

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกร้านทองรูปพรรณ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายประเสริฐ ตันติพันธุ์พิพัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2544
จำนวนหน้า	: 54 หน้า

การค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกร้านทองรูปพรรณในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทองรูปพรรณและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านทองรูปพรรณ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สมมติฐานของการศึกษาคือ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านทองรูปพรรณของผู้บริโภคที่เจาะจงร้านและไม่เจาะจงร้านไม่แตกต่างกัน

ประชากรในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคทองรูปพรรณ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง การศึกษาได้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา สรรพแล้ว อาชีพรับจ้างทั่วไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านทองรูปพรรณ ได้ทำการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่เจาะจงร้านและกลุ่มที่ไม่เจาะจงร้าน และศึกษาปัจจัย 6 ด้านคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากรและการให้บริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาตรการส่วนประมาณค่าและ t-test

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกร้านทองรูปพรรณ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อทองรูปพรรณไม่เจาะจงร้าน เขตที่ซื้อทองรูปพรรณคือ ตลาดวโรรส/ตลาดต้นลำไย ซื้อทองรูปพรรณครั้งละ 1 บาท นิยมเข้าร้านทองรูปพรรณเพื่อซื้อทอง มีวัตถุประสงค์ในการซื้อทองเพื่อการออมเงิน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านทองรูปพรรณของกลุ่มตัวอย่างระดับมากคือ ด้านบุคลากร ผลิตภัณฑ์ และราคา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลระดับปานกลางคือ ด้านการให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านการส่งเสริมการขายมีผลระดับน้อย

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มตัวอย่าง (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านทองรูปพรรณของผู้บริโภคที่เจาะจงร้านและไม่เจาะจงร้าน ไม่แตกต่างกัน

ร้านทองรูปพรรณควรมีการปรับปรุงในส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านทองรูปพรรณควรมีการเพิ่มลวดลายให้หลากหลายขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลวดลายที่หลากหลายของทองรูปพรรณ และร้านทองรูปพรรณควรรักษาชื่อเสียงของร้านให้ได้อยู่เสมอ ซึ่งอาจมาจาก การให้บริการที่ดี มีความซื่อสัตย์กับลูกค้า

ด้านราคา ร้านทองรูปพรรณควรมีการติดป้ายแสดงราคาทองประจำวันที่หน้าร้านให้ลูกค้าเห็นอย่างชัดเจน และควรกำหนดราคาซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน จำนำทองรูปพรรณให้เหมาะสม และควรมีการคิดราคาค่ากำหนดให้มีความเหมาะสมยุติธรรม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดวางตำแหน่งของทองรูปพรรณในร้านให้เหมาะสม และดึงดูดลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการขาย ควรเน้นการลดราคาค่ากำหนดและการสะสมคูปองเพื่อแลกสิทธิพิเศษ เช่น การซื้อทองครั้งต่อไปไม่คิดค่ากำหนด หรือเปลี่ยนลวดลายในราคาพิเศษ และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อมูลดังกล่าว

ด้านบุคลากร เจ้าของร้านทองรูปพรรณควรออกมาพบปะลูกค้าอยู่เสมอ พร้อมทั้งมอบความเป็นกันเองให้กับลูกค้า เพราะการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอัธยาศัยของเจ้าของร้านมาก และควรอบรมให้พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ด้านการให้บริการ พนักงานทุกคนในร้านต้องมีความตั้งใจและความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า