

บุศรินทร์ อินทร์เนียม 2555: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลากลากเงี้ยวของประชาชนใน
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษากระเบื้องมุงหลังคา ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์สันหะ เหมวนิช, Ph.D. 125 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลากลากเงี้ยวของประชาชนใน
กรุงเทพมหานครกรณีศึกษากระเบื้องมุงหลังคา ซึ่งจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อกระเบื้อง
มุงหลังคา กับปัจจัยส่วนบุคคล และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่ง
การวิจัยครั้งนี้จะมีการออกสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่ความต้องการสร้าง ต่อเติม หรือซ่อมแซมที่อยู่อาศัย
แล้วนำมาทำการวิเคราะห์ทั้งเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณโดยใช้สถิติ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F-test ไคสแควร์และใช้สมการถดถอยในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์กระเบื้องมุงหลังคาลากเงี้ยวถึงร้อยละ 82
ซึ่งการตัดสินใจซื้อจะให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่มีรับรอง
มาตรฐานจาก มอก. และมีกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กระเบื้องมุงหลังคาลากเงี้ยวมาใช้งานถึงร้อยละ 67
โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อกระเบื้องมุงหลังคาลากเงี้ยวจะประกอบอาชีพรับราชการรองมาคือผู้ที่
ประกอบอาชีพนักธุรกิจ ซึ่งจะให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์เช่นกัน
สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ายิ่งผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์
กับอาชีพ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อกระเบื้องมุงหลังคาในยี่ห้อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับรายได้ วัตถุประสงค์การซื้อ
กระเบื้องมุงหลังคามีความสัมพันธ์กับสถานภาพ และอาชีพ ความถี่ในการซื้อมีความสัมพันธ์กับเพศ อาชีพ และ
รายได้ และค่าใช้จ่ายที่ซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยจะสัมพันธ์กับเพศ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนระดับความสำคัญ
ของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกระเบื้องมุงหลังคาลากเงี้ยวคือด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่ง
มีความสำคัญในระดับมาก และระดับความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
พบว่า เพศ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน จะให้ระดับความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดที่
แตกต่างกัน

จากผลวิจัยในครั้งนี้ จึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์กระเบื้องมุงหลังคา
โดยเฉพาะกระเบื้องมุงหลังคาที่เป็นผลิตภัณฑ์ลากลากเงี้ยวควรมีการโฆษณาให้เห็นคุณสมบัติของกระเบื้องมุง
หลังคาลากเงี้ยวและสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในคุณภาพที่มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน เมื่อเปรียบเทียบกับ
กระเบื้องมุงหลังคาชนิดอื่นๆ ควรมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้คำปรึกษาและมีการรับประกันสินค้าในกรณีสินค้า
ชำรุดหรือเสียหาย รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก