



สินค้าได้เป็นอย่างดี ด้านกระบวนการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ดูทันสมัย มีบรรยากาศน่าสนใจ แสง สี เสียง และอุณหภูมิที่เหมาะสมในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งปัจจัยย่อยทั้งหมดมีผลในระดับมาก

ผลการศึกษเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจซื้อเครื่องโทรทัศน์ แอลซีดี ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกซื้อเครื่องโทรทัศน์ แอลซีดี เพื่อทดแทนทีวีเก่า และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรทัศน์ แอลซีดีคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ส่วนใหญ่เลือกยี่ห้อโทรทัศน์ แอลซีดีเครื่องล่าสุดที่ซื้อคือ ยี่ห้อโซนี่ โดยใช้เกณฑ์ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ในการเลือกยี่ห้อและเกณฑ์การเลือกผู้จัดจำหน่าย คือ การบริการก่อนและหลังการขาย โอกาสในการเลือกซื้อ คือ ช่วงเวลาปกติ (ตามความจำเป็น) ส่วนใหญ่มีจำนวนเครื่องโทรทัศน์ แอลซีดีที่ซื้อภายในระยะเวลา 1 ปี คือ 1 เครื่อง

สำหรับปัญหาที่พบคือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุประားบาง ไม่ทนทาน ด้านราคา ได้แก่ ไม่สามารถตรวจสอบราคาก่อนการซื้อและซ่อมได้ ด้านสถานที่ ได้แก่ ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีของแถม/ของแถมไม่ตรงตามความต้องการ ด้านคน ได้แก่ พนักงานขายกล่าวโจมตียี่ห้อคู่แข่ง ก้าวร้าว ไม่สุภาพ ขาดข้อมูลที่แท้จริง ด้านกระบวนการ ได้แก่ ให้บริการล่าช้า หลายขั้นตอน รอนาน การแนะนำสินค้าและการพาทชมสินค้าไม่น่าสนใจ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การออกแบบตกแต่งร้านไม่เหมาะสมกับการขายสินค้า

**Independent Study Title** Services Marketing Mix Factors Affecting Customers  
Decisions Towards Purchasing LCD TV in  
Mueang Chiang Mai District

**Author** Mr. Krang Koreerat

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Krisana Ratanapruck Chairperson

Lect. Kemakorn Chaiprasit Member

**ABSTRACT**

This independent study aimed to investigate service marketing mix factors affecting customers decisions towards purchasing LCD TV in Mueang Chiang Mai district and to examine existing problems as well as to search for suggestions to solve the problems out. Data collection was designed to be completed through questionnaire distributed to 381 customers who purchased LCD TV in Mueang Chiang Mai district. Then, the collected data were analyzed by descriptive statistics – frequency, percentage, and mean.

According to the study on service marketing mix factors affecting customers decisions, the respondents ranked their concerns on factors namely people, process, price, product, place, physical evidence, and promotion, in relatively.

Hereafter were shown the sub-factors of each service marketing mix factor which those respondents paid the highest concern on. In terms of product, the most concern was paid to the durability of product. In terms of price, the most concern was paid to the reasonable price comparing with product quality. In terms of place, the most concern was paid to the convenient location. In terms of promotion, the most concern was paid to reliable and understandable product advertisement, including the publicizing of product which was done regularly. In terms of people, the most concern was paid to the sale persons who were full of product knowledge

and able to provide deep product information. In terms of process, the most concern was paid to the rapidness in providing services. In terms of physical evidence, the most concern was paid to the modern interior decoration which brought customers the touch of interesting atmosphere with proper light, color, sound, and temperature. All of these sub-factors were ranked at high level of concern.

Based upon the study on LCD TV buying decision characteristics of consumers in Mueang Chiang Mai district, it revealed that the reason of buying LCD TV of most respondents was to replace the old one. Person who influenced their buying decision was specified to the respondent himself/herself. They mostly selected Sony brand for LCD TV under the criteria of the fame and reliability of product brand. The criteria used for selecting dealer or distributor was mentioned to the availability of pre-service and after-service. Their purchasing timing was indicated to normal period (according to the necessity). Within 1 year, the majority owned 1 LCD TV.

Problems found in each factor were presented as follows. In terms of product, the problem was found from the fragile and non-durable materials used for producing product. In terms of price, the problem was found from the unavailability of price checking before buying. In terms of place, the problem was found from the insufficiency of parking lots. In terms of promotion, the problem was found from the unavailability of premium products or unneeded premium provided. In terms of people, the problems were found from the negative critics to competitive brands, the aggressiveness and impoliteness of staff, and the absence of fact to be provided. In terms of process, the problem was found from the slow services with complicated service process which caused the time wasted, including the uninteresting product introduction and product escort. In terms of physical evidence, the problem was found from the improper interior decoration for the shop.