หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรม แรงจูงใจและความคาดหวังต่อการซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	พฤติกรรม / แรงจูงใจ / ความคาดหวัง
ชื่อนักศึกษา	ภุมรินรัตน์ ทิพย์ยานุภาพ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับแรงจูงใจต่อการซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความคาดหวังต่อการซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรี ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในและนอกเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแวะซื้อของฝากบางครั้งตามโอกาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.5 แรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ฉลากบนสินค้ามีข้อมูลครบถ้วน และบรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ อยู่ในระดับมาก แรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พกพาสะดวก และมีการชวนชิม อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังทั้ง 7P พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังด้านกระบวนการ ในประเด็นเกี่ยวกับวิธีแพคสินค้าอย่างดีเพื่อการจัดส่งและป้องกันความเสียหายที่จะเกิดกับสินค้า อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

SPU CHONBURI

แตกต่างกัน มีการเลือกซื้อสินค้าจากร้านของฝากในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน โดยนิยมซื้อจากร้านของฝากที่เคยซื้อประจำ มากที่สุด ผลทดสอบสมมติฐาน *F*-test โดยวิธี One-way ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจต่อการซื้อสินค้าจากร้านของฝากไม่แตกต่างกัน และ ผลทดสอบสมมติฐาน *F*-test โดยวิธี One-way ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการซื้อสินค้าจากร้านของฝากทั้ง 7P ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Behavior, Motivation, and Expectation for Purchase Products from Souvenir Shops in Chonburi Province
Keyword	Behavior / Motivation / Expectation
Student's Name	Phummarinrat Tipyanuparp
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Sahapap Porkartong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2021

ABSTRACT

The objective of this research is to study the differences between demographic characteristics with the behavior of purchasing products from souvenir shops in Chonburi province, the differences between demographic characteristics with the motivation to buy products from souvenir shops in Chonburi province, and the differences between demographic characteristics with the expectation of buying products from souvenir shops in Chonburi province. The data were collected from a sample group of men and women aged 15 years and older total of 400 samples who lived in and outside Chonburi province using questionnaires as a research tool.

The results showed that most of the samples had the behavior of stopping by to purchase souvenirs on occasion accounted for 77.5 percent. Their overall motivation was found at a high level with an average of 3.82. The overall rational motivation was at a high level. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. Data analysis was performed using computer software packages. The samples were motivated by the source of raw materials and whether the label on the products were complete and the packaging can be reused at a high level. The overall emotional motivation was also at a high level. The sample group was motivated by easy-to-carry packaging and the invitation to try to taste the product out at a high level. In addition, the results of the study on expectations of the 7Ps showed that the sample group had a high level of overall expectations, with an average of 3.95. The researcher also considered each and every aspect and found that the process expectations on the issue of how products were being packed well enough for shipping and prevention on any damage to the product at a high level.

SPU CHONBURI

The results of the hypothesis test using Chi-square statistics revealed the samples of different average monthly income chose different shopping options from souvenir shops in Chonburi. It was the most popular option to buy from a souvenir shop they were familiar to. The hypothesis *F*-test by One-way ANOVA method found that the sample group had no difference in the motivation for purchasing products from the souvenir shop. The results of hypothesis testing with *F*-test statistical by one-way ANOVA method revealed that the sample group had no difference in expectation of purchasing products from all 7P souvenir shops at a statistically significant level of 0.05.

SPU CHONBURI