

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ  
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

### ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของประชาชน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

โดย

นางสาววรรณ แซ่ลี้

กรกฎาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์หลักสองประการด้วยกัน คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหา  
ในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของประชาชนดังกล่าว ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจากกลุ่มผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า  
ที่มีอายุในช่วง 18 ปีขึ้นไปที่มีภูมิลำเนาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยแยกตามแขวงทั้ง 4 แขวง  
คือ แขวงนครพิงค์ แขวงกาวิละ แขวงเม็ງราย และแขวงศรีวิชัย จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค พบว่า  
ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไปที่มีการรับประกันสินค้าและบริการ  
หลังการขาย โดยศึกษาถึงคุณสมบัติด้านคุณภาพของสินค้า ตรายี่ห้อ และมีการวางแผนในการซื้อ  
สินค้านั้นก่อนล่วงหน้าเสมอ จำนวนที่ซื้อก็แล้วแต่ความต้องการในขณะนั้น และเป็นการซื้อเพื่ออำนวยความสะดวก  
ความสะดวกในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่  
แบ่งเป็น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุดก็คือ ด้านความคงทนในการใช้งาน  
และการประหยัดไฟ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลมากที่สุดก็คือ ด้านราคาสมเหตุสมผล ปัจจัยด้านช่องทางการ  
การจัดจำหน่ายที่มีผลมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของร้านจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริม  
การตลาดที่มีผลมากที่สุด คือ ด้านการโฆษณาทางโทรทัศน์

ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่แบ่งเป็นการไม่มีการรับประกันสินค้า ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ การไม่มีบริการหลังการขาย และพนักงานขายบริการไม่เต็มที่

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาแบ่งออกได้ ดังนี้ 1) พนักงานขายควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และน่าเชื่อถือ 2) ผู้จัดการจำหน่าย ควรมีการให้บริการก่อน-หลังการขาย 3) สินค้าต้องมีคุณภาพที่ดี และประหยัดไฟ

ผลการทดสอบสมมติฐานเพศต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างกัน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยไม่ยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานรายได้ต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างกัน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ยอมรับสมมติฐาน ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ไม่ยอมรับสมมติฐาน

## **ABSTRACT**

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

### **FACTORS AFFECTING THE PEOPLE'S SELECTION OF ELECTRICAL APPLIANCES IN CHIANG MAI MUNICIPALITY AREAS**

By

WANNA SAE-LIM

JULY 2002

Chairman: Assoc. Prof. Dr. Anurak Panyanuwat

Department / Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,  
Faculty of Agricultural Business

This study has two main objectives. The first is to study factors affecting the people's selection of electrical appliances in Chiang Mai Municipality areas. The Second is to study problems of the people's selection of electrical appliances in Chiang Mai municipality areas. The survey samples are 400 buyers who are 18 years old upward and live in four Chiang Mai Municipality areas, Nakornping, Kawila, Mengrai and Sriwichai.

The results of this study show that the buyers like to buy electrical appliances from the shops which have guarantees and after sales service. They consider the quality and brand names. They always plan in advance before buying and buy for their own convenience in the house.

Factors which affect the people's selection of electrical appliances in Chiang Mai Municipality areas are divided into four factors as follow : the product factor most affecting the buyers are the durability and how much electrical power they can save. the price factor affecting the buyers most is a reasonable price. the channel of distribution

factor affecting the buyers is sellers' service. the marketing promotion factor affecting the buyers most is advertising on television.

Problems of the people's selection of electrical appliances in Chiang Mai Municipality areas are as follow : no product guarantee, no balance between quality and price, no service after selling, and the service of the sellers.

The suggestions received from this study are sellers should have good personalities, be realistic and knowledgable about the products. Distributors should have good service before and after selling. And the products should be of good quality and save electricity.

The results of the hypotheses about the difference of sex that affects the selection to buy electrical appliances shows that the product factor, the price factor, the channel of distribution factor and the marketing promotion factor weren't accepted by the hypotheses.

The results of the hypotheses about the difference of income affecting the selection to buy electrical appliances show that the product factor and the channel of distribution factor were accepted by the hypotheses. The price factor and the marketing promotion factor weren't accepted by the hypotheses.