

## บทคัดย่อ

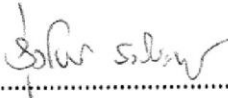
ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : การตัดสินใจซื้อกาง ยู่สู ในร้านบีเทรนด์ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค

โดย : นางสาวสุพัตรา สระทองเฒ่า

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา :

.....  
  
 (ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)  
 22 / กรกฎาคม / 2557  
 .....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อกางยู่สูในร้านบีเทรนด์ที่ห้างเดอะมอลล์สาขาบางแค เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการซื้อกางยู่สูในร้านบีเทรนด์ที่ห้างเดอะมอลล์สาขาบางแค และเพื่อศึกษาลักษณะการตัดสินใจซื้อกางยู่สูในร้านบีเทรนด์ที่ห้างเดอะมอลล์สาขาบางแค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกาง ยู่สู ในร้านบีเทรนด์ ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค พบว่า ผู้ที่ใช้บริการซื้อกาง ยู่สู ในร้านบีเทรนด์ ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค ส่วนใหญ่มีความจำเป็นในการใช้สินค้ากางยู่สูอยู่ในระดับน้อย มีความถี่ในการใช้สินค้ากาง ยู่สู 1 เดือนต่อครั้ง

มีปริมาณของการซื้อสินค้ากาว ยูสตู ในแต่ละครั้ง จำนวน 1 ชิ้น และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กาว ยูสตูมากที่สุด คือ ตนเอง

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อ กาว ยูสตู ในร้านบีเทรนด์ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขา บางแคพบว่า โดยรวมผู้ที่ใช้บริการซื้อ กาว ยูสตู มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กาว ยูสตู ในร้านบีเทรนด์ที่ ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค ได้แก่ ด้านระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนพฤติกรรมใน การซื้อ กาว ยูสตู ในร้านบีเทรนด์ ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค ได้แก่ ความจำเป็นในการใช้สินค้า กาว ยูสตู ความถี่ในการใช้สินค้า กาว ยูสตู ปริมาณของการซื้อสินค้า กาว ยูสตู ในแต่ละครั้ง และผู้ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ กาว ยูสตู ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ กาว ยูสตู ในร้านบีเทรนด์ที่ ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผู้ที่ใช้บริการซื้อ กาว ยูสตู ในร้านบีเทรนด์ ที่ห้างเดอะมอลล์ สาขาบางแค มีระดับการ ตัดสินใจมากที่สุดในด้านราคา และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ฉะนั้นทางบริษัทควรควรนำข้อมูลที่ ได้มานี้ มาใช้ในการวางแผนการตลาด ทั้งในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อเป็นการรักษาระดับการตัดสินใจที่ถูกค้ำมีต่อผลิตภัณฑ์ กาว ยูสตู และจะส่งผลถึงยอดขายของ ผลิตภัณฑ์ กาว ยูสตูต่อไปในอนาคต

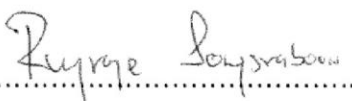
**Abstract**

Research Title : Buying Decision of UHU glue in Betrend Shop at The Mall,  
Bangkae Branch

Researcher : Miss Supattra Srathongmao

Degree : Master of Business Administration

Major : Marketing Management

Advisor :   
 (Dr. Rungroje Songsraboorn)  
 22 July, 2016

The purposes of this research were to study the demographic characteristics of buyer, behavior affecting buying and the buying decision of UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkae Branch. The samples used for this study are 400 consumers. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. One-way ANOVA and Chi-square test was used for hypothesis testing.

The results of the study showed that most were female, aged between 21-30 years, worked as student, hold under bachelor's degree and earned below 15,000 Baht. The analysis of buying decision behavior UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkae Branch found that the most buyers of UHU glue need to use at low level. The frequency of using UHU glue was 1 month per time. The quantity of buying UHU glue for one time was 1 piece and the person who involved to the buying decision was you.

In addition, the researcher found that the overall of buying decision of UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkai Branch was high in every aspects included quality, price, place and marketing promotion. Hypothesis testing revealed that demographic characteristics of educational level affected buying decision of UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkai Branch at significant level of 0.05. The buying behavior of UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkai Branch: the need of use UHU glue, the frequency of use, the quantity of buying per time, and the person who involved to the buying decision was not related to buying decision of UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkai Branch at significant level of 0.05.

People who buying UHU glue in Betrend Shop at The Mall, Bangkai Branch had the highest decision level was price and place. So the company should be acquired this information to make the marketing plan in the aspect of price and distribution place in order to maintain the level of customer decision towards UHU glue and affect the sales of UHU glue in the future.