

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษากลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้
ผู้วิจัย	ผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
ระดับการศึกษา	สมยศ ชาญสิกขกร
พ.ศ.	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีระชานกรรมการที่ปรึกษา	2547
กรรมการที่ปรึกษา	ผศ.ดร. วันชัย ประเสริฐศรี
	อาจารย์ อัจฉรา ชำนิประศาสน์

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้กับการเลือกซื้อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิด และแบบเลือกตอบสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไควส์แควร์

ผลวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก
2. การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยกลยุทธ์การตลาดในการเลือกซื้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำคอตโต้

Abstract

TE 160170

The Title	Strategy of Marketing and Customer of Discriminate To Buy the Eaucets Cotto Products in Bangkok
The Author	Somyos Chasikkakorn
Programme	Master of Business Administration General
Year	2004
Chairman. Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Wanchai Prasertsri
Thesis Advisor	Achara Chamniprasart

The objectives of this study are to study the strategy of marketing and customer of discriminate of buy. The faucets Cotto Products in Bangkok. Metropolitan and study the relationship between strategy of marketing of customer discriminate to buy the faucets Cotto Products in Bangkok and study level to buy the faucets Cotto Products in Bangkok. Four hundred sample were collected and Analyzed with SPSS Program. The following are statistic use to analyze data : percentage and Analysis of relationship with Chi – Square test Form the study is has been found the strategy of marketing .

1. That major sample to buy the faucets Cotto Products 4 sectors product, price, Place or Distribution, Promotion
2. To buy the faucets Cotto Product to think effect of high level shown that plan, product, price and promotion.
3. The relationship between strategy of marketing and customer of discriminate to buy. The faucets Cotto Products shown that. Price, Product, Place and Promotion are related.