

เรื่อง	ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง		
ผู้เขียน	นางสาวจริญญา	พิชัยหล้า	5132020093
	นางสาวชวิศา	อินเขียวสาย	5132020095
	นางสาวชัชฎาภรณ์	ลำปน	5132020096
	นางสาวสุทิษา	วงศ์คำ	5132020121
	นางสาวสุนิสา	หน่อแก้ว	5132020122
	นางสาวสุวิมล	วงศ์กฤษณา	5132020124
คณะวิชา/แผนกวิชา	บริหารธุรกิจ การตลาด		
ระดับชั้น	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1		
ปีการศึกษา	2551		
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย	อาจารย์อัยยภรณ์ พันธุ์จินา		

บทคัดย่อ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในจำนวนหนึ่งโดยการซื้อเป็นชุด และเลือกทำเลสถานที่ที่มีความสะดวกสบายและติดถนนใหญ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด