

บทคัดย่อ

บช 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนผสมการตลาด ของห้างหุ้นส่วน จำกัดเพ็ญศิริไหมไทย จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	:	นายกิตพันธ์ ก้นทะรง
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.ยุวลักษณ์ จิระกิตาการ
หลักสูตร	:	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	:	มีนาคม 2552
จำนวนหน้า	:	61 หน้า

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนผสมการตลาด ของ ห้างหุ้นส่วน จำกัด เพ็ญศิริไหมไทย จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เพ็ญศิริไหมไทย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการดำเนินงานกิจการให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของหจก. เพ็ญศิริไหมไทย และได้ทำการสุ่มเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤษภาคม 2551 จำนวน 100 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่า ร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ไหมไทย ของหจก.เพ็ญศิริไหมไทย พบว่าส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ไหมไทย โดยซื้อไว้ใช้เอง โดยมีเพื่อนและคนรู้จักแนะนำให้รู้จักร้าน และนิยมซื้อผ้าเมตรยกดอก ส่วนใหญ่เดินทางมาซื้อด้วยตนเอง เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์มีลวดลายสวยงาม ปริมาณที่ซื้อแต่ละครั้ง 1 – 2 ชิ้น จำนวนเงินที่ซื้อ 1,001- 5,000 บาท/ครั้ง มี

ความถี่ในการซื้อที่ไม่แน่นอน บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ คือตัวเอง สิ่งจูงใจในการซื้อ คือการบอกต่อจากคนรู้จัก เหตุการณ์ที่ทำให้ซื้อ คือ มีโอกาสพิเศษที่ต้องการใช้ผ้าไหม เช่น งานประเพณีต่างๆ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย บ่อยที่สุดที่ หจก.เพ็ญศิริไหมไทย จังหวัดลำพูน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของ หจก.เพ็ญศิริไหมไทยทุกปัจจัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมาก โดยเรียงลำดับการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ได้มีข้อเสนอกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น ควรสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง การขยายผลิตภัณฑ์ให้มีหลายประเภท ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เน้นลวดลายผ้า ควรรักษาชื่อเสียงและความเป็นเอกลักษณ์ของ หจก.เพ็ญศิริไหมไทยให้ได้มาตรฐาน มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานทุกชิ้น เป็นต้น