

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS ของผู้บริโภคนในจังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	แรงจูงใจ / ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / การตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero
ชื่อนักศึกษา	อริวัฒน์ เอื้อบูรณานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2563

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อ แรงจูงใจในการซื้อ ความคิดเห็น และการตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS ของผู้บริโภคนในจังหวัดชลบุรี โดยเป็นการศึกษาศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคนในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคน จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยจำนวนทั้งสิ้น 237 คน และเพศหญิง จำนวน 163 คน มีอายุอยู่ที่ 15-20 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้อยู่ที่ ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด โดยแรงจูงใจในการซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS ด้านส่วนบุคคล (social motive) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสังคม (social motive) และที่น้อยที่สุด คือ ด้านร่างกาย (physiological motives) ในส่วนของพฤติกรรมในการซื้อ พบว่า ตัวละครที่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ชื่นชอบ หรือเลือกซื้อมากที่สุด คือ Iron Man รองลงมา คือ Vision โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS คือ เพื่อให้ผู้อื่น เช่น บุตร หลาน คนรัก เพื่อน ช่องทางในการซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์

THE AVENGERS คือ สั่งซื้อจากร้านค้าลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ โดยมีปัจจัยที่ทำให้ซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS คือ ตัวละครบนเสื้อตรงกับความชื่นชอบ และราคาเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS ที่ซื้ออยู่ที่ต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้งมากที่สุด สำหรับการตัดสินใจซื้อ พบว่า ถ้ามีเสื้อยืดฯ ที่ชื่นชอบ จะตัดสินใจซื้อทันทีโดยไม่ลังเลมากที่สุด รองลงมา คือ หากต้องการซื้อของฝาก ของที่ระลึกให้กับบุตรหลาน แฟน เพื่อน ฯลฯ จะเลือกซื้อเสื้อยืดฯ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีปัจจัยที่ทำให้ซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีราคาและความถี่ในการซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS แตกต่างกัน
4. แรงจูงใจ ด้านร่างกาย (physiological motives) ด้านสังคม (social motive) ด้านส่วนบุคคล (social motive) และโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01
5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเสื้อยืดสำเร็จรูปสกรีนลาย Super Hero ในภาพยนตร์ THE AVENGERS อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

Thesis Title	A Study of Relationship Between Motivation and Marketing Mix Factors of Buying Decisions Towards THE AVENGERS' Super Hero Screen Printed on Ready-Made T-Shirts in Chonburi Province
Keyword	Motives / Marketing Mix Factors / Buying Decisions / Super Hero Screen Printed on Ready-Made T-Shirts
Thesis Advisor	Dr.Phot Jaichansukkit
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2020

ABSTRACT

The objectives of this research are to study buying behaviour, buying motives, opinions, and buying decisions towards the Avengers' Super Hero screen printed on ready-made t-shirts in Chonburi Province. This study is a quantitative research done by using questionnaires to collect data from 400 consumers in Chonburi province. The statistics used for data analysis contain descriptive statistics - using distributions of frequency, percentage, mean, standard deviation, and inferential analysis statistics to test the hypothesis e.g. one-way analysis of variance statistics and statistical analysis of the relationship between 2 variables. The study found that 400 consumers were mostly male (a total of 237 male consumers) and 163 female consumers between 15-20 years old. Most of them were students who earn less than 10,000 baht and mostly single. It was mostly a personal motive to buy the Super Hero T-shirt from the Avengers movie, followed by social motive, and the least was physical motives. In terms of the buying behaviour, it was found that the character that the 400-sample group liked or bought the most was Iron Man, followed by Vision, with the principle of buying fashionable T-shirts with Super Hero designs in the Avengers' movie as a gift to someone else e.g. their children, lovers, and friends. Their purchasing channels for T-shirts with Super Hero designs in the Avengers' movie were to order from foreign license stores. The factors behind consumers' buying decisions towards T-shirts with Super Hero designs in the Avengers' movie was the character on that matched their preferences, the price of the Avengers' Super Hero

screen printed on ready-made t-shirt was mostly less than 500 baht. Most of the consumers made their purchase less than once per month. It was also found that their decisions mostly to buy any T-shirt in their favourite characters immediately without hesitation, followed by purchasing as a souvenir for children, lovers, friends, etc.

The results of hypothesis testing showed that

1. The factor that affected consumers' behaviour in buying the ready-made T-shirts with a Super Hero screen printed was their gender.
2. Consumers with different monthly income had different rank of prices and frequency of buying the ready-made T-shirts with a Super Hero screen printed.
3. Consumers of different genders had different buying decision towards buy the Super Hero T-shirt from the Avengers movie.
4. Physiological, social, personal motives, and overall were significantly related to the decision to buy ready-made T-shirts with Super Hero screen printed in the Avengers' movie at 0.01.
5. The marketing mix, products, and prices factors were significantly related to the decision to the Super Hero T-shirt from the Avengers movie at 0.01.