

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED
ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด

STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY LED LAMPS
IN THE GLOBAL HOUSE MODERN TRADE ROI ET PROVINCE BRANCH

อัญรินทร์ พีร์วิชญ์ชาญเมธา

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

e-mail: am.aye.able@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในด้านประชากรศาสตร์และด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มาเลือกซื้อสินค้าที่ห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้อ้างอิง โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด โดยทั่วไปกลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

คำสำคัญ : หลอดไฟ LED, ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps, การตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

Study of factors affecting the decision to buy LED bulbs in the Global House Modern Trade Roi Et Province Branch The objective of this time is to study factors affecting the decision to buy LED bulbs in demography and marketing mix 7Ps. The sample group is people who choose to buy products at the Global House Modern Trade Roi Et Province branch of 400 people by using the questionnaire to collect data. The statistics used are Descriptive Statistics Percentage Frequency Distribution Mean and standard deviation and the reference statistics by means of multiple regression analysis.

The study indicated that Factors affecting the decision to buy LED bulbs in the Global House Roi Et Province Branch in general, most of the population are female, 31-40 years old, bachelor degree education Private company employee, monthly income is less than or equal to 15,000 baht.

Respondents agreed with the 7Ps marketing mix in terms of personnel. The effect of buying LED bulbs was at the highest level. By giving priority to Followed by the product side Is at the highest level Process Is at the highest level Physical Is at the highest level The distribution channels Is at the highest level Marketing Promotion Were at the highest level, respectively, and price was at the highest level but the last priority.

Keywords: LED lamp, 7Ps marketing mix, Purchase decision

บทนำ

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันจำเป็นอย่างมากที่จะต้องพึ่งพาพลังงานในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการใช้พลังงานไฟฟ้ากับอุปกรณ์ไฟฟ้าหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการใช้พลังงานเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะในการเดินทาง โดยพลังงานนั้นสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามแหล่งที่นำมาใช้ประโยชน์ ได้แก่ พลังงานหมุนเวียน ซึ่งพลังงานหมุนเวียนเป็นพลังงานที่ได้มาจากธรรมชาติ สามารถสร้างขึ้นมาทดแทนได้ในระยะเวลาสั้น ๆ ตัวอย่างแหล่งที่มาของพลังงานชนิดนี้ เช่น แสงอาทิตย์ ลม น้ำ ชีวมวล เป็นต้น และพลังงานอีกหนึ่งประเภทคือพลังงานสิ้นเปลืองหรือพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป พลังงานชนิดนี้มักจะได้มาจากแหล่งพลังงานใต้พิภพที่มีการทับถมกันของซากพืชซากสัตว์มาเป็นเวลานาน ไม่สามารถสร้างขึ้นมาทดแทนได้ในเวลาอันสั้น

ความต้องการแสงสว่างนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การใช้พลังงานเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการเลือกใช้อุปกรณ์การให้แสงสว่างซึ่งก็คือหลอดไฟมีส่วนสำคัญ หลอดไฟเป็นอุปกรณ์ให้แสงสว่างที่จำเป็นทั้งภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน และแสงไฟที่มาจากหลอดไฟฟ้าที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นก็มีความสำคัญเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยระบบไฟฟ้าแสงสว่างมีสัดส่วนการใช้พลังงานในอาคารอยู่ถึง 25% (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน,2560)



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนการใช้พลังงานในอาคาร ภาพรวมปี 2560

