หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวังและการตัดสินใจซื้องานสลักภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	การเปิดรับ / ความคาดหวัง / การตัดสินใจซื้อ / งานสลักภัณฑ์ / ลูกค้าบริษัทเอกชน
ชื่อนักศึกษา	จักรกฤษณ์ แสงงาม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์เยาวนารถ พันธ์เพ็ง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวังและการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลักภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี เนื่องจากปัญหาปัจจุบันการขายงานสลักภัณฑ์และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า การเลือกช่องทางสื่อสารไม่ตรงความต้องการของลูกค้า ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าเพศชาย-หญิงที่ทำงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ Chi-square และ One-way ANOVA Pearson product correlation coefficient เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรของลูกค้าบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ (website) และส่วนใหญ่มีแนวโน้วการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวัง โดยพิจารณาหลายด้าน เช่น ด้านคุณภาพ ด้านการส่งมอบ และด้านการบริการ สำหรับการตัดสินใจซื้อจะพิจารณาจากด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผู้ผลิต ด้านส่งเสริมการขาย

SPU CHONBURI

Thesis Topic	Exposure to Information Expectation and Decision to Buy The Fastener Products of The Private Company Customers In Chonburi Province
Keywords	Exposure / Expectation / decision to buy / Fastener / the private company customers
Student's Name	Chakgrit Seangngam
Thesis Advisor	Associate Professor Yaowanart Panpeng
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2019

ABSTRACT

The objective of this research is to study the expectations and decisions regarding the purchase of fasteners. Of private company customers in Chonburi province due to the current problems, sales of fasteners and reaching customers the selection of media channel does not meet the needs of customers. The tools used to collect data in this research are male-female clients who work in private companies in Chonburi province. This research uses descriptive statistics such as frequency distribution. And arithmetic mean using inferential statistics such as Chi-square and One-way ANOVA Pearson product correlation coefficient to test hypothesis.

The study indicated that Demographic characteristics of private company customers in Chonburi province Most are embarrassed between 20-30 years and have the behavior to receive information on the Internet search the most, followed by websites (websites) and most tend to be exposed to information, expectations by many considerations. Aspects such as quality of delivery and service for making a purchase decision will consider from the price in terms of product manufacturers, sales promotion.

SPU CHONBURI