

ชื่อเรื่องการค้าคั่วอิสร	ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	วันวิสาข์ ปัญจันต์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชนันต์ บังกิโล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิต และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการตั้งใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี อยู่ในสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด) ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิต (ด้านวิถีการใช้เวลา และด้านความคิดเห็น) และปัจจัยด้านทัศนคติ (ด้านความเข้าใจ และด้านความรู้สึก) มีผลต่อการตั้งใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: การตั้งใจซื้อ, อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

Independent Study Title Factors Affecting Purchase Intention on Frozen Food of Consumers in Mueang District, Chiang Rai Province.

Author Wanwisa Punjakhun

Degree Master of Business Administration
(Business Administration)

Advisor Asst. Prof. Dej-anan Bungkilo, Ph. D.

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate marketing mix factors, lifestyle factors, and attitude factors affecting purchase intention on frozen food for consumers in Mueang district, Chiang Rai province. Questionnaires were used to collect information. The sample group in this research was 384 customers who bought frozen food in Mueang district, Chiang Rai province. These descriptive statistics were utilized to analyze the data. Multiple regression analysis was performed to test hypotheses.

The results of this research indicated that most of the respondents were females, with an average age of between 21 and 30 years old. The majority of the respondents were single. Those who graduated with a bachelor's degree. Most of the respondents worked in the government sector, with a monthly income of 20,001–30,000 baht per month. In addition, the results of the research found that factors affecting the purchase intention of frozen food consumers were product, price, and promotion of marketing mix factors, activity and opinion of lifestyle factors, understanding and feeling of attitude factors.

Keywords: Purchase Intention, Frozen Food