

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน  
ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวสุพัตรา จุฑาวิจิตรธรรม

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าปลีกแบบอิสระ :

อาจารย์ ดร.อัญชติ	เจิ้งเจริญ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชร	พฤทธิกานนท์	กรรมการ
อาจารย์กาญจนา	โชคถาวร	กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์หลักสองประการด้วยกัน ประการแรกเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และประการที่สองเพื่อพิจารณารูปแบบของธุรกิจค้าปลีกในการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ผู้บริโภครต้องการ ในทัศนะของผู้บริโภค โดยการเก็บตัวอย่างจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า และห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่รวม 7 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค สามารถอธิบายพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่ได้ว่า ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่มีการรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย มีสินค้าให้เลือกหลากหลายในราคาถูก โดยพฤติกรรมในการเลือกซื้อ จะมีการศึกษาคุณสมบัติ และวางแผนการซื้อสินค้าก่อนล่วงหน้า เนื่องจากสินค้านี้มีราคาแพง และเป็นสินค้าที่มีระยะเวลาการใช้งานได้นาน การชำระค่าสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดมากกว่า

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่การโฆษณา ตรายี่ห้อของสินค้า และราคาสินค้า โดยสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถกระจายได้กว้างขวาง เข้าถึง และครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม แต่อย่างไรก็ดี สื่อโฆษณาแต่ละชนิด เช่น นิตยสาร แผ่นพับ และวิทยุ ก็จะมีผลต่อผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

กันไปตามตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้บริโภค ในส่วนของราคาสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นหากราคาของสินค้าลดลง แม้ว่าจะมีสินค้านั้นอยู่แล้วก็ตาม และจะซื้อสินค้าลดลง หรือชะลอการซื้อสินค้าหากราคาของสินค้าเพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงชนิดของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อเพิ่มเติม ประการหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ นอกจากการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแต่ละชนิดเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันแล้ว ยังมีความต้องการสินค้าประเภทสื่อบันเทิงทั้งหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะตนเองของผู้บริโภคแต่ละบุคคลในครอบครัว ซึ่งอาจมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ความต้องการในการซื้อสินค้ายังเป็นผลมาจากกระแสนิยม เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสังคมอีกด้วย

<b>Independent Study Title</b>	The Consumer Behavior in Household Electrical Appliance Consumption in Chiang Mai Province		
<b>Author</b>	Miss Supattra Jutawijittam		
<b>M.Econ</b>	Economics		
<b>Examining Committee :</b>	Lecturer Dr.Archalee	Jengjalern	Chairman
	Assist.Prof.Watcharee	Prugsiganont	Member
	Lecturer Kanchana	Chokethaworn	Member

#### Abstract

This study has two main objectives, first is to analyze the consumer behavior in household electrical appliance consumption in Chiang Mai province. Second, to investigate the type and style of retailer which consumers prefer. A survey of 400 samples from seven shops and department stores in Chiang Mai was conducted and the data analyzed.

The result of this research shows that the consumers prefer to buy most electrical appliances from electronic shops which have the guarantee, after sales service, and many types and styles of merchandise available at a lower price. Because of the household electrical appliances are quite expensive and durable, so majority of consumers need to know the product qualifications and have to plan before buying. For choice of payment most of the consumers say that they prefer to pay by cash.

The factors that influence the consumers' purchase are advertising, product's brand name, and price respectively. The advertising media which has highest impact is TV media because it reached a large number of population and covers all groups of consumers. However, other advertising media such as magazine, leaflet and radio has different effects for each group of consumers depending on their age, sex, and education. The price of electrical appliances is also an important factor. The consumers are likely to purchase more if the price of electrical appliance is

lower even though they already have that kind of appliance. And they will postpone the purchase if the price is higher.

Regarding types of electrical appliance that consumers want to buy more, the interesting point is that most consumers focus on the products that give them conveniences and entertainment for family members. Fashion and social acceptance also affect the consumer behavior in household electrical appliance consumption because sometime the consumption is to create acceptance from their social group.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University