

บทคัดย่อ

บธ.851 การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นางสาว โสภา เจริญสุข
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	สิงหาคม 2545
จำนวนหน้า	:	59 หน้า

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจการบริโภค อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น ทำการออกแบบสอบถามจำนวนจำนวน 300 ชุด วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 23-27 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน และนักศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน3,000-6,000บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน ประกอบอาหารเอง พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งส่วนใหญ่รับรู้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ ชื่ออาหารที่ 7-eleven รับประทานอาหารสำเร็จรูปนานๆครั้ง บริโภคอาหารน้อยกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง ไม่แน่นอน เห็นว่าอาหารสำเร็จรูปมีความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ ไม่เจาะจงเลือกตราชี่ห้อ ชี่ห้อที่เลือกบริโภคมากคือ S & P เป็นประเภทอาหารจานด่วน ช่วงเวลาการบริโภคช่วงเวลาเย็น การตัดสินใจบริโภคด้วยตนเอง สาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารเพราะต้องการทดลองชิม ผู้บริโภคเลือกบริโภคต่อเพราะสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในด้านบรรจุหีบห่ออาหารน่าดึงดูด หาซื้อง่าย สะดวก ราคาเหมาะสมต่อปริมาณและคุณภาพ และการใช้สื่อโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคสำหรับการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์ควรมีให้เลือกหลากหลายเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้แก่ผู้บริโภค ควรมีการปรับราคาลดลงเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการขยายช่องทางเพิ่มขึ้นเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้านโฆษณาและส่งเสริมการขาย ใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ควรมีการทำสินค้าให้ฉิมเมื่อออกสินค้าใหม่ และแจกใบปลิว ตามบ้านและห้าง ร้านค้าต่างๆ ส่วนทางด้านพฤติกรรมควรมีการสำรวจความคิดเห็นทุกๆ 3-6 เดือน เพื่อให้ทราบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และยังสามารถทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าแล้วยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาประกอบในการวางแผนทางการตลาดได้