

ชื่อภาคานิพนธ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรปราการ กรณีศึกษา อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของ บริษัท พรานทะเล จำกัด
ผู้วิจัย นางสาวธารณี พินเทียง ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ(การตลาด) มหาวิทยาลัย
ราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ผศ.ดร. ยวลักษณ์ เวชวิทยาลัง 2) รศ. ปรีชา วัฒนาทิพย์ธำรงค์ 3)
ผศ.นิภาเมธวิชัย ปีการศึกษา 2550 จำนวน 121 หน้า คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ผู้บริโภค

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของบริษัท พรานทะเล จำกัด ของผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของ
ผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคซึ่งเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง
พร้อมปรุงของบริษัท พรานทะเล จำกัด ในศูนย์การค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 278 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ ค่าที และการวิเคราะห์
ความแปรปรวน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็ง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคมีความ
คิดเห็น อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านด้านราคา และด้านการส่งเสริมการ
ขาย อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร
ทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มี
ความคิดเห็น ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2..... 3.....

Term paper title Marketing Mix Factors Influencing on Consumer Buying Decision in Amphur Muang, Samutprakarn Province Case Study: Ready-to-cook Frozen Seafood of Prantalay Company Limited.

Researcher Miss Tharinee Pintieng. Master of Business Administration (Marketing).
Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: 1) Asst. Prof. Dr. Yuwalak Vejwittayaklung 2) Assoc. Prof. Preecha Wattanatipthumrong 3) Asst. Prof. Nipa Mettavechai. Academic year : 2007. 121 pp. Keywords: factors in marketing mix, consumer

Abstract

The purposes of this research were to study marketing mix factors influencing on consumer buying decision of ready-to-cook frozen seafood of Prantalay company limited, and to compare marketing mix factors influencing on consumer buying decision of ready-to-cook frozen seafood of Prantalay company limited, classified by demographic traits. The 278 samples were the consumers using to buy ready-to-cook frozen seafood products of Prantalay company limited in the shopping centers in Amphur Muang, Samutprakarn province. The questionnaire was used as a research tool. Using the package program, the statistical data analysis were by percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The study results were that the consumers had the opinions about marketing mix factors influencing on consumer buying decision of ready-to-cook frozen seafood overall at high level. When considered aspect by aspect, the consumer had opinions in product, and place aspects at high level price, and in price, and promotion aspects at moderate level. The comparison results of marketing mix factors influencing on consumer buying decision of ready-to-cook frozen seafood showed that the consumers with different age, education level, career, and monthly income had the opinions overall with statistical difference at significance level of 0.05 and 0.01.

Student's signature Tharinee P.
Term paper Advisors' signature 1. H. P. 2. V. P. 3. P. Mettavechai