หัวข้อวิทยานิพนธ์	การแสวงหาข่าวสาร พฤติกรรมการซื้อ และกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเช่าเครื่องเป่าลมอุตสาหกรรม
คำสำคัญ	การแสวงหาข่าวสาร / พฤติกรรมการซื้อ / กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า / เครื่องเป่าลมอุตสาหกรรม
ชื่อนักศึกษา	ภราดร วรรณสังข์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การแสวงหาข่าวสาร พฤติกรรมการซื้อ และกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเช่าเครื่องเป่าลมอุตสาหกรรม เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียวโดยศึกษา จากกลุ่มผู้มีอำนาจตัดสินใจในองค์กรภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ ผู้บริหาร ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายซ่อมบำรุง และฝ่ายวิศวกรรม ในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ คือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันตก จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โควต้า และบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา F-test / One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อออนไลน์ในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องเป่าลมอุตสาหกรรมมากที่สุด คือ กูเกิล (Google) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ขณะที่สื่อออฟไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ งานแสดงสินค้า / นิทรรศการ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75

ผลการทดสอบสมมติฐานชี้ให้เห็นว่า ลักษณะทางธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร พฤติกรรมการซื้อหรือเช่า และการรับรู้ต่อกลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังพบว่า การรับรู้กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเช่าเครื่องเป่าลมอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Information Seeking, Purchasing Behaviors, and Strategic Customer Experience Management Influencing Purchasing or Renting Decision Making on Industrial Air Blowers
Keywords	Information Seeking Behavior / Purchasing Behavior / Strategic Customer Experience Management / Industrial Air Blowers
Student	Paradorn Wannasung
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Sahaparp Porkatong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2025

ABSTRACT

The objective of this research was to examine information-seeking behavior, purchasing behavior, and customer experience management strategies that influence the decision to purchase or rent industrial air blowers. This quantitative study employed a survey-based approach to collect data through a one-time measurement from decision-makers in industrial organizations, such as executives, procurement officers, maintenance personnel, and engineers. The sample group was selected from key economic regions including Bangkok and its metropolitan area, the Eastern, Central, Northern, and Western regions of Thailand. A total of 400 respondents were selected using purposive, quota, and accidental sampling methods. Data were analyzed using descriptive statistics, F-test/One-Way ANOVA, and multiple regression analysis.

The findings revealed that the majority of respondents sought information about industrial blowers through online media, with Google being the most used platform (185 respondents or 46.25%), For offline sources, trade shows and exhibitions were the most utilized (159 respondents or 39.75%).

The Hypothesis testing indicated that differences in business characteristics significantly influenced patterns of information-seeking, purchasing or renting behavior, and perceptions of customer experience management strategies. Additionally, perceptions of customer experience management strategies were found to significantly influence the decision to purchase or rent industrial air blowers.

SPU CHONBURI