

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบ
กล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือนในเขต
เทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน

รัชดาภรณ์ ปัญญาชัย

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ชูศรี เที้ยศิริเพชร

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่ขึ้นทะเบียนกับกลุ่มงานส่งเสริมสิ่งแวดล้อม สำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 128 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการศึกษา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดจำนวน 53 ราย และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าจะติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดจำนวน 26 ราย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกโดยภาพรวมคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ความสะดวกของการบริการหลังการขาย อายุการใช้งาน และการใช้งานง่าย ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศที่ผลิต

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อัตราค่าบำรุงรักษา และค่าซ่อมแซม ราคากล้องโทรทัศน์วงจรปิดทั้งระบบ และอัตราค่าอะไหล่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการบำรุงรักษาและซ่อมแซมกล้องให้บริการ มีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ ให้คำปรึกษาในการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด และ มีพนักงานให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมถึงที่ ติดต่อด่วนแทนจำหน่ายและให้บริการได้ง่าย และร้านค้าที่จำหน่ายและให้บริการมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

เมื่อจำแนกตามกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดแล้ว ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน ที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าจะติดตั้งระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดของที่พักอาศัยให้เช่ารายเดือน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัญหาที่พบ ได้แก่ การใช้งานยาก ไม่มีบริการหลังการขาย ราคากล้องโทรทัศน์วงจรปิดทั้งระบบแพง อัตราค่าอะไหล่แพง ไม่มีบริการบำรุงรักษาและซ่อมแซมถึงที่ ติดต่อด่วนแทนจำหน่ายและให้บริการได้ยาก และไม่มีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถในการบำรุงรักษาและซ่อมแซมกล้อง

Independent Study title Marketing Mix Factors Affecting Consumer Decision of Buying Closed Circuit Television System at Monthly Rental Residence in Chiang Mai Municipality

Author Ratchadaporn Panyachai

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Chusri Taesiriphet Chairman

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew Member

ABSTRACT

The independent study aims to study the marketing mix factors affecting consumer decision of buying Closed Circuit Television system at monthly rental residence in Chiang Mai Municipal. By collecting sample from the monthly rental residence operators who registered with Environmental group. The Chiang Mai Municipal Health office, we got 128 samples. These samples were later analyzed by statistical method e.g. frequency, percentage and arithmetic means.

From the samples, 53 samples who had installed the Closed Circuit Television system and 26 samples who were planning to install Closed Circuit Television system advised that the critical factors for buying their Closed Circuit Television system were the product, price, marketing promotion and place respectively.

On the product, the first three critical factors were the after-sale-service, product durability, the easy to use respectively whereas they have least care on where its made.

On the price, the first three critical factors were maintenance cost and frequency, price of whole system and the cost of spare parts respectively.

The marketing promotion, the first three critical factors were the experienced and skillful servicing staffs, the experienced and skillful selling staffs and the 24-hours on-call service respectively.

On the place, the first three critical factors were on-site service, easy-to-contact distributing agent and the well known reliable service respectively.

For operators who have installed Closed Circuit Television system, the critical factors for this group are marketing promotion, price, product and place respectively .

For operators who were planning to install, the critical factors were product, marketing promotion, price and place respectively.

The frequent complaints were difficult-to-use, no after sale service, the high cost of whole CCTV system, the high cost of spare part, no on-site service, hard-to-contact distributing agent and inexperienced and no knowledge selling staffs.