ที่มา.จาก กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน , 2560

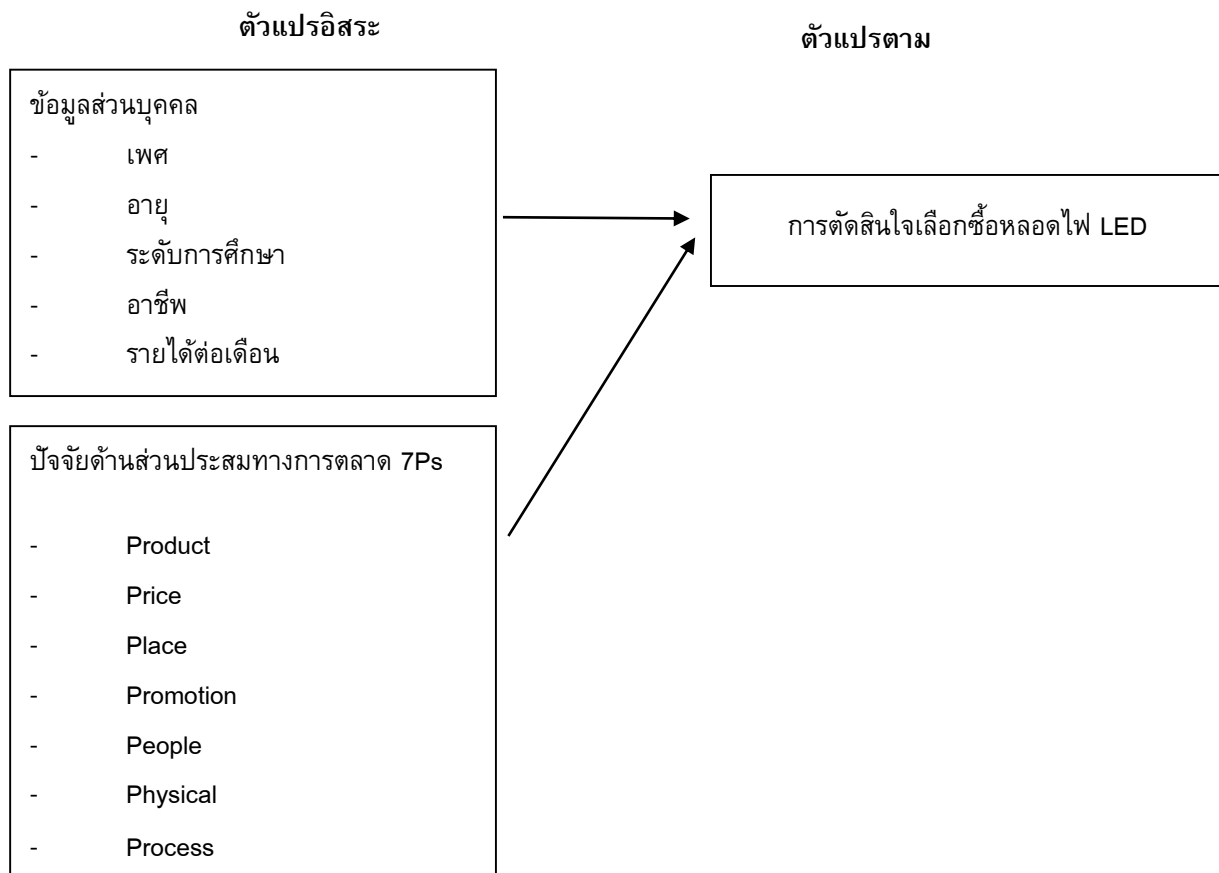
หลอดไฟเป็นอุปกรณ์ให้แสงสว่างที่มีรายละเอียดและคุณสมบัติมากมาย อย่างไรก็ตามเราจำเป็นต้องเข้าใจถึงประสิทธิภาพในการมองเห็นอย่างชัดเจนถูกต้อง นั้นจะต้องเกิดความสะดวกสบายในขณะที่ประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ไม่ให้มีแสงสว่างมาก หรือน้อยจนเกิดผลกระทบ เพราะในพื้นที่ใช้งานมี แสงสว่างที่น้อยเกินไป จะมีผลเสียต่อสายตา ทำให้กล้ามเนื้อตาทำงานมากเกินไปจากการเพ่งมอง ทำให้เกิดการเมื่อยล้าปวดตา มีน้ตื้นระ รวมถึงประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ในทางกลับกัน หากมี แสงสว่างที่มากเกินไป จะทำให้ผู้ทำงานเกิดความไม่สบายสายตา ปวด แสบตา มีน้ตื้นระ วิงเวียน และอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นได้ รวมถึงส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานของเราลดลงหรืออาจเป็นสาเหตุของโรคทางสายตาได้เช่นเดียวกัน

