

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านเบเกอรี่ของ ผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาว อริยาภรณ์ พิบูลาลักษณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: 1 มิถุนายน 2544
จำนวนหน้า	: 52 หน้า

การค้นคว้าศึกษาด้วยตนเองครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านเบเกอรี่ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการนำแนวความคิด และผลที่ได้สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขการจัดการตลาดของร้านเบเกอรี่ เพื่อสร้างแรงจูงใจ และตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคได้สูงสุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ขนาดตัวอย่างที่ใช้จำนวน 324 ชุด โดยการใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านเบเกอรี่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,000 - 10,000 บาท ซื้อเบเกอรี่เพื่อบริโภคเป็นอาหารว่าง โดยซื้อ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 100 บาท ไม่มีร้านประจำในการซื้อ นิยมซื้อที่ไฮเปอร์มาร์ค เวลาที่สะดวกซื้อที่สุด 18.01 - 21.00 น. ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านเบเกอรี่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยทางการตลาดทั้งสิ้น ด้านในระดับมากคือปัจจัยด้านราคา : ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ป้ายราคาชัดเจน การให้ความสำคัญกับราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และราคาไม่แพงจนเกินไป ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติอร่อย และ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่มีคุณภาพ มากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย : ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านมากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด : ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ วิทยาคีย์ไมตรีของพนักงานขาย และ ความรวดเร็วในการบริการ มากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ ร้านเบเกอรี่ควรนำปัจจัยทางการตลาดมาทำการวางแผน การตลาด โดยให้ความสำคัญกับรสชาติอร่อย วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่มีคุณภาพ การระบุราคา ที่ชัดเจน การให้ความสำคัญกับราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ความสะอาดของร้าน อธิยาศัยไมตรีของพนักงานขาย และความเร็วในการบริการ เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าให้มาใช้ บริการ และซื้อเบเกอรี่

PAYAP UNIVERSITY