

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการซื้อสินค้าและการเข้าถึงช่องทางการซื้อสินค้าประเภท โคมไฟและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งของคนเจนวาย

รัชชชนก พรรณพัฒน์ 6350137

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัดน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสติกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการซื้อสินค้าและการเข้าถึงช่องทางการซื้อสินค้าประเภทโคมไฟและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งของคนเจนวายวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการซื้อประเภทโคมไฟและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง ในแต่ละขั้นตอนของ Customer Journey ที่ถูกแยกออกมาเป็น 5 ขั้นตอนตามกฎของ John Dewey ที่กล่าวถึง 5 Stage of Decision แต่ถูกปรับปรุงเป็นเป็น Customer Journey โดยคำนึงเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 31 คน และทำการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) ซึ่งบุคคลที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมดมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าประเภทโคมไฟประดับและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งมาแล้วภายในไม่เกิน 7 ปีที่ผ่านมา

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอาชีพ และความชำนาญในการเลือกสินค้าที่มีผลต่อการตกแต่งภายในที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแรงจูงใจด้านการซื้อสินค้าประเภทโคมไฟประดับและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง โดยการเริ่มต้นซื้อสินค้าของลูกค้าทั่วไปกับลูกค้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจะเลือกเข้าถึงข้อมูลสินค้าที่แตกต่างกัน อีกทั้งการสร้างแรงจูงใจในการซื้อที่แตกต่างกันในด้านการโฆษณาหรือการสร้างคอนเทนต์ให้ส่งผลต่อลูกค้าทั้งสองกลุ่มนี้ และสามารถมองเห็นหนทางในการสร้างพฤติกรรมในการซื้อซ้ำและการเพิ่มฐานลูกค้าจากฐานเดิมอย่างมีนัยยะสำคัญ

คำสำคัญ : Customer Journey / 5 Stage of Decision / Search Keyword/ช่องทางการจัดจำหน่าย

100 หน้า