

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบ อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นาย วสันต์ ไชยวรรณ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าปลีกแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรถ มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ดันติประภา	กรรมการ
อาจารย์ เรนัส เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกอิสระเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกรณีที่มีการเปิดร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์ประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ ในศูนย์การค้า โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 120 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 18-25 ปี และมีการศึกษาในระดับ ปวช./ปวส. สำหรับร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความนิยมมากที่สุดคือ ร้านกิตติอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยเหตุผลส่วนมากคือ มีของครบถ้วน และ ความสะดวกสบาย และ มูลค่าในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยประมาณ 500-1,000 บาทต่อครั้ง

ในการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลในการซื้อสินค้า พบว่า ปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลในระดับ “มาก” ได้แก่ ราคา ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และปัจจัยที่มีผลในระดับ “ปาน
กลาง” ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด

ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับ “ค่อนข้างน้อย” ในการซื้อสินค้าคือ ปัญหา การได้รับ
สินค้าไม่ครบถ้วน รองลงมาคือปัญหา ร้านค้าไม่บริการรับสั่งซื้อของ และข้อมูลของสินค้าไม่ครบ ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นในกรณีที่มีการเปิดร้านค้าในศูนย์การค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
ยังไม่แน่ใจว่าจะไปซื้อหรือไม่

Independent Study Title The Marketing Mix Factors Affecting the Purchase of Electronic Components in
Muang District, Chiang Mai Province

Author Mr. Wasant Chaiwan

M.B.A.

Examining Committee

Assist. Prof. Dr. Orachorn Maneesong	Chairman
Assist. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha	Member
Lecturer. Renus Sermboonsang	Member

ABSTRACT

The objectives of this study , “The Marketing Mix Factors Affecting the Purchase of Electronic Components in Muang District, Chiang Mai Province.” to study the level of importance of marketing mix factors and the problem of marketing ,along with the opinions of people surveyed about the coming even of stores opening in shopping malls.

The data of this study was obtained from responses of questionnaires of 120 sample subjects who buy goods from various stores in Chiang Mai province and presented descriptively in terms of frequency value, percentage value, and mean average and weighted average.

The results of the study were that most of the people surveyed were male in the age group 18-25 years old, education to high school / diploma level in the field of work practice.

The most popular store being “ Kiti Electronics ” the main reason being the shop having an extensive stock list and also due to its convenience.

The average purchase price of goods was between 500 and 1,000 Baht per purchase,
In studying the level of importance of marketing mix factors affecting the purchase of goods,
The survey found that the level of importance of marketing mix factors: product, price

Place and location of the store were strongly important in the decision in purchasing, while promotion was moderately important .

The problems most encountered by the survey group when purchasing goods, listed in decreasing order of importance ,were problems of receiving incomplete goods, stores not providing an orders service and not providing complete product information .

As for the opinions of those surveyed about the coming event of stores opening in shopping malls, they were not sure if they would go and buy there or not .

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University