

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภค
ในอำเภอเมืองลำปาง

ผู้เขียน

นายวรเทพ แซ่ลี

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจรีย์พันธ์ สุวรรณพันธ์ ประธานกรรมการ
อาจารย์เรนัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน 41,001-50,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-5 คน พักอาศัยบ้านของตนเอง และมีเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงที่ใช้อยู่มากที่สุดคือ โทรทัศน์

พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงพบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงที่ซื้อครั้งล่าสุด คือ เครื่องเล่นดีวีดี ยี่ห้อยี่ห้อซัมซุง ซึ่งอยู่ในช่วงราคา 3,001-5,000 บาท วัตถุประสงค์ในการซื้อ คือ ซื้อเพิ่มเติมจากของเดิม คุณสมบัตินในการพิจารณาซื้อที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ประโยชน์ใช้สอย ลักษณะของร้านค้าที่จะเข้าไปซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียง คือ ร้านที่สินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อในห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง คือ โฆษณาที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ใบปลิว และ โทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยได้ศึกษาข้อมูลจากแผ่น

พบใบปลิว ผู้บริโภคมีวันที่ซื้อไม่แน่นอน โอกาสส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคซื้อ คือ ช่วงเงินเดือนออก (ต้นเดือน/ปลายเดือน) ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคไปเลือกซื้อมากที่สุดคือ 13.01-17.00 น. ความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเป็นเงินสด ภายหลังจากซื้อเครื่องใหม่ส่วนใหญ่จัดการกับเครื่องเดิม โดยเก็บไว้สำรองใช้ ส่วนใหญ่มีความพอใจในชนิด ประเภท ยี่ห้อสินค้า และร้านที่จำหน่าย แต่ผู้บริโภครู้สึกเฉยๆ ที่จะแนะนำต่อ เกี่ยวกับประเภทสินค้า ยี่ห้อ และร้านที่จำหน่าย ภายหลังจากซื้อ

ด้านปัญหาในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกน้อย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และพนักงานขายไม่สนใจลูกค้า

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior Towards Purchasing Audio and Visual Appliances in Mueang Lampang District

Author Mr. Worathep Saelee

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Suchanpin Suwannaphan Chairperson

Lecturer Renuk Sermboonsang Member

ABSTRACT

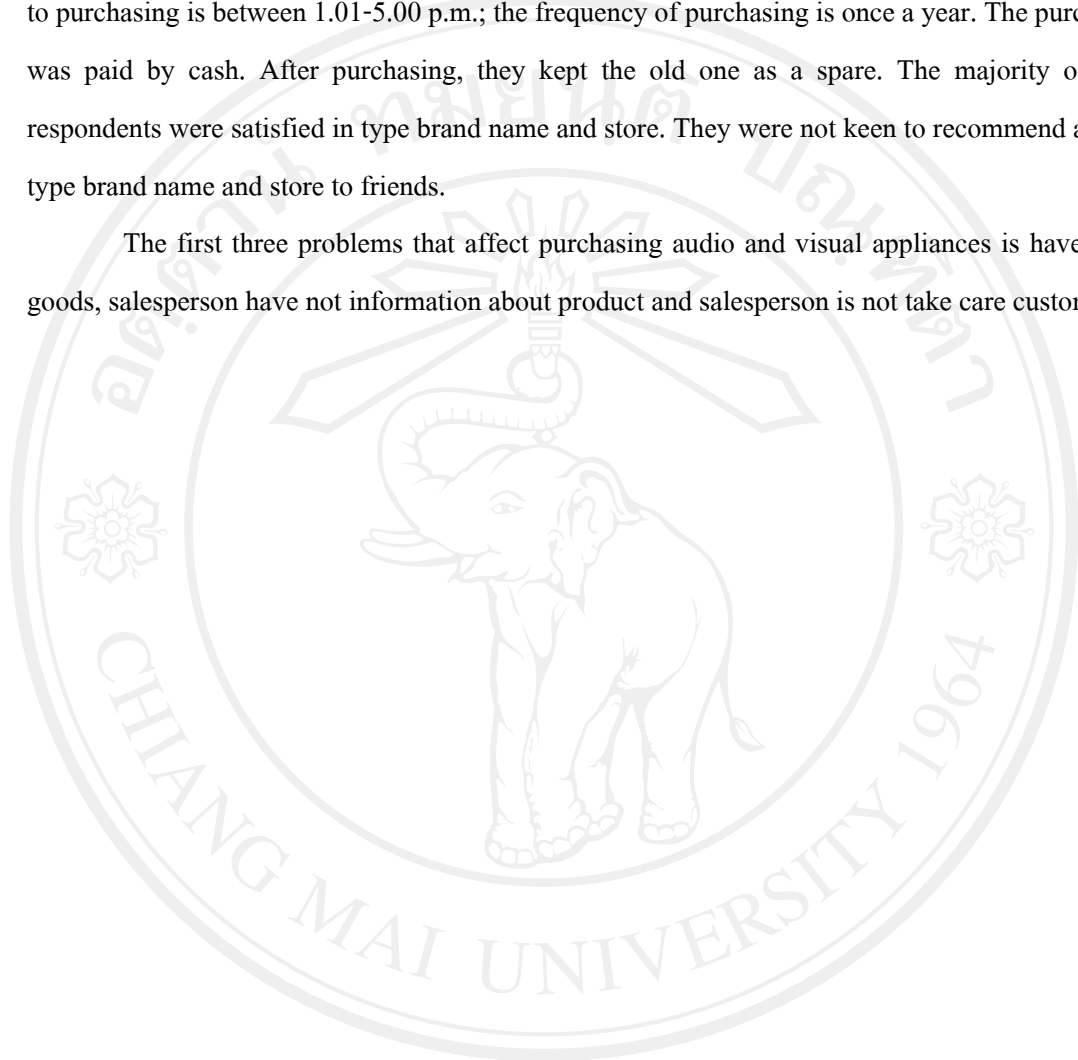
The objective of this study was to study consumer behavior towards purchasing audio and visual appliances in Mueang Lampang, District. The data were collected by using questionnaires completed by 400 consumers who purchased audio and visual appliances in Mueang Lampang, District. The data were analyzed by descriptive statistics and the results are shown in tables of percentage and frequency.

The study shows that most respondents are single males aged between 20-30 years, holding bachelor's degree. Their monthly income range between 15,001-20,000 baht. Their family monthly income range between 41,001-50,000 baht. There were 3-5 people in their family and live in their own house. Television is the most audio and visual appliance that they already own.

Their behavior of purchasing audio and visual appliances, it was found that the latest audio and visual appliance that they bought were DVD players which brand name include SAMSUNG that cost between 3,001-5,000 baht. The reason for the purchase, to buy another in appliance addition to what they already have. The major property for considering is useful of appliances. The Audio and Visual appliance stores were selected based on price and quality are reasonable, mainly from department stores. The purchasing decision was made by themselves. Leaflet and television is the most influent form of advertising when matching their decision. They

read leaflet and brochures before making the decision. There was no exact date for purchasing. It is most likely that consumers will make a purchase on pay day. Time that consumer usually come to purchasing is between 1.01-5.00 p.m.; the frequency of purchasing is once a year. The purchase was paid by cash. After purchasing, they kept the old one as a spare. The majority of the respondents were satisfied in type brand name and store. They were not keen to recommend about type brand name and store to friends.

The first three problems that affect purchasing audio and visual appliances is have less goods, salesperson have not information about product and salesperson is not take care customers.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved