

พฤติกรรมการณ์ซื้อที่นอนพองน้ำวิทยาศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

นายศักดิ์ณรงค์ ลิ้มภาสวัต



วิทยานิทรรศน์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-569-358-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

014504

117462077

URETHANE FOAM MATTRESS BUYING BEHAVIOR OF CONSUMERS IN

BANGKOK METROPOLIS

Mr.Saknarong Limpapaswat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Business Administration

Graduate School

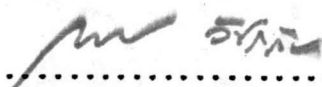
Chulalongkorn University

1988

ISBN 974-569-358-8

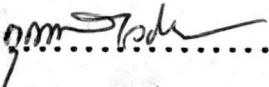
หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการซื้อที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
 โดย นายศักดิ์ณรงค์ ลิ้มภาสวัต  
 หลักสูตร บริหารธุรกิจ  
 อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป

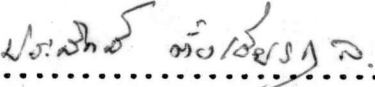
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

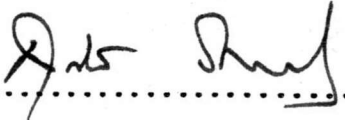
  
 ..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
 (ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภักย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
 ..... ประธานกรรมการ  
 (ศาสตราจารย์ ปรีญา วอนชอพร)

  
 ..... กรรมการ  
 (อาจารย์ ดร.กนต์ลี เวชสาร)

  
 ..... กรรมการ  
 (นาย ประสิทธิ์ ตั้งเชียรกุล)

  
 ..... กรรมการ  
 (รองศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศกคัตตงรค ลมปภาสวัต : พฤตคกรรรมการชื้อท่นอนพองนำวทยาศาสตรของผูบรโภคในเขต  
กรุงเทชมทานคร (URETHANE FOAM MATTRESS BEHAVIOR OF CONSUMERS IN BANGKOK  
METROPOLIS) อ.ท่ปรกษา : ประสททถึ ต่งเชยรรกุล , 106 หน้า

ประเต็นท่ม่งศกษาค่อ ทศนคคทของผูบรโภคกลุ่มต่งๆ ต่อ ผลลคภคท์ ราคา ช่งทงการจำหน้าย  
และการส่งเสรมการจำหน้าย รวมท่งการศกษาต่งกลุ่มลูกค้่าเป้าหมาย บัจจยท่มอททพลต่งการชื้อและขวน  
การคคคสทใจชื้อท่นอนพองนำวทยาศาสตร การศกษากระทำโดยการออกแบบสอบถามท่งล่น 600 ชุด โดย  
วธส่มตัวอย่งจากเขตท่อยู่่านธุรกิจ เขตท่อยู่่าคยตามหมบ้าน และท่อยู่่าคยแถบชานเมอง เขตละ 200  
ตัวอย่าง แบบสอบถามท่มสมบูรณเพื่อใช้ในการวจยในคร้งน้มีจำนวน 598 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้่าท่สำคัญของท่นอนพองนำวทยาศาสตรได้แก่กลุ่มของผูบรโภคท่ใช้ท่นอน  
พองนำวทยาศาสตรอยู่ในปัจจุบัน แล้วต่งการเปลย่นท่นอนเก้าท่ซ้่ารคมากที่สุดต่งร้อยละ 40.7 รองมาค่อ  
ต่งการท่นอนเพิ่มร้อยละ 25.0 บัจจยท่มอททพลต่งการคคคสทใจชื้อท่นอนพองนำวทยาศาสตรของผูบรโภคค่อ  
บัจจยเกยวกับคควมคทงทราคา การรบประก่น ทรายท้อ คควมส่วยงาม และสถานท่ชื้อใกล้บ้าน ส่วนกระ-  
บวนการคคคสทใจชื้อท่นอนพองนำวทยาศาสตรน้สรุปได้ว่าล่งเร้าท่มากระค่นให้เกคคควมต่งการชื้อค่อ  
ท่นอนเก้าซ้่ารคต่งเปลย่นคควมต่งการท่นอนเพิ่ม การค่นหาข้อมูลมักจะได้รับมาจากส่อโฆษณาทางโทรทศน  
นงส่อพมพ์และบ้านโฆษณาตามร้านค้่า การได้รับค้่าแนะนำจากร้านขายท่นอน และปรกษาหารอื่กับคूसมรส  
แล้วไปเลือกชื้อจากร้านขายท่นอนใกล้บ้านหรือมีฉะน้ก้ร้านขายท่นอนท่วไปนราคาไม่เกคค 3000 บาท และ  
เหตุผลท่ใช้ในการคคคสทใจชื้อท่นอนพองนำวทยาศาสตรก้เพราะคควมส่วคทงในการชื้อ มีมากแบบให้เลือก  
และคคคคว่าเป็นท่นอนท่คคก้าท่นอนชนคคค่น ภายหล้งการใช้ท่นอนพองนำวทยาศาสตรส่วใหญ่พอใจมีเพียงบาง  
ส่วเปลย่นไปใช้ท่นอนชนคคคค่น และไม่เปลย่นกลบมาใช้อีกเลย