เว็บไซต์ Thailand Press Release(2561) ได้รายงานว่าการเติบโตของตลาดหลอดไฟที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากข้อมูลตลาดไฟส่องสว่างของไทยในปี 2560 มีมูลค่า 3.73 พันล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 38% หรือกว่า 5 พันล้านบาทภายในปี 2563 โดยมีไฟส่องสว่างประเภท LED เป็นปัจจัยสนับสนุนหลักต่อการเติบโตของตลาด ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหลอดไฟ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อหลอดไฟ LED ในห้าง โกลบอล เอ๊าท์เล็ท สาขา ร้อยเอ็ด

จากประเด็นปัญหาและเหตุผลที่กล่าวถึงสามารถนำมาจัดทำเป็นแนวทางการศึกษาได้เป็นหัวข้อวิจัยดังนี้ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวความคิด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาซื้อสินค้าในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีผู้มาใช้บริการต่อวันประมาณ 200 คน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพิจารณาจาก ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และ ข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ ของผู้ที่มาซื้อสินค้าภายในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด โดยนำมากำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัย และกำหนดนิยาม เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้มีการดำเนินขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง ไปถึงห้างโกลบอลเฮ้าส์ สำนักงานใหญ่สาขาร้อยเอ็ด เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากผู้มาเลือกซื้อสินค้า
2. เมื่อได้รับอนุญาตให้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้มาเลือกซื้อสินค้าในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 132 คน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากร กลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ใน

การศึกษา โดยจะนำแบบสอบถามไปให้โดยตรงด้วยตนเอง พร้อมทั้งทำการชี้แจงรายละเอียด วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และให้โอกาสผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำแบบสอบถามอย่างอิสระ

3. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ได้ทั้งหมด 400 ชุดจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด โดยทั่วไปกลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ผลการศึกษาข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยตัดสินใจซื้อจากภาพรวมส่วนประสมการตลาดมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือตัดสินใจซื้อเมื่อพิจารณาคุณภาพของหลอดไฟ ลำดับถัดไปคือ ตัดสินใจซื้อเมื่อพิจารณาถึงคุณสมบัติของพนักงานขายหลอดไฟ ราคาของหลอดไฟ ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดี และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ขณะที่สถานที่จัดจำหน่ายหลอดไฟ มีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไว้ 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลทำให้ ภาพรวมปัจจัยการเลือกซื้อหลอดไฟ LED แตกต่างกัน แต่ ภาพรวมปัจจัยการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ไม่แตกต่างกัน ตามรายได้ต่อเดือน ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าหลอดไฟ LED เป็นสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกัน ทำให้ไม่มีผลต่อรายได้ของผู้ซื้อหลอดไฟ และหลอดไฟยังเป็นสินค้าเปรียบเทียบซื้อในตลาดการแข่งขันแบบสมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน สันทรณ์ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่ระดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟนาร์ถยนต์ ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนต่างกันไม่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่ระดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟนาร์ถยนต์ และ งานวิจัยของ ณิชาร ฆะมกุล (2554) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อหลอดประหยัดไฟ ซิลวาเนีย และฟิลลิปส์ ในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อหลอดประหยัดไฟฟิลลิปส์ไม่แตกต่างกัน

2. ด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่า ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สัมพันธ์ กับภาพรวมการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED

ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มอก. มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย ของ นริศรา คุ่มรักษา (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้หลอดไฟ LED ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพ ซึ่งหมายถึงว่าผู้บริโภคที่มีความคาดหวังในตัวสินค้ามาก คาดว่าจะต้องมีคุณภาพประสิทธิภาพที่ดี ก็จะสามารถรับรู้ถึงคุณภาพได้มากกว่าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ยิ่งรับรู้ถึงคุณภาพมากจะยิ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากด้วยเช่นกัน

ด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับการหาซื้อง่ายมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบการใช้สื่อโฆษณาทางทีวี หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาในระดับมาก

ด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับพนักงานขายที่สามารถตอบคำถามด้านสินค้าได้มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร มินสุข และ รัชฎา พงธนกิจ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ บุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ พบว่า นวัตกรรมของพนักงานขายมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานขาย เพราะนวัตกรรมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเลิศและถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของความเป็นผู้นำทางธุรกิจที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนหรือคีนสินค้าที่ชำรุดมากที่สุด ด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเคลมสินค้าที่ไม่ยุ่งยาก

จากการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านในเรื่องของคุณภาพและการรับประกันสินค้า เนื่องจากสินค้าประเภทหลอดไฟ LED เป็นสินค้าด้านอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูง เนื่องจากหลอดไฟ LED ราคาค่อนข้างสูงกว่าหลอดไฟรุ่นเดิม จึงต้องการความคุ้มค่าในการใช้งาน และความมั่นใจในตัวสินค้า อีกทั้งหลอดไฟ LED ยังเป็นอุปกรณ์ส่องสว่างที่ควบคุมลักษณะการใช้งานได้ยาก และมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อคุณภาพการใช้งานเช่น การใช้งานร่วมกับโคมไฟประเภทต่าง ๆ แรงดันไฟฟ้าที่ส่งกระแสไฟฟ้าเข้าหลอด หรือลักษณะการใช้งานที่ไม่ถูกต้องทำให้หลอดไฟ LED มีอายุการใช้งานสั้นลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญจือ ธรรมปัญญา (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับการรับประกันสินค้าประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้ามากที่สุด

สรุปผลและวิจารณ์ผล

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ดังนั้นหลอดไฟ LED ที่จำหน่ายควรพัฒนาให้ติดตั้งและใช้งานง่าย ให้เหมาะกับกลุ่มผู้ใช้งาน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับคุณภาพของหลอดไฟ LED มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีมาตรฐานในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอยู่เสมอ มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อทุกครั้ง มีการรับประกันสินค้าให้ผู้บริโภคได้เกิดความมั่นใจในคุณภาพ ส่วนในด้านราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเพราะราคาของหลอดไฟ LED มีราคาค่อนข้างสูงกว่าหลอดไฟประเภทเดิม ผู้ประกอบการควรเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา อาจมีการสำรวจราคาจากผู้บริโภคพึงพอใจในเพิ่มเติมเพื่อการวางแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหลอดไฟ LED ในห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.สุรพัฒน์ มังคะลี ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมไปถึง คุณสมนึก โออุฒิธรรม คุณพงศ์ภวัน เตรุษยา และคุณอารีย์ ธีระวรกุล ในฐานะท่านได้ทรงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ช่วยให้คำปรึกษาตรวจทาน และให้คำแนะนำชี้แนะวิธีการแก้ไขจนแก้ไขเสร็จสมบูรณ์ จนส่งผลให้การศึกษาลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านอาจารย์และท่านผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความช่วยเหลือ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ คณาจารย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในแขนงวิชาต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการทำวิจัยฉบับนี้ และขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามงานวิจัยในครั้งนี้ รวมไปถึงขอบคุณความช่วยเหลือต่าง ๆ จากครอบครัว และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่เป็นส่วนสำคัญทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าประเภทหลอดไฟ LED ตลอดจนผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน,กระทรวงพลังงาน.(2560). ภาพรวมการใช้พลังงานในอาคาร. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2562. จาก <http://webkc.dede.go.th/testmax/sites/default/files/guidelinrBEC2017.pdf>

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2560, *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์.

เฉลิมพงษ์ ตรงค์สุวรรณ.ไทยโพสต์.(2561). ตลาดหลอดไฟแตะ 26,000 ล้าน รับเศรษฐกิจขาขึ้น. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2562 จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/4875>

ชญาดา สมศักดิ์.(2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ายี่ห้ออิกเกีย : ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัชชมนต์ อุทัยแก้ว.(2558). กลยุทธ์ 7Ps กรณีศึกษา ความอยู่รอดการบินไทย. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562 จาก <https://www.slideshare.net/ChatchamonUthaikao/1-48087178>

ชีวรรณ เจริญสุข .maymayny. (2557). แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด.ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก <https://maymayny.wordpress.com>

ณิชาอร เขมะบุลกุล.(2558). การเปรียบเทียบทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อหลอดประหยัดไฟซีแอลแอลและฟลิปส์ในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ตะวันฉัตร ดั่งวงษ์.(2559).ทักษะกระบวนการทำงาน. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2562 ค้นจาก <https://sites.google.com/a/chs.ac.th/tawanchat-d/thaksa-kar-bwn-kar-thanga>

