

ชื่อเรื่อง ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ นงนุช จักรวาท

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

วันที่อนุมัติ พฤษภาคม 2552

จำนวนหน้า 131 หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และความคิดเห็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศที่มีต่อภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่คือ ผู้บริโภคที่ซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 246 คน การตรวจสอบแบบสอบถามได้ค่า cronbach's Alpha เท่ากับ 0.9050 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการศึกษาได้เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551 ถึงเดือนเมษายน 2552 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 7 เดือน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศควบคู่กับสินค้าชนิดอื่น

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ ของน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศพบว่า ประเทศแหล่งกำเนิดมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับที่เห็นด้วย ด้านความคุ้นเคย การรับรู้คุณภาพของน้ำหอมนำเข้าจากต่างประเทศที่มาจากประเทศแหล่งกำเนิดต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศฝรั่งเศส ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเกาหลี และประเทศจีน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า น้ำหอมนำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส มีความสามารถทางการแข่งขันสูง มีความชื่นชอบและตัดสินใจซื้อ มีความรู้สึกว่าได้ตัดสินใจซื้ออย่างชาญฉลาด ในการตัดสินใจซื้อที่มีการมองหา น้ำหอมที่มาจากประเทศฝรั่งเศสมากที่สุด อีกทั้ง น้ำหอมยังมีการระบายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน ส่วนน้ำหอมนำเข้าที่มาจากประเทศจีน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า น้ำหอมมีคุณภาพต่ำ และไม่มี ความยินดีที่จะซื้อ ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยได้แก่ ประเทศที่มีชื่อเสียงเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วทำให้ท่านมั่นใจและเชื่อถือได้ว่าเป็นประเทศที่ผลิตน้ำหอมได้ดีกว่าประเทศอื่น น้ำหอมที่มีการระบายละเอียดลงบนบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน อีกทั้งประเทศที่มีความล้ำหน้าของแฟชั่น การออกแบบ ดีไซน์ รวมถึงประเทศที่มีความเชี่ยวชาญทางการผลิต มีวัตถุดิบ ผลิตน้ำหอมได้ดีกว่า ส่วนภาพลักษณ์ทางด้านประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยได้แก่ เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีกระบวนการผลิตที่ดี มีมาตรฐานการผลิตที่สูง จะสามารถผลิตน้ำหอมได้ดีกว่า และในบางครั้งแหล่งกำเนิดที่แท้จริง ก็มีได้ผลิตน้ำหอมเองทำให้มองภาพลักษณ์ประเทศเปลี่ยนไป ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ คือ ความต้องการที่จะช่วยเหลือเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมภายในประเทศซึ่งอยู่ในสถานะที่มีเศรษฐกิจตกต่ำ