

ชื่อโครงการ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

ผู้วิจัย 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรวรรณ ดิประเสริฐ

 2. อาจารย์ประกายรัตน์ สุวรรณ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ของผู้สูงอายุ และ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจาก กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทดีสคานท์สโตร์ที่อยู่ใน รูปแบบของไฮเปอร์มาร์เก็ตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ เทสโก้โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ คาร์ฟูร์ไฮเปอร์มาร์เก็ต และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ปรากฏผลของงานวิจัยดังนี้ ผู้หญิงเป็นกลุ่มที่ซื้อ สินค้าเข้าสู่แบรนด์มากกว่าเพศชาย ตราสินค้าที่เลือกซื้อ คือ เทสโก้ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อเข้าสู่แบรนด์ ได้แก่ คุณภาพสินค้าดี สะดุดตา มีมาตรฐาน มีป้ายฉลากชัดเจน ราคา ถูก ราคาเหมาะกับคุณภาพเหมาะสม หาซื้อง่าย วางบนชั้นวางสินค้าที่หยิบง่าย โฆษณาตามสื่อ ภายในร้านค้า ลดราคา และแจกของแถม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเข้าสู่แบรนด์ของกลุ่มผู้สูงอายุใน อนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด ผู้สูงอายุ