

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ ของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.ลำปาง
ผู้จัดทำ	นายณัฐชิต จารวุฒพันธ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ธีรลักษณ์ ศัจจะวาที
วันที่อนุมัติผลงาน	21 ธันวาคม 2555
จำนวนหน้า	75 หน้า
คำสำคัญ	ความพึงพอใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ ของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.ลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคจากร้านเจิวพาณิชย์ จังหวัดลำปาง 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคจากร้านเจิวพาณิชย์ จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้คือลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ จังหวัดลำปาง จำนวน 246 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.953

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ำที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ พบว่า โทรทศน์เป็นสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อ โดยมีระยะเวลาการซื้อซ้ำในช่วง 6 เดือนที่แล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำที่เคยซื้อจากร้านเจิวพาณิชย์เป็นประจำ และกลับมาซื้อซ้ำเพื่อทดแทนของเดิม โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อ คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าเดิมชำรุดหรือเสียหาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการชำระเงิน โดยเงินสด ทั้งนี้ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวผู้ซื้อเอง โดยวันที่สะดวกมาซื้อคือ ในวันเสาร์/อาทิตย์ และ เวลาซื้อไม่แน่นอน

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาก่อนทำการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า คือ การศึกษาข้อมูลของเครื่องใช้ไฟฟ้า การสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อ และ มีการเปรียบเทียบข้อมูลราคาสินค้า คุณสมบัติ และบริการก่อนทำการตัดสินใจเลือกซื้อ ทั้งนี้หลังซื้อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประทับใจในสินค้าและบริการ มีการกลับไปซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ และ แนะนำให้ผู้อื่นซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์หลังทำการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านเจิวพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.558 – 3.917 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านกายภาพ เรียงตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.326

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคในร้านเจิวพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05