

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเค้กของพนักงานนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ	บุษดี ใจเขยชม
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ยุวลักษณ์ จิระกิตาการ
วันที่อนุมัติผลงาน	5 กุมภาพันธ์ 2009
จำนวนหน้า	59 หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการซื้อขนมเค้กและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเค้ก ของพนักงานนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่ง ได้มาจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี ทำงานอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรมประเภทอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเครื่องหนัง มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน คือ 2 คน

พนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่เคยซื้อขนมเค้ก มีการเลือกซื้อเค้กแบบสปองค์ ส่วนใหญ่ไม่สนใจในตรายี่ห้อ ชื่นชอบเค้กรสชาตวนิลา และรูปแบบการแต่งเค้กการ์ตูน ส่วนใหญ่เลือกซื้อขนมเค้กขนาด 2 ปอนด์ จำนวนเงินในการซื้อขนมเค้กในแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินครั้งละ 101-200 บาท โอกาสในการเลือกซื้อขนมเค้กเนื่องในวันเกิด มีการซื้อ

ขนมเค้กมอบให้กับคนรักมากที่สุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อขนมเค้ก คือ ตัวเอง วันเวลาที่เลือกซื้อเค้กไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ต้องการสิ่งที่ให้ผู้ชายในร้านเค้ก คือ เทียนวันเกิด และบริการที่ต้องการให้มีในร้านเค้ก คือ หน้าร้านสำหรับนั่งทาน ลูกค้ำมีความสนใจบริการที่สามารถแต่งหน้าเค้กเองได้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อขนมเค้ก ของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการในการบริการ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านความถูกต้องในการให้บริการ ปัจจัยด้านพนักงานผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านความสุภาพและมีความมีมารยาทของพนักงาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านความสดใหม่ของเค้ก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านการบริการจัดส่ง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านสถานที่จอดรถ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านการมีบริการเขียนหน้าเค้กโดยไม่คิดราคาเพิ่ม ปัจจัยทางด้านราคา ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมากโดยให้ความสำคัญในด้านการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน