หัวข้อวิจัย : ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย : นางอัจฉรา คำภูแสน
หน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2551

บทคัดย่อ

การศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ พฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณของผู้บริโภค ตลอดจนการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับของการตัดสินใจใช้ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ

การศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขต โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ Chi-square ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่เป็นโสด มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/ เดือน และระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับราคาตามคุณภาพสินค้ามากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการมีการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่สวยงามมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐานว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภค ร้านค้าทองรูปพรรณ

SRIPATUM UNIVERSITY มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Research Title : Factors affecting consumers in choosing gold ornament shop in Bangkok

Name of Researcher : Mrs. Achara Kumpoosan

Name of Institution : Faculty of Business Administration, Sripatum University

Year of Publication : B.E.2007

ABSTRACT

The research of "Factors affecting consumers in choosing gold ornament shop in Bangkok" is purported to study : 1) the levels of various marketing elements affecting service usage of the gold ornamental shops; 2) the impact of the variable buying behavior for today's consumers; and 3) the test of hypothesis which examined and indicated the relationship of Individuals' factors and the level of decision making process which mainly consists of the marketing assortment (Product, Price Place and Promotion) as it such a criteria playing significant role when consumers deciding to purchase good and services from traders.

The qualitative approach is applied as the conceptual framework of this research. In addition, the implement through using the sample group being distinctive targeted consumers living within selected 10 different districts throughout Bangkok are settled. The tools employed in data gathering are primarily the 400 questionnaires distributed to the sample group of which all copies were returned, the diagnosis of descriptive statistic, "chi-square" the test of hypothesis (which is evaluated at 0.05 of significant testing).

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY
SPU CHONBURI

The study results in the following finding: the majority of sample group is single female, aged between 20-29 (year), and they are mostly under graduate students who earned less than 10,000 Baht per month. The marketing mix factors that encourage consumer purchasing decision representing the important levels of each element s which are firstly emphasizing on price (comparison of price and quality), product (quality of product), place (the aspect of security reasons) and attractive promotional campaign, respectively. Moreover, the outputs of the hypothesis testing also precisely represent the linkage between individual factors (such as occupations, income, and educational background) and the importance of marketing factors influencing on selecting gold or ornamental stores in Bangkok.

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY
SPU CHONBURI

Keywords : Factors affecting consumers , gold ornament shop