

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	นายการันต์ วุฒิชยานันท์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อายุส หนูเย็น

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง และปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยการศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปผู้ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนมีทั้งหมด 15 ตำบล ทำการสุ่มได้มา 4 อำเภอ ได้แก่ ตำบลในเมือง ตำบลบ้านกลาง ตำบลเหมืองง่า ตำบลมะเขือแจ้ สัดส่วนตามการประมาณการของจำนวนประชากรที่เข้าไปซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในแต่ละที่ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นผู้ที่มียศฐานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด 5 โดยมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง จากเพื่อนและคนรู้จักมากที่สุด โดยมีการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทโทรทัศน์มากที่สุด และให้ความสำคัญกับตราสินค้า/ยี่ห้อ พานาโซนิคมากที่สุดเช่นกัน โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง เนื่องจากต้องการซื้อเพิ่มเติมจากของเดิมที่มีอยู่ และพิจารณาจากคุณสมบัติของสินค้าด้วยคุณสมบัติประโยชน์ในการใช้สอย โดยส่วนใหญ่มีเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง อันเนื่องมาจากร้านมีสินค้าหลากหลายให้เลือก ซึ่งเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในวันเสาร์-อาทิตย์ ระหว่างเวลา 13.01-17.00 นาฬิกา โดยมีการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองด้วยตนเอง และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาทและชำระด้วยเงินสด ซึ่งภายหลังจากการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง มีความพึงพอใจกับสินค้า โดยมีวิธีการจัดการกับเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องเดิมด้วยการเก็บไว้เพื่อสำรองใช้ในอนาคต ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่มีวางแผนที่จะ

ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในอนาคต แต่มีบางส่วนที่มีการวางแผนในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองในอนาคตเช่นกัน โดยมีการวางแผนในการซื้อโทรทัศน์ ทรานซิสเตอร์ วิทยุ ไซน์มากที่สุด

ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยภาพรวมมีผลต่อการเลือกซื้อในระดับปานกลาง โดยปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ สินค้าที่มีการรับประกัน มีบริการหลังการขาย รวมถึงสินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท และสินค้ามีความแตกต่างจากร้าน ส่วนปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ การมีระดับราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และการแสดงป้ายราคาของสินค้าอย่างชัดเจน รวมถึงปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ ภายในร้านมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และร้านค้ามีการตกแต่งบรรยากาศให้ดูทันสมัยและสะอาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากเช่นกัน และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีพนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายในร้านมีความสุภาพอ่อนโยน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

พร้อมกันนี้ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่พบทางด้านส่งเสริมการตลาด คือ ไม่มีการจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก แถม) เมื่อซื้อสินค้าครบตามกำหนด หรือในช่วงเทศกาลพิเศษ ไม่มีการส่งข้อมูล เอกสารให้ลูกค้าเพื่อแนะนำสินค้าและบริการ และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อ ส่วนปัญหาด้านราคา คือ ไม่สามารถชำระค่าบริการได้ด้วยบัตรเครดิต ไม่มีการให้เครดิต หรือส่วนลดพิเศษ ราคาสินค้าไม่สามารถต่อรองได้ และสินค้าน่าราคาสูง ทั้งนี้ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ไม่มีสินค้าประเภท หรือรุ่นใหม่ ๆ ให้เลือกซื้อ ไม่มีการรับประกันสินค้า หลังการขาย ไม่มีความหลากหลายของสินค้า และคุณภาพของสินค้าไม่มี รวมถึงปัญหาด้านสถานที่/ร้านค้า คือ การตกแต่ง จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ ทำให้เลือกซื้อสินค้าลำบาก สถานที่จอดรถไม่สะดวกไม่เพียงพอ ร้านค้าคับแคบ ไม่สะดวกในการเลือกชมสินค้า และเวลาเปิดปิดของร้านไม่สะดวกในการเข้าใช้บริการ นอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแล้ว ยังมีปัญหาด้านอื่น ๆ คือ ไม่มีการรับเปลี่ยนสินค้ากรณีที่เกิดปัญหา การแต่งกายของพนักงานประจำร้านไม่สุภาพเรียบร้อย พนักงานขายไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสินค้าที่จำหน่าย และกิจกรรมขายของพนักงานขายไม่สุภาพ ร้านค้าให้ข้อมูลสินค้าที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง ไม่มีการให้บริการแนะนำสินค้าของพนักงานขาย และไม่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เป็นต้น

Title	Behavior on Second – Hand Electrical Appliances Purchase Selection of Consumers in Muang District, Lamphun Province
Author	Mr. Karun Wutthichayanun
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Aryut Yooyen

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate: 1) behavior on second – hand electrical appliances purchase selection of consumers in Muang district, Lamphun province and 2) market factors effecting the purchase selection of the consumers. A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 consumers purchasing second – hand electrical appliances. The sample group members were from Nai Muang, Baan Klang, Moeng Nga, and Makkherjae sub-districts.

Results of the study revealed that most of the respondents were male, 21 – 30 years old, single, bachelor's degree holders. Their monthly income was 10,001-15,000 baht on average. Most of the respondents had explored the information from friends before making the decision to purchase second – hand electrical appliances most. They purchased television and placed the importance of Panasonic brand most. They purchased second – hand electrical appliances because they wanted some more electrical appliances. Also, this was based on the benefits in using electrical appliances. Most of the respondents purchased electrical appliances at second – hand electrical appliances shops since it had plenty kinds of electrical appliances products. The respondents preferred to purchase the products on week-ends, at 1.00 to 5.00 p.m. They made their own decision to purchase the products and with less than 3,000 baht in cash. After using the products, they were satisfied with it. Their previous electrical appliances were kept for using in the future. However, it was found that most of the respondents did not make a plan to purchase second – hand electrical appliances in the future. Some respondents made a plan to purchase Sony Electrical appliances most.

Market mix factors had a moderate level of an influence on the purchase of second-hand electrical appliances. There was after sales services such as free product checking and product delivery services. Brand, modern product, price, interest rate, price label, and unique product were found to have a high level of an influence on the purchase of second - hand electrical appliances. Also, the following were found to have a high level of influence: distribution channel, convenient transportation, parking lot, product arrangement, shop atmosphere, and shop assistant.

As a whole, the respondents had a moderate level of problems in the purchase of second – hand electrical appliances. There was no market promotion during special festivals, customer contact through different, communication channels, and public relation. Price problem was found in a moderate level. Credit card could not be used for payment and the product quality did not conform to its price. The problem in market mix was found in a moderate level. The products could not be returned in the case of any problems, shop assistants' dress and etiquette were inappropriate. Besides, shop assistants did not know well about the products and they were dishonest to their customers. Product problem was also found in a moderate level. That was, there was no product guarantee after sales and diversity of products (type, brand, size, color, etc.). The problem in place was found in a moderate level. The following were found: product display was untidy, parking lot area was inadequate, shop was small, and opening and closing time inconvenient for customers to use the services.