

|                    |   |
|--------------------|---|
| ชื่อเรื่อง         | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย<br>กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ผู้จัดทำ           | นางสาวจุติพร สุทธา  |
| หลักสูตร           | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต<br>มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย  |
| อาจารย์ที่ปรึกษา   | ดร.ทวีธรรม ชาริพัฒน์  |
| วันที่อนุมัติผลงาน | กรกฎาคม 2556  |
| จำนวนหน้า          | 72 หน้า   |
| คำสำคัญ            | พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  |

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจ  
ร้านจำหน่ายกล้องดิจิทัล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่  
มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัล เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามผู้ที่ซื้อ  
สินค้าร้านจำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 250 ตัวอย่าง  
วิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า  
ความแปรปรวนที่มีค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม (F-test one way ANOVA) ตัวอย่างส่วน  
ใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ทำการ  
สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลคอมแพค ยี่ห้อ  
แคนนอน ราคาระหว่าง 4,001-8,000 บาท ซื้อการ์ดความจำเพิ่ม เลือกใช้บริการสยามทีวีผู้บริโภค  
เลือกร้านจำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัล เนื่องจากมีสินค้าหลากหลาย มีบริการที่ดีเป็นกันเอง  
ครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้าน ผู้บริโภคใช้จำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัลเวลา  
ระหว่าง 18:00 – 21:00 น. ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต รู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการร้าน  
จำหน่ายกล้องถ่ายภาพดิจิทัลด้านสินค้ามีคุณภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยมีผลระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้าน  
กระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ  
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับ  
ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการคือมีรับประกัน  
สินค้า ปัจจัยด้านราคาคือกล้องถ่ายภาพดิจิทัลมีราคามาตรฐาน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
คือเดินทางมาร้านค้าได้สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือมีโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ  
ปัจจัยด้านบุคคลคือพนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าอย่างละเอียดและเข้าใจ ปัจจัยด้านลักษณะ  
ทางกายภาพคือมีตู้โชว์แนะนำสินค้าใหม่ และปัจจัยด้านกระบวนการคือได้รับสินค้าถูกต้อง รวดเร็ว