จากการศกษาเร่องน้ผู้เขียนได้เสนอแนะให้ผูท่อยู่ในธุรกิจน้ตลคคจนผูท่สนใจจะเข้ามาทำธุรกิจ  
ให้คควมสนใจศกษาทางการตลาคของท่นอนพองนำวทยาศาสตร พฤตคกรรรมของผูบรโภค อื่ท่งได้เสนอแนะ  
กลยทธการตลาคสำหรับแต่ละส่วของตลาค (Segment) ตามผลลคภคท์แต่ละยท้อท่มีจำนวนในปัจจุบัน

ภาควทยา ..... มรึ เศรธุรกิจ  
สาขาวิทยา ..... มรทสาบ  
ปีการศกษา ..... 2531

ลายมือชื้ออนลิต ..... ศกคัตตงรค ลมปภาสวัต  
ลายมือชื้ออาจารย์ท่ปรกษา ..... ศกคัตตงรค ลมปภาสวัต

SAKNARONG LIMPAPASWAT : URETHANE FOAM MATTRESS BUYING BEHAVIOR OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : PRASIT TANGTIENKUL, 106 pp.

The research is to study the attitude of the different groups of consumers as well as the products, price, channel of distribution, sales promotion and the target group of consumer, the factors affecting the buying decision on urethane foam mattresses. The study is emphasized mainly on the survey by issuing 600 sets of questionnaire by sampling from business areas, residential areas, and suburban areas. Each area is provided 200 questionnaires. 598 complete questionnaires are used for this survey.

The study reveals that the major group of consumers for urethane foam mattresses is the group of present consumers who would like to make the change of the worn out mattresses, accounted for 40.7 percent of all respondents. The second largest group of consumers are those who require additional mattresses, accounted for 25.0 percent. Factors which influence the buying decision on urethane foam mattresses of consumers are durability, price, guarantee, brand, beauty and place. Regarding the decision process on the buying of urethane foam mattresses ; it can be concluded that factors which influence consumers to purchase are : the old mattresses are worn out requiring change, demand for additional mattresses. The information search are mainly from TV ads, newspaper ads and billboards, advice foam mattresses dealers and discuss with spouses. Consumers buy the mattresses from nearby mattresses stores of from general mattresses stores at the price not exceeding 3,000 Bath. The reasons to buy a particular urethane foam mattress are : convenience of purchase, various designs for selection, and that they are of superior quality than the other types of mattresses. After the use of urethane foam mattresses, the majority of respondents are satisfied, a few which are not satisfied then switch to other types of mattresses and never return to use urethane foam mattress.

The author has given recommendations for those who engage in the business and those who want to enter the market to pay more interest on the marketing of urethane foam mattresses, the consumers' behavior as well as providing advice on market strategies for each market segment for each brand.

ภาควิชา ..... มหิหารธุรกิจ .....  
สาขาวิชา ..... การตลาด .....  
ปีการศึกษา ..... 2531 .....

ลายมือชื่อผู้จัดทำ ..... สกนารอง ลิมปapaswat .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... ประสิทธิ์ ทังเทียนกุล .....

### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ที่ท่านถืออยู่นี้สำเร็จเป็นรูปเล่มได้ก็ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของคุณประสิทธิ์ ตั้งเอียรกุล ผู้จัดการทั่วไป บริษัทไฮเทคโนโลยี จำกัด และรองศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป ที่ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดจนระยะเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ข้อคิดแนวทางและอ่านแก้ไขวิทยานิพนธ์ และยังได้รับความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ปริยา วอนขอพร และอาจารย์ดร.กฤษณี เวชสาร ที่ได้สละเวลามาเป็นประธานกรรมการและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทผู้ผลิตพวงนำวิทยาศาสตร์ และผู้ผลิตที่นอนสำเร็จรูป อีกทั้งบริษัทผู้นำเข้าเคมีภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมพวงนำวิทยาศาสตร์ที่ได้ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และให้ข้อมูลต่างๆ ที่จะเป็นแนวทางหรือประโยชน์ต่อการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอีกครั้งสำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือผู้เขียนให้เขียนวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลงได้ด้วยดี ทั้งท่านที่ได้กล่าวนามมาแล้วและที่ไม่ได้กล่าวนาม โดยเฉพาะ คุณสุรัตน์ พรยืนยง ที่ได้เอื้อเฟื้อสถานที่ คอมพิวเตอร์ อาหาร และแรงกายความคิดอีกทั้งคุณวรรณิ์ พัฒนะเอนก ที่ได้ช่วยเหลือตลอดมาซึ่งผู้เขียนจะขอระลึกไว้ตลอดไป หากมีสิ่งใดที่บกพร่องในวิทยานิพนธ์นี้ผู้เขียนขออภัยและน้อมรับไว้ด้วยความเต็มใจ

