

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อลูกชิ้นหมูของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวศิริวรรณ เหลืองสุวรรณ
หลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	สิงหาคม 2554
จำนวนหน้า	49 หน้า
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ด้วยตัวเองเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อลูกชิ้นหมูของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 250 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows และทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้สถิติ Independent Samples T-test

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อลูกชิ้นหมูเพื่อบริโภคและเพื่อนำไปขายในสภาพเดิมหรือนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพ่อค้า/แม่ค้า รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซื้อลูกชิ้นหมูที่ตลาดสด รสชาติหวานนำ ลักษณะเหนียวนุ่ม ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัม 71-100 บาท ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งน้อยกว่า 6 กิโลกรัม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อลูกชิ้นหมูของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.32 ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในด้าน ความอร่อยของลูกชิ้นหมู ความสะอาดถูกหลักอนามัยของลูกชิ้นหมู ความสดใหม่ของลูกชิ้นหมู ปริมาณเนื้อสุกรในลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นหมูบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ลูกชิ้นหมูจัดเก็บ ได้นาน คุณค่าทางโภชนาการของลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นหมูสามารถนำไปปรุงอาหารได้หลากหลาย ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต สินค้าสามารถตอบสนองความต้องการ ได้ตลอดเวลา มีการระบุนวันหมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ และลูกชิ้นหมูมีหลายขนาดให้เลือก

ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในด้านลูกชิ้นหมูมีราคาที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถต่อรองราคาได้ ลูกชิ้นหมูมีให้เลือกหลายราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากด้านสถานที่จัดจำหน่าย สะอาดลูกชิ้นหมูสามารถหาซื้อได้ง่าย มีร้านค้าจำนวนมาก สถานที่จอดรถสะดวกสบาย การจับวางสินค้าง่ายต่อการซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมากๆ การบริการส่งสินค้าถึงที่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา มีของแถม มีการแจกสินค้าตัวอย่าง มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี มีการโฆษณาสินค้าบนสื่อที่จุดขาย มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นหมูไปปรุงได้ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับลูกชิ้นหมูที่จุดขาย มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า มีพนักงานแนะนำสินค้า