



ชัยพร สีตะวัน. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการซื้อและสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นลามิเนตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์วันทนี แสณภักดี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยทางพฤติกรรมการซื้อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และศึกษาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นลามิเนตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม 2) เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นลามิเนตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางพฤติกรรมการซื้อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางพฤติกรรมการซื้อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการ จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และแอลเอสดี

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งผู้ปฏิบัติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท พฤติกรรมในการเลือกซื้อคือวิธีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ส่งทางอีเมล ขนาดความกว้างความยาวของผลิตภัณฑ์ 41 นิ้ว 49 นิ้ว ประเภทของผลิตภัณฑ์ชนิด EEL-145 (KB6160A) ราคา 501-700 บาท ความถี่ต่อครั้งในระยะเวลาในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ 1-7 วัน/ครั้ง ระยะเวลาความเร็วในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ หลังได้รับใบสั่งซื้อจำนวนวันที่ส่งมอบส่วนใหญ่ 6-10 วัน/ครั้ง สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นลามิเนต ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการส่งมอบตรงต่อเวลา ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแผ่นลามิเนตจากบริษัทคิงเบอร์ด์แลนด์ แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการซื้อ วิธีการสั่งซื้อ ขนาดชนิดของผลิตภัณฑ์ ราคาของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อบ่อยครั้ง การส่งมอบที่ตรงต่อเวลาต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน



Chaiyaporn Sritawan. (2014). **A Study of Buying Behavior and Marketing Stimulus**

Influencing Decision of Purchasing Laminate of Industrial Entrepreneurs.

An Independent Study for M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya. Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.

Advisor : Associate Professor Vanthanee Sanpugdi.

ABSTRACT

This research aimed to 1) study personal factors, buying behavior factors, product selection and marketing stimulus affecting decision of purchasing laminate of industrial entrepreneurs, and 2) compare marketing stimulus affecting decision of purchasing laminate classified by personal factors and buying behavior. The samples were 40 customers. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and LSD.

The findings showed that :

1. Most respondents were female, aged 26-35 and single. Their education backgrounds were bachelor degrees. They worked as operators and their monthly incomes were 15,001-20,000 baht. They ordered products through the Internet. The size of laminate was 41x49 inches and the kind of product was EEL-145(KB6160A). The prices were 501-700 baht. The frequency of order was 1-7 days/time. The delivery lasted 6-10 days after receiving purchase orders. The marketing stimulus affecting decision of purchasing laminate such as product, price, distribution channel, prompt delivery and external factors, as a whole, was at a high level.

2. The marketing stimulus affecting decision of laminate selection from King board Manufacturing (Thailand) Company Limited classified by various genders, ages, marital status, education backgrounds, and monthly incomes did not affect decision of purchasing. The differences of buying behavior, ways of purchasing, sizes and kinds of products, prices, popular products, prompt delivery did not affect decision of purchasing.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาให้การช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก ท่านรองศาสตราจารย์วันทนี้อย่าง แสนภักดี ประธานที่ปรึกษา ดร.ศิริมณี จรรยา ดร.กิติมา ทามาดี รองศาสตราจารย์ปราณี ต้นประยูร ที่ให้คำปรึกษาคำแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ในเนื้อหาสาระให้ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแผ่นวงจรรีเลย์ที่รอนิกส์ที่สละเวลาให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่แลกเปลี่ยนความรู้ความคิด ให้กำลังใจมาโดยตลอด และไม่ได้มีส่วนช่วยเหลือเป็นอย่างมากในการทำงานวิจัยนี้จนแล้วเสร็จ

ผู้วิจัยคงไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จในการศึกษาได้ หากปราศจากบิดา และมารดาของผู้วิจัย ที่ให้การช่วยเหลือและให้กำลังใจอันสำคัญเสมอมา ตั้งแต่เริ่มต้นการศึกษา จนกระทั่งการทำกรค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ว่าที่ร้อยตรีชัยพร สีตะวัน