

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
อุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ใน
กรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน นางสาวพิสมัย เหล่าไทย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์บุญสวาท พฤทัยานนท์ ประธานกรรมการ
อาจารย์เอก บุญเจือ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ใน
กรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ตัวอย่าง ทำการ
วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติแบบเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และ
ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อมากที่สุด ลักษณะ
การดำเนินธุรกิจเป็นแบบบริษัทจำกัด มีเงินทุนทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านบาท และมีระยะเวลาในการ
ดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุก
ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ
ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้าน
การจัดจำหน่าย ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยต่างๆที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามารถสรุปได้
ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ
ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน เช่น ISO1400 MSDS SGS ฯลฯ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ราคา
เหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ
ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับ
แรกคือ การให้บริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Printing Entrepreneur
Purchasing Decision Towards Printing Equipment in Bangkok
Metropolitan

Author Miss Pissamai Loathai

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Boonsawart Prugsiganont

Chairperson

Lecturer Ek Bunchua

Member

ABSTRACT

This independent study was aimed to study the marketing mix factor affecting printing entrepreneurs purchasing decision of printing equipment in Bangkok Metropolitan. The data were collected from 100 subjects by questionnaire. Statistical approach used in this study included frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that most of respondents were procurement manager. The firms were limited company which had the authorized share capital under 100 million baht and established for more than 21 years.

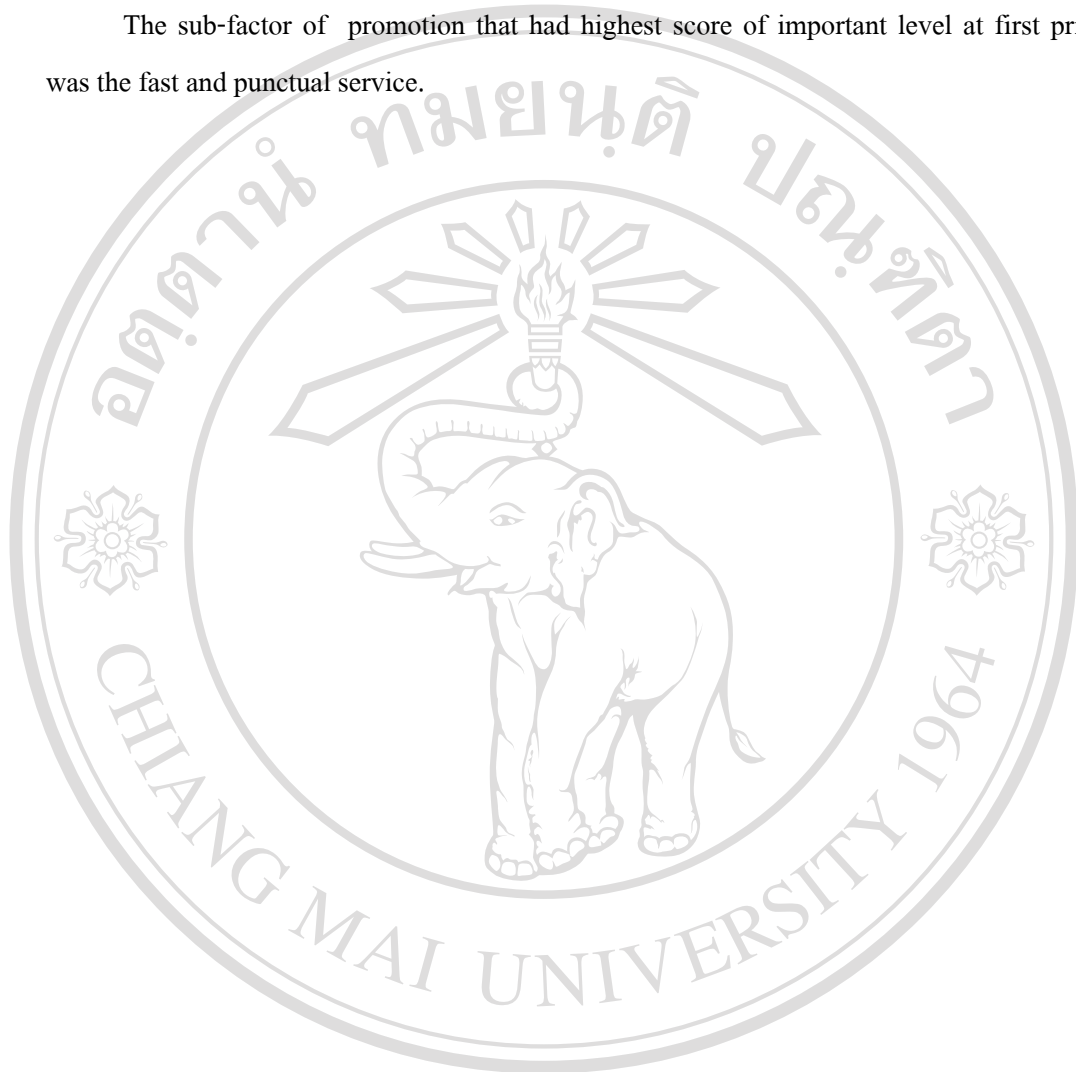
The marketing mix factors affecting purchasing decision were overall rated at high level of average scores: price, product, promotion and place respectively. The first-rank sub factors in each category were as follows:

The sub-factor of product that had highest score of important level at first priority was the standard of product.

The sub-factor of price that had highest score of important level at first priority was the suitable of price and quality.

The sub-factor of place that had highest score of important level at first priority was the convenience to reach company on the telephone.

The sub-factor of promotion that had highest score of important level at first priority was the fast and punctual service.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved