

ชื่อเรื่อง	การศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกางเกงยีนส์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลอำเภอเมืองยโสธร
ผู้ศึกษา	นางสาวสุกัญญา วงลคร นางสาววิชชุดา พันธุ์เลิศ
ครูที่ปรึกษา	นางสาวมณฑาวดี พูลเกิด
แผนกวิชา	การขายและการตลาด
ประเภทวิชา	บริหารธุรกิจ

### บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกางเกงยีนส์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อกางเกงยีนส์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อกางเกงยีนส์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกางเกงยีนส์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดยโสธร

สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า อันดับที่หนึ่งคือ เรื่อง มีความทันสมัยอยู่เสมอ ทุกยุคทุกสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับที่สอง คือ เรื่อง กางเกงยีนส์ยังสามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับที่สามคือ เรื่อง

เนื้อผ้ามีคุณภาพดี ทนทานต่อการใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านราคา พบว่า อันดับที่หนึ่งคือ เรื่อง ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับที่สองคือ เรื่อง กางเกงยีนส์มีหลายระดับราคาให้เลือกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับที่สามคือ เรื่อง ราคาเหมาะสมกับยี่ห้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า อันดับที่หนึ่งคือ เรื่อง จำนวนของร้านค้าปลีกนอกจากห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายกางเกงยีนส์มีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก อันดับที่สองคือ เรื่อง จำนวนห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายกางเกงยีนส์มีมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก และอันดับที่สามคือ มีบริเวณหรือห้องให้รองกางเกงยีนส์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า อันดับที่หนึ่งคือ เรื่อง ห้างสรรพสินค้ามีพนักงานแนะนำสินค้าและ เรื่อง มีบริการหลังการขาย เช่น การตัดขากางเกงยีนส์การปรับเปลี่ยนสินค้า / คืนสินค้า รับเปลี่ยนซ่อมวัสดุที่ใช้ประกอบ ณ จุดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สองคือ เรื่อง มีการจัดแพชชั่นโชว์ตามสถานที่ต่างๆ โดยผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกางเกงยีนส์ยี่ห้อ นั้นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่สามคือ เรื่อง การให้ส่วนลดจากการเป็นสมาชิกหรือจากการซื้อจำนวนมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ ปานกลาง

