

ชุติวัดน์ ไวมาลา 2562: คุณลักษณะของกล้วยตากที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคใน  
เขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาวิชาธุรกิจ  
การเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษา  
คณิศร์ อิศระ: ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิชาติ ตะลุดเพชร, Ph.D. 66 หน้า

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้อกล้วยตากของผู้บริโภค และ  
คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้วยตาก โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม  
(Conjoint analysis) โดยสำรวจผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ราย ในช่วงเดือน  
มกราคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2562

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี มีการศึกษา  
อยู่ที่ระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท การศึกษา  
ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อกล้วยตากเดือนละครั้ง โดยให้ความสำคัญกับ  
รสชาติของกล้วยตากมากที่สุด และเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์จะช่วยในการตัดสินใจซื้อ  
กล้วยตากมารับประทานได้ดีขึ้น ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่สำคัญด้วยวิธีองค์ประกอบร่วม พบว่า  
คุณลักษณะด้านรสชาติให้ความพึงพอใจและมีผลต่อการซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ และ  
ตรารับรอง อย. โดยกล้วยตากที่ผู้บริโภคได้ความพอใจสูงสุดคือ กล้วยตากอบน้ำผึ้ง ที่มีบรรจุภัณฑ์  
แบบใส่และมีตรารับรองของ อย.

งานวิจัยนี้เสนอแนะว่า ผู้ผลิตกล้วยตาก ควรให้ความสำคัญด้านบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภค  
สามารถมองเห็นเนื้อกล้วยได้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ให้มากขึ้น และควรเจาะตลาด  
ผู้บริโภคที่รักสุขภาพด้วยการส่งเสริมกล้วยตากธรรมชาติ

---

ลายมือชื่อนิสิต

---

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา  
การศึกษาคณิศร์ อิศระ