

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการณ์ซื้อและภาพลักษณ์สินค้าไอทีที่มีต่อแหล่งกำเนิดจากประเทศจีนของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวอังศุมาลิน หล้าเป็ง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	พฤศจิกายน 2558
จำนวนหน้า	71 หน้า
คำสำคัญ	ภาพลักษณ์แหล่งกำเนิดสินค้า, สินค้าไอที

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อ และความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์สินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีน ประชากรในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและใช้สินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีนซึ่งเป็นผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran, 1963 จำนวน 400 ราย สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และ ไคสแควร์ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด มัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และไม่มีเชื้อสายหรือบรรพบุรุษชาวจีน

ผลการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีนพบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อและใช้สินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีนอันดับแรกคือ สินค้าประเภทสมาร์ทโฟนยี่ห้อ Oppo โดยซื้อจากร้านสินค้าไอทีในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์หลักในการซื้อเพื่อความบันเทิง โอกาสในการเลือกซื้อเมื่อสินค้าไอทีที่มีอยู่เสียหรือใช้งานไม่ได้แล้ว เหตุผลในการเลือกซื้อคือราคามีความเหมาะสม ราคาและความคุ้มค่าเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ มีการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ความถี่ในการซื้อ 1 ครั้ง/ปี มูลค่าในการซื้อ 5,001-10,000 ต่อครั้ง มีความพอใจในคุณภาพระดับมาก มีการแนะนำให้บุคคลอื่นให้ซื้อ ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีนของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กันจำแนกตามกลุ่มรายได้ ในพฤติกรรมการณ์ด้านยี่ห้อและประเภทสินค้าที่เลือกซื้อและใช้ แหล่งที่ซื้อ โอกาสในการเลือกซื้อ

ผลการศึกษาภาพลักษณ์ต่อสินค้าไอทีที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศจีน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นระดับมากทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสินค้าและการตลาด ผลทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1.) ด้านสภาพแวดล้อมคือประเทศจีนมีมาตรฐานการศึกษาในระดับสูง มีความสามารถในการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพสูง มีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่น่าเชื่อถือ มีมาตรฐานในผลิตสินค้า 2.) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ ยี่ห้อ (ตราสินค้า) มีความเชื่อมั่นสูง มีตราสินค้าเป็นที่จดจำและ การใช้สินค้าไอทีจากจีนเป็นสิ่งที่น่าภูมิใจ 3.) ด้านสินค้าและการตลาดคือสินค้าไอทีที่มีต่อแหล่งกำเนิดจากประเทศจีน มีลักษณะการใช้งานที่หลากหลาย มีราคาคุ้มค่ากับประโยชน์ที่ได้รับ มีราคามีหลายระดับตามคุณภาพ มีรูปลักษณะการออกแบบสวยงาม มีแหล่งจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ มีการระบายละเอียดลงบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจนและมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้