

พากร วังศิริบุตร. (2555). การบริหารจัดการด้านการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของ
ตัวแทนจำหน่ายและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของ
อรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะณี, ดร.กิติมา ทามาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการผลิต และการ
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร 2) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
และความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของลูกค้า 3) เปรียบเทียบความ
พึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า
และพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย
ส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก รวบรวมข้อมูลจาก
ผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จำนวน 7 ราย ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 4 ราย และลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และค่าไคสแควร์ โดย
กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากแบบสัมภาษณ์ผู้ผลิต พบว่า วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารจะสั่งเข้ามา
จากกรุงเทพ ซึ่งผู้ผลิตจะผลิตตามจำนวนที่ระบุในเอกสารคำสั่งซื้อเท่านั้น เมื่อผลิตเป็นสินค้าแล้วจะมี
การตรวจสอบคุณภาพก่อน จากนั้นจะนำสินค้าลงบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดย
ตลาดหลักจะส่งออกต่างประเทศ รวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรม โรงแรม และสวนจตุจักร

จากแบบสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก
ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยต้องต้องใช้ฝีมือและความละเอียดเป็นอย่างมาก
ซึ่งทำให้ลูกค้าพึงพอใจและยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อด้วยความเต็มใจ โดยจะมีการวางจำหน่ายทั้งในและ
ต่างประเทศ โดยมีการเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ รวมถึงการออกบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ ซึ่ง
ถือเป็นการขยายตลาดสินค้า และเพิ่มฐานลูกค้าให้ขยายกว้างมากยิ่งขึ้น

จากแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกซื้อจากคุณภาพของสินค้า
ซื้อสินค้าแต่ละครั้งในราคา 500 – 1,000 บาท มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ 1 – 2 ครั้ง/ปี ผลิตภัณฑ์มี
คุณภาพสูง และมีโอกาสในการซื้อซ้ำ เนื่องจากราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
ต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และปัจจัยส่วน
บุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก