

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การยอมรับของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ต่อสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเอง

ชื่อผู้เขียน นายโชคชัย วาณิชย์เลิศรนาสาร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ขายสุวรรณ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์ กรรมการ

อาจารย์ณฤมล กิมภากรณ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการยอมรับและความต้องการของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเอง

ในการศึกษานี้กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำนวน 6 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต การรายงานผลการศึกษาโดยวิธีการบรรยายความเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ในกระบวนการยอมรับของผู้บริโภคต่อสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเองทั้ง 5 ขั้นตอนเมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยทุกหมวดพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ร้อยละ 90.2 มีความสนใจร้อยละ 45.3 มีการประเมินผลที่ดี ร้อยละ 40.8 มีการทดลองใช้แล้ว ร้อยละ 24.5 และมีการยอมรับที่จะใช้สินค้าต่อไป ร้อยละ 23.4

ในด้านความต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.2 ต้องการจะไปใช้บริการศูนย์ค้าปลีกสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเอง โดยปัจจัยในด้านการจัดการรูปแบบสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การมีสถานที่จอดรถที่กว้างขวาง การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการหา และการมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับจัดแสดงสินค้า ในด้านหมวดสินค้าที่จำหน่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในประเภทสินค้าเกี่ยวกับไฟฟ้า ประเภทสินค้าเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า และประเภทสินค้าเกี่ยวกับเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับด้านบริการเสริม พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง การมีพนักงานขายให้คำแนะนำ การมีบริการส่งสินค้าให้ถึงที่ และการมีจดหมายแจ้งข้อมูลสินค้าและราคา

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือ ร้านค้าปลีกสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเองควรมุ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสนใจของผู้บริโภคและเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการประเมินผลที่ดีสำหรับสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเอง อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสทดลองใช้สินค้า เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้จะเกิดการยอมรับโดยส่วนใหญ่ แนวทางของกลยุทธ์ทางการตลาดควรจะมุ่งในเรื่องความประหยัด ความสะดวก ความสามารถที่จะทำได้เองและคุณภาพที่ดีของสินค้า และจะต้องขจัดความคิดเกี่ยวกับเรื่องของความยุ่งยาก สินค้าราคาแพงและช่างบริการได้ดีกว่า

สินค้าที่ควรนำมาจำหน่ายในช่วงต้นของศูนย์ค้าปลีกสินค้าที่ผู้ซื้อนำไปประกอบเอง ควรเน้นในสินค้าหมวดอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องมือช่างทั่วไป อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว อุปกรณ์ด้านความปลอดภัย อุปกรณ์ด้านความสะดวก อุปกรณ์ตกแต่งหรือซ่อมแซมบ้านและเฟอร์นิเจอร์ ถอดประกอบได้ ในด้านรูปแบบสถานที่ของศูนย์ค้าปลีกนี้ควรจะเน้นให้มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ การจัดวางสินค้าที่เป็นหมวดหมู่แยกต่อกัน และการมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับแสดงสินค้า ในด้านบริการเสริมที่ควรจะเน้นในช่วงแรก คือ การมีพนักงานขายให้คำแนะนำ การมีบริการส่งสินค้าถึงที่ และการมีจดหมายแจ้งข้อมูลสินค้าและราคา

Independent Study Title : Consumer Adoption of The Do It Yourself Products
in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

Author : Mr.Chokchai Wanitlerthanasan

M.B.A : Business Administration

Examining Committee : Assistant Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan Chairman
Assistant Prof. Orachorn Maneesong Member
Lecturer Narumon Kimpakorn Member

Abstract

The objective of this study was to investigate the consumers' adoption process and the consumers' need on the do it yourself products in Amphoe Muang, Changwat Chiangmai.

The sample size of 400 samples was accidental randomly selected from customers in six modern retail stores. The data were collected by questionnaire survey. Then, they were processed by using frequency, percentage and means.

The average percentage of all product categories showed that in the five stages of the consumer adoption process, 90.2% of the samples were aware of the products, 45.3% were interested in the products, 40.8% evaluated the products favorably, 24.5% had tried using the products and 23.4% were satisfied and would repurchase the products.

Regarding the consumers' need, the result showed that approximately 67% of the samples would like to go to the do it yourself products center. The most important factors concerning the store facility management were availability of parking space, easily reached product arrangement, and availability of product display space. Regarding the product categories, the samples gave high priority to electrical equipment, general tools, and kitchen utensils. For the supporting services, the samples emphasized the availability of salespersons for customer

assistance, delivery services and distribution of product and price lists to the customers.

The marketing strategies to be recommended are those which increase consumers' interest and bring in positive consumers' evaluation for the do it yourself products. As a result, they will induce consumers to try using the products. The finding also showed that most of consumers who had used the products would be satisfied. The strategies should put emphasis on economy, convenience, ability to do it themselves, and product quality. They should rid the consumers' ideas that the do it yourself products are difficult, expensive, and not as good as professional installation.

In order to better satisfy customers' needs, it is recommended that at the earlier stage, the center emphasize the following product categories : electrical equipment, general tools, kitchen utensils, safety equipment, cleaning equipment, decorating and repairing equipment and knocked down furniture. For the store facility management, the center should have sufficient parking space, easily reached product arrangement, and sufficient of product display space. And for the supporting services, the center should have sufficient salespersons for customer assistance, delivery services and distribution of product and price lists to the customers.