

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายสุภกิจ แต่เจริญกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิระ บุรีคำ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2544
จำนวนหน้า	: 54 หน้า

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภค และเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 200 ราย มาจากการสุ่มโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) จากผู้ที่มีรายชื่อสินค้าและบริการ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี เป็นโสด และเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และนิยมที่จะซื้อสินค้าในห้างคาร์ฟู เทสโก้ โลตัส ตามลำดับ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากต่อปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลางต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เมื่อทำการวิเคราะห์ถึงความแตกต่างในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอายุ กลุ่มตัวอย่างในทุกกลุ่มอายุมีความคิดเห็นในระดับที่ไม่แตกต่างกันต่อสถานที่จัดจำหน่าย และราคาสินค้าที่จัดจำหน่ายของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่จัดจำหน่าย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันโดยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มอายุอื่น ๆ ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กลุ่มอายุต่ำกว่า

20 ปีมีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี และกลุ่มอายุ 20-30 ปี มีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี และมากกว่า 40 ปี

ข้อเสนอแนะถ้ามีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่นี้ ควรที่จะศึกษาถึงการนำโอกาสที่มีอยู่เข้าเลือกซื้อสินค้าที่สร้างผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค และการเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

PAYAP UNIVERSITY