ทรูปลูกปัญญา.(2560). 8 แหล่งพลังงานสำคัญของโลก. ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2562 จาก <https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/61903/-blo-sciphy-sci->

ธีรารวรรณ์ จันทรมานนท์ (2557). ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ :เฉพาะกรณี บัณฑิตวิทยาลัย เชียงใหม่,บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การตลาด, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นริศรา คุ่มรักษา.(2558). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้หลอดไฟ LED ในเขตกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บริษัท ไอพีชส์ (ประเทศไทย) จำกัด.(2560). ทำความรู้จัก-คำศัพท์ระบบไฟ. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2562 จาก <https://ipachthailand.com/2560/07/04/>

บุญเจือ ธรรมปัญญา.(2559). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ปรีชา อัครโกสินชัย,สมาคมกายภาพบำบัดแห่งประเทศไทย.(2560). 7P ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ. ค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2562 จาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=619>

พรเทพ ต่าน้อย.(2560). 7Ps ที่จะช่วยให้ธุรกิจบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2562 จาก <https://smartfinder.asia/author/porntep/>

พิชาวีร์ ศิริสันติदारงค์.(2559). กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในชื้อหลอดไฟประหยัดพลังงานประเภทแอลอีดี.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิราพร นุชประเสริฐ.(2558). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในหลอดไฟแอลอีดีเพื่อประหยัดพลังงาน.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภูตินันท์ อติพิทยากร (2559).การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, กรุงเทพฯ.

รัชนิกร อุตตมา. (2558).ช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกร ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ .บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์.พฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562 จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

ราช ศิริวัฒน์. DocTemple.ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. ค้นเมื่อ ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562 จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25>

วศิน สันทรกรณ์.(2557). ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ระดับบัณฑิตในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์.นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วาสนา ชำนาญโชติพิภักษ์.(2557). ปัจจัยด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์หลอดไฟประหยัดไฟแอลอีดีที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วีรยุทธ สุภาวีระ.(2560). การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศิริพร ศรีชูชาติ. (2559). ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทของขวัญและของตกแต่งบ้านของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ .บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ส.วรพล.brandage online, การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีกี่แบบ แปรนัยควรเข้าใจหรือไม่ ? 4 ข้อ. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2562 จาก <http://www.brandage.com/article/8272/Marketing-You-Know-Consumer-Decision->

สำนักงานนโยบายและแผนงานกระทรวงพลังงาน,กระทรวงพลังงาน.ภาพรวมพลังงาน. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562 จาก www.eppo.go.th/images/Energy-Statistics/energyinformation/.../00All.pdf

สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 13 ชลบุรี,สำนักงานสิ่งแวดล้อม, ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562 จาก <http://www.mnre.go.th/reo13/th/news/detail/9585>

สุนทร มีนสุข.(2560). *บุพปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.*

สุพจน์ กาญจนางกูรพันธ์.(2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในช่องทางจำหน่ายแนวใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเนชั่น.*

หัตยา นันนาวา. (2557). *ความหมายของผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2562 จาก*

https://prezi.com/yf8jpnm_gn7c/presentation

Im2market. (2559). *บุคลากร หมายถึง. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2562 จาก <https://www.im2market.com/2016/10/20/3639>*

Nanosoft.*ช่องทางการจำหน่าย (Channel of Distribution). ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562 จาก*

<https://www.nanosoft.co.th/tips-business/94.php>

Siam Home Decoratio.(2560).*อุณหภูมิของแสง COLOR TEMPERATURE. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2562 จาก*

https://www.shd.co.th/index.php?route=pavblog/blog&blog_id=38

Thailand Press Release.(2561). *ข้อมูลด้านการเติบโตของตลาดหลอดไฟ. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2562 จาก*

<https://www.ryt9.com/s/prg/2814278>

URSA Lighting.(2561). *CRI comparison. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562 จาก <http://ursalighting.com/lighting-retrofit/cri-comparison/>*