ศักดิ์ณรงค์ ลิ้มภาสวัต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
รายการตารางประกอบ .....	ช
รายการรูปประกอบ .....	ญ
<b>บทที่</b>	
1. บทนำ .....	1
2. การผลิตและการตลาดของทีนออนฟองน้ำวิทยาศาสตร์ .....	6
3. การวิเคราะห์ข้อมูล .....	26
4. การทดสอบสมมติฐาน สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ .....	75
บรรณานุกรม .....	84
ภาคผนวก .....	86
ประวัติผู้เขียน .....	106

## รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโคลละเอียก .....	29
2 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มของผู้บริโภคที่สุ่มมาได้ .....	30
3 แสดงถึงสาเหตุที่ผู้บริโภคจะซื้อที่นอน .....	31
4 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกซื้อที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ .....	32
5 แสดงถึงผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่นอน .....	33
6 แสดงถึงอายุของที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ที่ผู้บริโภคใช้อยู่และที่นอนชนิดอื่น .....	34
7 แสดงถึงยี่ห้อที่ผู้บริโภคที่ใช้ที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน เลือกซื้อ .....	35
8 แสดงถึงเหตุผลในการเลือกซื้อยี่ห้อของที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ .....	36
9 แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อที่นอน .....	37
10 แสดงถึงจำนวนปีของการรับประกันที่นอน .....	38
11 แสดงถึงความรู้สึกของผู้บริโภคต่อราคาที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ .....	39
12 แสดงถึงราคาของที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ที่ผู้บริโภคคิดว่าจะซื้อ .....	40
13 แสดงถึงสื่อโฆษณาเกี่ยวกับที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ที่ผู้บริโภคได้รับ .....	41
14 แสดงถึงยี่ห้อของที่นอนที่ผู้บริโภครู้จัก .....	42
15 แสดงถึงที่นอนชนิดอื่นที่ผู้บริโภคเคยใช้ นอกจากที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ .....	43
16 แสดงถึงเหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่ใช้ที่นอนเดิมอีกแต่มาใช้ที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ ..	44
17 แสดงถึงชนิดของที่นอนที่ผู้บริโภคที่ใช้ที่นอนอยู่ในปัจจุบัน แล้วคิดจะเปลี่ยน ...	45
18-20 แสดงถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อที่นอน .....	46-48
21 แสดงให้เห็นถึง เหตุผลที่ไม่ซื้อที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์ของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ ..	49
และ เคยใช้ที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์	
22 แสดงให้เห็นถึง เหตุผลที่เลือกซื้อที่นอนนุ่มของกลุ่มผู้บริโภคที่ เคยใช้และไม่เคย .....	50
ใช้ที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์	
23 แสดงให้เห็นถึง เหตุผลที่เลือกซื้อที่นอนยิมแพราวของกลุ่มผู้บริโภคที่ เคยใช้ .....	51
และไม่เคยใช้ที่นอนพองนํ้าวิทยาศาสตร์	



ตารางที่

หน้า

24	แสดงให้เห็นถึงสิ่งจูงใจที่ทำให้เลือกซื้อของยี่ห้อที่นอน .....	52
25	แสดงให้ถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของที่นอนฟองน้ำ .....	54
26	แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ว่า "ลูกค้าที่สำคัญของที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์ .....	56
	คือกลุ่มคนที่จะแต่งงาน	
27-31	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา....	58-62
	อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคที่ใช้ที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์	
32-36	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา....	63-67
	อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคที่เคยใช้ที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์	
37-41	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา....	68-72
	อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์	

รายการรูปภาพประกอบ

รูปที่		หน้า
1	แสดงส่วนประกอบต่างๆ ของที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์ .....	8
2	แสดงเครื่องผลิตโฟม (ฟองน้ำวิทยาศาสตร์) ด้วยการหมุนเวียนส่วนผสมต่างๆ..	10
3	แสดงแบบแผนโรงงานผลิตฟองน้ำวิทยาศาสตร์ชนิดนุ่ม .....	11
4	แสดงแบบโรงงานผลิตฟองน้ำสำหรับที่นอนในอุตสาหกรรม .....	12
5	แสดงถึงกระดาดบันทึก การผลิตฟองน้ำสำหรับที่นอน .....	13
6	แสดงถึงขั้นตอนในการผลิตที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์โดยสังเขป .....	14
7	แสดงสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดของที่นอนชนิดต่างๆ .....	17
8	แสดงสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดของที่นอนฟองน้ำวิทยาศาสตร์ตามยี่ห้อ .....	18