

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล
ชื่อผู้เขียน	วิรัชพัชร บุญมาสิทธิพันธ์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2563

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาค้นหาข้อมูลอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลของผู้บริโภค 2.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการค้นหาข้อมูลอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลของผู้บริโภค 3.) เพื่อศึกษาปัจจัยที่พยากรณ์การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลของผู้บริโภค

โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานออนไลน์ ส่งผ่านสื่อประเภทเฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ของเพจ หรือบัญชีของกลุ่มผู้ใช้ที่มีความสนใจทางด้านไอที จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ t-test และสถิติทดสอบ F-test และการทดสอบการถดถอยพหุคูณ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรที่สามารถนำมาพยากรณ์การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001 มีทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ด้านพนักงาน ผลการวิเคราะห์ได้แสดงว่าเมื่อมีการใช้ตัวแปรทั้ง 6 มีเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดตลาด หรือการสื่อสารการตลาดร่วมกันจะสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลได้

ABSTRACT

Title of Independent Study	Information Seeking and Marketing Mix that Influences Consumers Purchasing Decision in Storage Devices.
Author	Viranphat Boonmasittiphan
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2020

The purpose of the research entitled “Information search and Marketing Mix that influence consumers purchasing decision in storage devices” were: 1) to study consumers’ information search for data storage devices via online and offline channels, opinion towards Marketing Mix: 7Ps, and decision making in purchasing data storage devices, 2) to study the relationships between information search for storage devices via online and offline channels and opinion towards Marketing Mix: 7Ps, and 3) to study consumers’ predictive factors in making storage devices purchasing decision.

This research applied quantitative approach using questionnaires distributed via Facebook, Twitter, and IT-related accounts. The questionnaires were distributed to 400 respondents who were internet users. The data were analyzed using SPSS for Windows with statistical procedures, namely, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression test.

As far as the testing of hypotheses are concerned, the results revealed: 1) Information search for storage devices via online channels influenced respondents in making purchasing decision, 2) Information search for storage devices via offline channels influenced

Respondents in making purchasing decision, 3) factors that influence respondents in making storage devices purchasing decision were as follows: Marketing Mix in terms of Process, Product, Promotion, Place, People, and information search via offline channels. The analysis results also showed that when using all 6 factors as marketing tools or in communication strategy altogether, it could predict consumers' storage devices purchasing decision.