
งานวิจัยภายในประเทศ.....	63
งานวิจัยต่างประเทศ.....	66

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	68
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	69
การหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	69
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	91
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	91
สรุปผลการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	93
ข้อเสนอแนะ.....	96
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	102
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	103
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม.....	110
ภาคผนวก ค หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม.....	112
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	118

สารบัญญัตราวาง

		หน้า
ตาราง 1	จำนวนสินค้าหนึ่งผลิตภักณ์หนึ่งตำบลระดับ 1 ดาว ถึง 5 ดาว ในกลุ่มภาคกลางตอนบน (นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท สระบุรี).....	20
ตาราง 2	จำนวนนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีปีการศึกษา 2549.....	69
ตาราง 3	ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานที่อยู่ปัจจุบัน และแหล่งซื้อสินค้า.....	76
ตาราง 4	พฤติกรรมกาเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งซื้อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ ประเภทของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ที่ซื้อ เหตุผลที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ ความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภักณ์ บุคคลใดที่มีอิทธิพลกับการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ และการรับรู้ข่าวสารในเรื่องของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์จากสื่อ.....	78
ตาราง 5	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นผลิตภักณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย สังคมและวัฒนธรรม และภาพรวมทั้ง 5 ด้าน.....	80
ตาราง 6	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านผลิตภักณ์.....	81
ตาราง 7	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านราคา.....	81
ตาราง 8	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	82
ตาราง 9	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภักณ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เมื่อจำแนกด้านการส่งเสริมการขาย.....	83

ตาราง 10	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	84
ตาราง 11	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ.....	85
ตาราง 12	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา.....	86
ตาราง 13	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้ต่อเดือน.....	86
ตาราง 14	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ.....	87
ตาราง 15	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านคณะที่ศึกษา.....	89
ตาราง 16	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้านสถานที่อยู่ปัจจุบัน.....	90

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี