

ชื่อโครงการ	: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี
ผู้ดำเนินโครงการ	: นางสาวอาทิตย์ยา มีชื่อ
สาขาวิชา	: การตลาด
ที่ปรึกษาโครงการ	: อาจารย์เพลินพิศ แจ่งสว่าง
ปีการศึกษา	: 2564

บทคัดย่อ

โครงการเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า ณ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า ณ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี และ 3) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า ณ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี

โดยขอบเขตของงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ด้านด้วยกัน คือ ด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การประเมินพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับรู้ตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาด ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้บริการ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี จำนวน 100 คน ด้านระยะเวลา และสถานที่ โดยเริ่มเก็บข้อมูลวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2564 – 31 มกราคม พ.ศ.2565 ณ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี ดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้าใช้บริการ หจก.เอ.พี.แก๊ดเจ็ต สาขาหลพบุรี โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า และข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับที่ 2 ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้า 2 – 3 ครั้ง ภายใน 1 ปี และผลิตภัณฑ์ตราสินค้าไฟฟ้าที่เลือกใช้ คือ ฟิล์มกระจกกันรอยสมาร์โฟน ผู้บริโภคเลือกชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท

Project Name : Marketing Mix (7P's) affecting buying behavior of Focus Brand
Product of consumer in Lopburi Province Case Study Limited
Partnership A.P.Gadget Lopburi Branch
Project Operator : Artittaya Meechue
Feld of Study : Marketing
Project Consultant : Mrs. Ploenpit Jaengsawang
Academic Year : 2021

ABSTRACT

Marketing Mix (7P's) affecting buying behavior of Focus Brand Product of consumer in Lopburi Province Case Study Limited Partnership A.P.Gadget Lopburi Branch. Objective 1) Study of personal factors in purchasing Focus brand products at a limited partnership A.P.Gadget, Lopburi Branch. 2) Study of marketing mix factors for purchasing Focus brand. 3) Study on consumer behavior in purchasing Focus brand products at a limited partnership A.P.Gadget, Lopburi Branch.

The scope of research is divided into 3 areas. The content includes Assessment of consumer behavior in brand awareness and marketing mix. Population and sample. Service population limited partnership A.P.Gadget, Lopburi Branch, 100 people. Time and place. Data collection starts on December 1, 2021 – January 31, 2022 at the Partnership Limited A.P.Gadget, Lopburi Branch. Collecting sample data through questionnaire, Lopburi Branch. Collecting sample data through questionnaires from customers who use the service of a limited partnership A.P.Gadget, Lopburi Branch. The questionnaire is divided into 3 parts: personal data, information on factors affecting the purchase of Focus branded products and Focus brand product purchase behavior data.

The results of this research found that Most of the respondents were female. Age between 21 -30 years. Studying at a bachelor's degree and Student career. Have income less than 10,000 Baht. Most of the respondents placed a high level on all factors of tors of the marketing mix. By giving the greatest importance to physical is the marketing promotion factor. Most Consumers use Focus branded products 2 – 3 times within a year. Selected Focus brand products are smartphone protective glass film. Consumers choose to pay with cash and the cost per time is less than 500 baht.