

บทคัดย่อ

วิชา บ.ธ. 851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อหัวเรื่อง	:	พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้าน มิสเตอร์โคนัท สาขา กาดสวนแก้ว
ผู้จัดทำ	:	นางสาว วีระวรรณ ยิ่งราษฎร์สุข
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร. ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	:	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	มกราคม 2545
จำนวนหน้า	:	67 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภค ร้านมิสเตอร์โคนัท สาขา กาดสวนแก้ว เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลแก่กิจการ ในการปรับปรุงแผนการตลาด และการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือจากการ สุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16-20 ปี สถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,500- 5000 บาท

พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่ จะมาซื้อผลิตภัณฑ์กับเพื่อน ค่าใช้จ่ายโดยประมาณคนละ 25-50 บาท โดยนิยมมาซื้อผลิตภัณฑ์ วันเสาร์ - อาทิตย์ ในช่วง 14.00-16.00 น. มีรูปแบบการซื้อ คือ ซื้อโคนัทหรือขนมแยกเป็นชิ้นและเครื่องคิม ผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด คือ โคนัท และช็อคโกแลตเย็น ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ และ รับประทานไปรโมชั่นของทางร้าน จากโบปลิ้ว และ แผ่นป้ายหน้าร้าน มีความพึงพอใจระดับมาก ใน ความสดใหม่ ความสะอาด กลิ่นหอม รสชาติของโคนัท รูปแบบกล่องและถุงที่สวยงาม การขายโคนัทเป็นชุดราคาถูกลง เมื่อเทียบกับการขายเป็นชิ้น การเดินทางมาสะดวก ความสะอาดของร้าน

บัตรสมาชิก ความเข้มแข็งแจ่มใส ความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อการกำหนดราคาโดนัทให้ถูกลงโดยลดขนาด ความสะดวกในการพกพา และการรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถนำมาเป็นประโยชน์สำหรับกิจการในการวางแผนปรับปรุงกิจการในหลายๆด้าน ควรมีการปรับปรุงรสชาติของพาย พันธุ์ผลไม้ และ จัดทำเครื่องดื่ม ให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ ดึงดูดผู้บริโภคให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) โดยการให้ส่วนลดพิเศษ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด