

พฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ
ของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปรารธนา ประดิษฐ์เขียน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พฤศจิกายน 2555

พฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ
ของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปรารธนา ประดิษฐ์เขียน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
พฤศจิกายน 2555
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

THE PURCHASING BEHAVIOR AND FACTORS AFFECTING DECISION
MAKING OF CONSUMERS IN BUYING AIR-CONDITIONERS
IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

PRADTHANA PRADIDKEAN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in General Management
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

November 2012

ปรารภณา ประดิษฐ์เขียน. (2555). พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
เครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
(การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ถ้ายอง ปลั่งกลาง, ดร.ชนเสถ เตชะเสน

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค จำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ค่าเอฟ และค่าแอลเอสดี กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41–55 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ส่วนใหญ่มีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ส่วนสำคัญของเครื่องปรับอากาศ คือ คุณภาพของสินค้า ซื้อเครื่องปรับอากาศในราคา 15,001 – 20,000 บาท ประโยชน์ในการซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ ต้องการความเย็นสบาย ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านที่จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อฮิตซูบิชิ ข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศจาก หนังสือพิมพ์ วารสาร สื่อโฆษณาต่างๆ ใช้เครื่องปรับอากาศประเภทชนิดติดตั้งแขวนได้ฝ้าเพดาน ซื้อเครื่องปรับอากาศในช่วงฤดูร้อน 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศอยู่ในระดับมากทุกด้าน 3) บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศแตกต่างกัน 4) ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน และ 5) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค

Pradthana Pradidkean. (2012). **The Purchasing Behavior and Factors Affecting Decision Making of Consumers in Buying Air-conditioners in Phranakhon Si Ayutthaya Province**. Master Thesis, M.B.A. (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee: Associate Professor Lumyong Plangklang, Dr. Thanet Techasen.

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study personal factors and decision making of purchasing behavior of consumers in buying air-conditioners; 2) investigate factors affecting decision making of consumers; 3) compare factors affecting decision making of consumers divided by personal factors; 4) compare factors affecting decision making of purchasing behavior of consumers divided by purchasing behavior; and 5) examine relationship between personal factors and purchasing of decision making. The sample group was 400 consumers living in Phranakhon Si Ayutthaya province. The instrument was a questionnaire. The statistical analysis was performed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD by setting the significant level of .05.

The findings showed that :

1. Most consumers are male, aged 41-55 years and single. Their education backgrounds are higher than bachelor degrees. They work as civil servants or in state enterprises. Their monthly incomes are over 20,001 baht. The characteristics of products affected the purchasing behavior. The important characteristic of air-conditioners is the quality. The prices of air-conditions are 15,001-20,000 baht. The reason of the purchase is that they need the coldness. They bought air-conditioners from stores that sold electrical appliances. They bought the brand of wall-type Mitsubishi air-conditioner in summer. They found information from newspapers, magazines and other advertisements.
2. Factors affecting decision making were at a high level for all aspects.
3. The consumers with various monthly incomes had different levels of decision making.
4. The consumers who had different purchasing behavior had no difference on levels of decision making.
5. The personal factors had relationship with purchasing behavior of consumers.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์
ลำยอง ปลั่งกลาง ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดร.ชเนต เตชะเสน กรรมการควบคุม
วิทยานิพนธ์ ดร.กิติมา ทามาลี ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร และดร.วินัย ปัญจจรศักดิ์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งสี่ท่านที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้
ทุกขั้นตอน และได้ช่วยตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ อีกทั้ง
ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ในการทำวิจัย และรู้คุณค่าของงานวิจัยที่จะช่วยให้การทำงานเป็นไป
อย่างมีคุณค่ามากขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณร้านจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ให้ความร่วมมือ
ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากลูกค้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ M.B.A. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ทุกท่านที่ได้ให้
ความร่วมมือ ประสานงานและช่วยเหลือตลอดงานวิจัยในครั้งนี้ จนทำให้ผู้วิจัยได้ทำวิทยานิพนธ์
สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ปรารธนา ประดิษฐ์เจียน