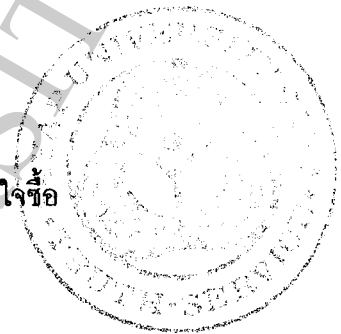


ชื่อเรื่อง	การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นายกรณียศ กิติคุณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ศรีสุดา แซ่ลี
วันที่อนุมัติผลงาน	4 กุมภาพันธ์ 2553
จำนวนหน้า	73 หน้า
คำสำคัญ	การสื่อสารทางการตลาด พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ



บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิส และศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสของผู้บริโภค กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นนักกีฬาหรือผู้ที่เล่นกีฬาเทนนิสที่เคยซื้อไม้เทนนิส และจะซื้อไม้เทนนิสในอนาคต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานใช้ T-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนเท่ากัน อายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยจะเล่นเทนนิส อาทิตย์ละ 2 - 3 ครั้ง และเลือกเล่นกีฬาเทนนิส เพื่อออกกำลังกาย

ผลิตภัณฑ์ไม้เทนนิสที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักมากที่สุด คือ ยี่ห้อ Wilson จำนวนไม้เทนนิสที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในปัจจุบัน คือ 1 อัน โดยยี่ห้อไม้เทนนิสที่ใช้ในปัจจุบัน คือ ยี่ห้อ Wilson กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกซื้อไม้เทนนิสครั้งต่อไปคือ ยี่ห้อ Wilson มากที่สุด ซึ่งเหตุผลหลักที่

กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อไม้เทนนิสคือ มีคุณภาพดี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อไม้เทนนิสเมื่อผลิตภัณฑ์กีฬาเทนนิสเสียหรือชำรุด บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสด้วยตนเองมากที่สุด สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้เทนนิสได้แก่ ห้างสรรพสินค้า และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อข่าวสารเกี่ยวกับไม้เทนนิสผ่านทางสื่อบุคคล (เพื่อนและคนรู้จักแนะนำ) งบประมาณในการซื้อไม้เทนนิสในครั้งต่อไป อยู่ในช่วง 4,001 – 5,000 บาท โดยนิยมชำระเงินค่าสินค้าเป็นเงินสดมากที่สุด กระบวนการตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ คือ ก่อนซื้อไม้เทนนิสได้ศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดประเภทอื่นๆ ได้แก่ การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณา การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ทางด้านวิชาการและด้านธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อไม้เทนนิสของผู้บริโภค และสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในผลิตภัณฑ์กีฬาประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ควรเน้นศึกษาเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งถึงผลการศึกษาที่ได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจประเภทนี้ต่อไป