ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอล ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
ผู้จัดทำ : นายชวนันต์ จุลพันธ์
หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน : 5 มีนาคม 2552
จำนวนหน้า : 73 หน้า
คำสำคัญ : พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กล้องดิจิตอล ร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอล

ห้องสมุด

PAYAP UNIVERSITY

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอล และศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอล ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ประชากรที่ศึกษา คือผู้ใช้กล้องดิจิตอล ที่มีที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 45 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวหรือรับจ้าง รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้กล้องดิจิตอลกลุ่มตัวอย่างใช้กล้องดิจิตอลประเภทกล้องดิจิตอลคอมแพค ความละเอียดของไฟล์ภาพสูงสุดอยู่ในช่วงระหว่าง 3.0 - 6.0 ล้านพิกเซลใช้กล้องดิจิตอลมานาน 2 - 4 ปี

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอลเพื่อซื้อกล้องดิจิตอล โดยตัดสินใจเลือกร้านด้วยตนเอง ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอล 2 - 3 ครั้งต่อปี นิยมไปซื้อสินค้าหรือบริการจากแผนกกล้องในห้างบิ๊กซีลำปางเพราะร้านมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รับทราบข้อมูลข่าวสาร

เกี่ยวกับร้านจำหน่ายกล้องดิจิตอลจากแผ่นพับใบปลิวและแต่พบว่าแหล่งข้อมูลแบบการบอกปากต่อปากมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด มีการประเมินทางเลือกก่อนทำการตัดสินใจ และทำการตัดสินใจโดยวางแผน รวบรวมข้อมูลและตัดสินใจตามแผนและพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะกลับมาซื้อกล้องดิจิตอลคอมแพคจากร้านเดิมเพิ่มในภายหลัง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายกล้องพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ระดับมากทุกปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในประเด็นกล้องและอุปกรณ์มีความหลากหลายครอบคลุมทั้งกล้องคอมแพคและกล้องดิจิตอลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในประเด็นราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในประเด็นชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้านที่จำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในประเด็นมีพนักงานขายที่สามารถแนะนำรวมถึงบริการดูแลรักษาซ่อมแซมกล้องได้

PAYAP UNIVERSITY