

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการซื้อขายคอนแทคเลนส์ของผู้บริโภคใน

กรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน

นางสาวชรีรา เหลืองทอง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อขายคอนแทคเลนส์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 210 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 34 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อคอนแทคเลนส์หือ บอช แอนด์ ลอมบี้ มากที่สุด มี วัตถุประสงค์เพื่อ แก้ไขปัญหาสายตา ได้มีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยซื้อจากร้านจำหน่ายสินค้า ทางสายตา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง ประมาณ 301 – 600 บาท โดยมีการซื้อ มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์มาจาก เพื่อน / คนรู้จัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร โดยรวมเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญของ ปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัย ด้านการจัดจำหน่าย

**Independent Study Title** Consumer Behavior on Buying Contact Lens in Bangkok Metropolitan

**Author** Miss Wachira Luangtong

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisor** Lecturer Dr.Narumon Kimpakorn

### ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the behavior of contact lens consumers in Bangkok. The data was collected from questionnaire distributed to 210 consumers and then analyzed using descriptive statistics which consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation.

The data shows that most questionnaire respondents were female, 30-40 years old, with Bachelor's degree. Most were company employees with salary of less than 10,000 baht per month.

It was found from the study that the respondents chose the brand Bausch and Lomb the most and the reason for buying contact lens was to solve eye sight problems. They made their own decision when buying and bought contact lens from eye wear stores. The expense per purchase was 301-600 baht and they did the purchase more than once a month. They acquired information from friends and people they knew.

All marketing mix factors were ranked at the high level in the following order, product, marketing promotion, price and place.