

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า
บริษัทเอกโกล์ (ประเทศไทย) จำกัด

วรัญญา กลั่นน้ำทิพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2558

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า
บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด

วรัญญา กลั่นน้ำทิพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

MARKETING FACTORS AFFECTING BUYING DECISION OF CUSTOMERS OF ECHO
(THAILAND) COMPANY LIMITED

VARANYA KANNAMTHIP

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Business Administration
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

August 2015

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า
บริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด
โดย วรรณญา กลั่นน้ำทิพย์
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.กิติมา ทามาลี

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วันทนี แซนภักดี)

.....กรรมการ
(ดร.กิติมา ทามาลี)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อนุมัติให้นับการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

.....อธิการบดี

(ดร.เกษม บำรุงเวช)

สิงหาคม พ.ศ. 2558

วรรณญา กลั่นน้ำทิพย์. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า
บริษัท เอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กิติมา ทามาลี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ปัจจัยแวดล้อมในการตัดสินใจซื้อสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และปัจจัยแวดล้อมในการตัดสินใจซื้อสินค้า การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำนวน 268 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟและค่าแอลเอสดี โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ปัจจัยแวดล้อมในการตัดสินใจซื้อสินค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด ส่วนใหญ่ พิจารณาคุณภาพสินค้าเพราะสินค้ามีความทันสมัย คุณภาพของสินค้าแบบใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ หลักฐานการวิจัยคุณภาพของสินค้า ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า คือ สินค้ามีการลดราคา ลักษณะหรือรูปแบบของสินค้ามีสินค้ามีแบบให้เลือกมากมาย และทุกครั้งจะตรวจสอบราคาสินค้าบ่อยครั้งเพียงใด ดูทุกครั้ง และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 2) ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยแวดล้อมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกัน

Varanya Kannamthip. (2015). **Marketing factors affecting buying decision of customers of echo (thailand) company limited.** An Independent Study for the Master of Business Administration in Business Administration, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor : Dr. Kittima Thamalee.

ABSTRACT

This research aimed to 1) study personal factors of customers, environmental factors of buying decision, and customers' buying decision of products of Echo (Thailand) Company Limited, and 2) compare customers' buying decision of products of Echo (Thailand) Company Limited classified by their personal factors and environmental factors of buying decision. The tool was a questionnaire. The samples consisted of 268 customers of Echo (Thailand) Company Limited. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD by setting the significant level at .05.

The findings revealed that : 1) Most customers of Echo (Thailand) Company Limited were male, 31-40 years old and single. They got bachelor degrees and worked as staff/employees of private sectors. Their monthly incomes were 10,001-20,000 baht. The environmental factors of buying decision of products of Echo (Thailand) Company Limited were the qualities of modern products, kinds of qualities of products affecting buying decision including evidence of researching qualities of products, factors affecting buying decision such as products on sale, and various characteristics or models of products. They often checked prices of products at a high level. As a whole, the products and prices affected buying decision at a high level. The distribution channel and public relations affected buying decision at a moderate level. 2) The differences of personal factors affected buying decision of products of Echo (Thailand) Company Limited. And 3) The differences of environmental factors affected buying decision of products of Echo (Thailand) Company Limited.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.กิติมา ทามาลี ประธานที่ปรึกษา และกรรมการการค้นคว้าอิสระทุกท่าน ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและข้อคิดเห็นในเนื้อหาสาระ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขการค้นคว้าอิสระ ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบคุณลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าบริษัทเอก โค่ (ประเทศไทย) จำกัด ทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลา ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่น และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ทุกท่านที่ได้ให้กำลังใจ พร้อมทั้งความร่วมมือ ประสานงานและช่วยเหลือมาโดยตลอด จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญเสมอมา ตั้งแต่เริ่มต้นการศึกษา จนกระทั่งการทำ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์เป็นรูปเล่ม จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

วรัญญา กลั่นน้ำทิพย์