

ชื่อภาคพิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวในการแข่งขันของธุรกิจโรงพิมพ์  
ผู้วิจัย: นางสาว ญานิศา ลิ่มเจริญ รหัสนักศึกษา : 012340004  
หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.อภิเทพ แซ่โค้ด  
ปีการศึกษา: 2557

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของธุรกิจโรงพิมพ์ และ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการปรับตัวของธุรกิจโรงพิมพ์และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยแพร่ใน การศึกษา ประกอบด้วย ด้วยแพร่ใน การศึกษา ประกอบด้วย ด้วย แพร่ อะสาร คือ ปัจจัยของธุรกิจโรงพิมพ์ ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการผลิต และ พฤติกรรมผู้บริโภค และ ด้วยเปรียบเทียบ คือ การปรับตัวของธุรกิจโรงพิมพ์ วิธีดำเนินการวิจัย เชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบถึงทางการซื้อผู้วิจัยได้สร้างข้อความขึ้นจากศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยและเอกสารวิชาการ

เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามประชากรและการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การศึกษารั้งนี้ 400 คนจากวิธีการสุ่มตัวอย่าง (Convenience Sampling) คือ เจ้าของธุรกิจโรงพิมพ์ขนาดกลางและขนาดใหญ่ และกลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย สถิติที่ใช้ในเคราะห์ผลข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, T-Test และ One-Way Anova

ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยของธุรกิจโรงพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ราคา สถานที่ ส่งเสริมการจ่าหน่าย และ พฤติกรรมผู้บริโภคด้านโอกาสในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ มีต่อการปรับตัวของธุรกิจโรงพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2. ระดับการปรับตัวในการแข่งขันของธุรกิจโรงพิมพ์โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54$ )

ค่าสำคัญ : การปรับตัวในการแข่งขัน, ธุรกิจโรงพิมพ์

**Title:** Factors affecting the Adaptation Printing Business Competition  
**Researcher:** Yanika Limjaroen Student ID: 012340004  
**Degree:** MBA (Master of Business Administration)  
**Advisor:** Dr. Apitep Saekow  
**Academic year:** 2014

### **Abstract**

The objectives of this study were study the printing business and consumer behavior toward the adjustment of the printing business, and to study factors influencing purchasing decisions in Bangkok. The variables in the study include variables in this study were the independent variables are the factors of the printing business, factor of the marketing mix, consumer behavior and the dependent variable is the adjustment of the printing business.

**Research Methodology:** The sample consisted of the two methodologies; qualitative research interview is a structured interview created a few of the questions which were constructed from the study of concepts and theories involved research and education documents. The tool collected information into quantitative and qualitative, quantitative as query population and sampling used in this study were 400 men from randomly by convenience (Convenience Sampling) is a printing business, medium and large and business customers who use media in Bangkok. Questionnaire as a research tool. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, T-Test and One-Way Anova.

The results showed that 1. the factors that affect the printing business decisions that promote the sales prices of consumer behavior and buying opportunities, resources to buy the adjustment of the printing business, significant at 0.05. 2. The adjustment in the event of a printing business overall average score was high (= 3.54).

**Keywords :** The adaptation, printing business competition