บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคนมเปรี้ยว
	:	ยูเอชที ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้จัดทำ	:	นางสาวชิณานาง มากชู
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	กันยายน 2547
จำนวนหน้า	:	43 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคนมเปรี้ยว ยูเอชที และศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ นมเปรี้ยว ยูเอชที ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้า ทำการออกแบบสอบถาม 450 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 13-21 ปี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 1,001 – 2,000 บาทต่อเดือน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคนมเปรี้ยว ยูเอชที เป็นประจำ การบริโภคเนื่องจากชอบในรสชาติของนมเปรี้ยว รสชาติที่นิยมคือ รสผลไม้รวม โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อตรายี่ห้อ ดัชมิลล์ บริโภคขนาด 180 มิลลิกรัม บริโภค 1-2 กล่องต่อสัปดาห์ ดื่มนมเปรี้ยว ยูเอชทีในเวลาเช้า ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อนมเปรี้ยว ยูเอชที มูลค่าเฉลี่ยในการซื้อนมเปรี้ยว ยูเอชทีต่อครั้งน้อยกว่า 20 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยี่ห้อนมเปรี้ยว ยูเอชที อยู่ในระดับมาก ทั้งหมดโดยมีปัจจัยทางผลิตภัณฑ์คือ กลิ่นและรสชาติของนมเปรี้ยว ยูเอชที ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และปัจจัยด้านราคาซึ่งเป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์

PAYAP UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย ควรมีการพัฒนาคุณสมบัติที่สำคัญของตัวผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพ ทั้งกลิ่นและรสชาติที่มีอยู่และคิดค้นกลิ่นและรสชาตินมเปรี้ยว ยูเอชที ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ทางด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด โดยการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้อย่างกลมกลืน มีความต่อเนื่องในการจัดทำ ควรสอดคล้องกับแผนงานอย่างชัดเจน และมีความถูกต้องเหมาะสมกับประเภทผลิตภัณฑ์รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ มากขึ้น

PAYAP UNIVERSITY