

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการเบเกอร์รี่ใน
อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์
ทำเบเกอร์รี่

ผู้เขียน

นางสาวมณฑิรา สายกับ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.ศรัญญา กันตะบุตร

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการเบเกอร์รี่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อวัตถุดิบ และอุปกรณ์ทำเบเกอร์รี่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการเบเกอร์รี่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 153 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ วันที่สะดวกมาใช้บริการซื้อสินค้าคือ ช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ ความถี่ในการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์เบเกอร์รี่ คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการเปรียบเทียบราคาสินค้า และมีร้านประจำ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำเบเกอร์รี่มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี ระยะเวลาการดำเนินกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำในปัจจุบัน คือมากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี มีการซื้อสินค้าประเภทแป้ง และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์เบเกอร์รี่เฉลี่ยแต่ละครั้งจำนวน 1,000 – 2,000 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านเบเกอร์รี่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อวัตถุดิบ และอุปกรณ์ทำเบเกอร์รี่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมกับทุกปัจจัยในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก ปรากฏผลดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้าดีมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ด้านการจัดจำหน่าย

คือ ภายในร้านสะอาด จัดเรียงสินค้าสวยงาม ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ สามารถเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุดได้

ปัญหาที่พบสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สินค้าขาด สินค้าไม่หลากหลาย ราคาสินค้าผันผวนและที่จอตลอดไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ควรเปิดให้บริการทุกวัน ควรเพิ่มพื้นที่การให้บริการในร้าน ควรมีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำตัวผลิตภัณฑ์

Independent Study Title	Marketing Mix Affecting Bakery Entrepreneurs in Mueang Chiang Mai District Towards Purchasing Bakery Materials and Equipment
Author	Miss Montira Saikub
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Saranya Kantaboot

ABSTRACT

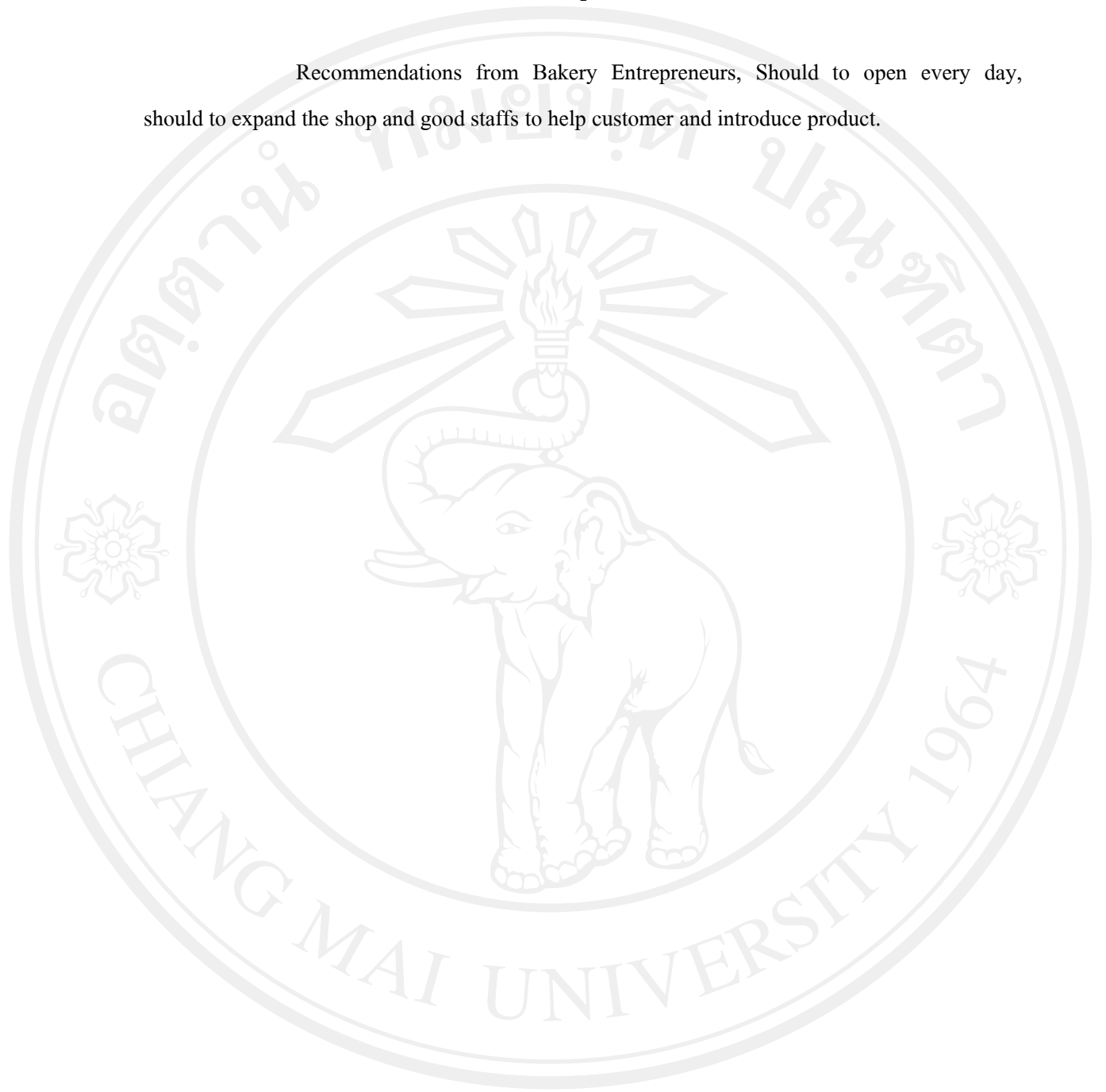
The objective of this independent study was to study marketing mix factors that affected Bakery Entrepreneurs in Mueang Chiang Mai District on Purchasing Bakery Materials and Equipment. In this study, questionnaire was used to collect data from Bakery Entrepreneurs in Mueang Chiang Mai District 153 Bakery Entrepreneurs. The statistical methods are of frequency, percentage and mean values were applied.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were females, 31-40 years old, with Bachelor's degree, owner of bakery shop. They went to the Bakery Materials and Equipment shop during Monday to Friday, 2-3 times a week, compare prices. They had operated the business for 1-3 years. The expense of each visit was 1,000 – 2,000 bath.

From the study of marketing mix factors, it was found that most respondents ranked all factors at the high level, in the following order: product, place, price and promotion. The first ranked sub-factor in each category was: for product, quality of product, for place, cleanness of store location and product shelf, for price prices were reasonable, for promotion, the ability to replace the broken product.

For problems from Bakery Entrepreneurs, it was found that goods were out of stock, less product variety, the price is not stable and the parking lots were not large enough.

Recommendations from Bakery Entrepreneurs, Should to open every day,
should to expand the shop and good staffs to help customer and introduce product.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved