

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์และการบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

ชื่อผู้เขียน ดวงหทัย วิถียภักดิ์
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชนันต์ บังกิโล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ อิทธิพลของการบอกต่อ และอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือ ประชากรในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 390 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ การถดถอยพหุคูณโลจิสติกส์ (Logistic Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ เหตุผลในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งบ้านหรือห้องใหม่มีความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ 1-2 ครั้งต่อปี จากร้านเฟอร์นิเจอร์ท้องถิ่น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป ได้แก่ ด้านประสบการณ์ส่วนตัว และด้านราคา (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ คือ ด้านราคา

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, การบอกต่อ, เฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป, เฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์, การตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์

Independent Study Title	The Influence of Social Media and Word of Mouth on the Furniture Purchase Decision
Author	Duanghathai Withiyaphan
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Asst. Prof. Dej-anan Bungkilo, Ph. D.

ABSTRACT

The objectives of this research are to investigate the influence of social media, word of mouth, and marketing mix factors affecting furniture purchase decisions. The sample of this research are 390 samples, who is 18 years old age and above (both male and females) living in Thailand. Questionnaires were used to collect research data. The data were analyzed by descriptive statistics such as percentage values, mean values, and standard deviations. The logistic regression statistic was used to test hypotheses.

The results of this research indicate that most of the respondents are female with 18-30 years old of age and graduated with a bachelor's degree. Most of the respondents are business owners. The reason buying new furniture was to decorate their accommodation. The frequency of buying furniture was 1-2 time per year from local furniture stores. In addition, the results of this research show that factors affecting the decision to buy movable furniture are advice giving and price. Factors affecting the decision to buy knock down furniture is price.

Keyword: Social Media, Word of Mouth, Movable Furniture, Knock Down Furniture, Furniture Purchase Decision