

52601737 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / พฤติกรรมการเลือกซื้อ / โคมไฟตกแต่งบ้าน

มัลลิกา ลิ้มปภา : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเลือกซื้อ โคมไฟตกแต่งบ้านของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. นกนันทน์ หอมสุต. 74 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้านของผู้บริโภค 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้านของผู้บริโภค และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้านของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า

ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.00 มีอายุระหว่าง 33-40ปี ร้อยละ 32.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 47.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.00 ส่วนใหญ่พักอาศัยบ้านเดี่ยว ร้อยละ 40.75 โดยซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ ร้อยละ 74.50

ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้าน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก พบว่า ส่วนใหญ่ เลือกซื้อไฟเพดาน เพื่อใช้กับบ้านพักอาศัย โดยนำไปติดตั้งที่ห้องนอน เนื่องจากตกแต่งบ้านหลังใหม่ โดยมักจะไปเลือกซื้อจากห้างโฮมโปรดักส์เซ็นเตอร์ เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย นิยมไปวันเสาร์-วันอาทิตย์ ช่วงเย็นประมาณ 17.00-20.00น. ส่วนใหญ่เคยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโคมไฟ และตัวเองคือผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อโคมไฟตกแต่งบ้าน โดยมีเหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจซื้อเพราะพอใจในตัวสินค้า และมีงบประมาณน้อยกว่า 10,000 บาทในการเลือกซื้อ

ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้านของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ มีผลต่อการเลือกซื้อโคมไฟตกแต่งบ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากข้อมูลการวิจัย สามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ของธุรกิจร้านโคมไฟเพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการผู้บริโภค

---

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554  
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....

52601737 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORDS : FACTORS MARKETING MIXES / BEHAVIORS / DECORATED LAMP

MULLIKA LIMPAPHA : MARKETING MIXES FACTORS AND CONSUMER BEHAVIORS ON PURCHASE OF DECORATED LAMP IN WEST BANGKOK. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. NOPBHANON HOMSUD. 74 pp.

This research has an objective for 1. Investigate a demography that effected to the consumers' purchasing on the decorated lamp. 2. Study an effects of an extended marketing mix on consumers' decision-making process in purchase of decorated lamp. 3. Educate the consumers' behavior in purchase of decorated lamp.

In the demography, most of questionnaire repliers were female, there are 59%. The age between 33-40 is in 32%. The status of the questionnaires repliers is single in 47%. 22% of their total income per month is 20,001-30,000 baht. Almost are live in detached house in 40.75% and 74.50% are the ownership.

In the behavior of purchasing the decorated lamp of people in the west side of Bangkok, discovered that most of them decided to buy ceiling lamps for their place. These lamps were used in bedrooms for decorating the new house. Home Products Center department store was selected from the purchaser for has a lot of products. Mostly consumers go to the store on Saturday and Sunday in the evening about 5 pm. to 8 pm. Most of the purchaser used to search information of the lamp. The consumers' influence of the decision for purchasing lamps is from themselves. An important reason for the decision are satisfied the products and had a budget lower than 10,000 baht.

The factor of marketing which has the influence for purchasing the decorated lamp of the people in the west side of Bangkok is in the high level. Consider that the factor of personal is having the most influence. Next is the factor of price and products. The results can contribute substantially to the improvement of strategy formulation for lamp shop offering business so as to exactly meet the needs of consumers.

---

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature .....

Independent Study Advisor's signature .....