

## บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของพนักงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	: นายสุคนธ์ ปรายไพรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: ตุลาคม 2547
จำนวนหน้า	: 65 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและสัดส่วนของรายจ่าย รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน การศึกษาในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากพนักงานระดับปฏิบัติการผู้ทำงานในโรงงาน เขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 380 ราย

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีพฤติกรรม ชอบรับประทานอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) นิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทนม ส่วนเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ คือ เบียร์ไทย การเลือกสถานที่ร้านอาหารสำหรับจัดเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีความสะอาดรสชาติอาหารอร่อย ความถี่ในการร่วมงานเลี้ยง นานๆครั้งขึ้นอยู่กับโอกาส ชอบไปเดินเลือกซื้อสินค้าและบริการในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ประมาณเดือนละ 1-2 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นตลาดหรือตลาดนัด สินค้าราคาถูก นิยมชำระเงินสด เมื่อซื้อสินค้าและบริการ ถ้ามีโอกาสเลือกที่อยู่อาศัย จะเลือกอยู่ใกล้ๆกับสถานที่ทำงาน ระยะทางประมาณ 2-5 กิโลเมตร ถ้าเงินไม่พอซื้อ จะเก็บสะสมเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ การเลือกสถานพยาบาลจะเลือกสถานพยาบาลที่มีประกันสังคม ชอบท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดือนละ 1 ครั้ง

รายจ่ายเฉลี่ยและสัดส่วนรายจ่ายของพนักงาน ส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยโดยประมาณ 9,002 บาทต่อเดือน โดยเพศชายจะมีรายจ่ายเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิง ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายเกี่ยวกับค่าพาหนะ รองลงมาเป็นค่าดูแลครอบครัว บิดา มารดาหรือบุตร ค่าอาหารและค่าที่อยู่อาศัย ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการพบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม พนักงานให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้ คือ การหากลยุทธ์ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางสังคม วัฒนธรรม ที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการ

PAYAP UNIVERSITY