ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานแปรรูปอาหาร

ผู้เขียน นายวิชิต เหมพรรณไพเราะ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นว้าแบบอิสระ

นายวิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์ ประธานกรรมการ
อาจารย์เอก บุญเจือ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานแปรรูปอาหาร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานแปรรูปอาหาร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 111 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแบบเชิงพรรณา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งในฝ่ายควบคุม/ประกันคุณภาพของโรงงานแปรรูปอาหาร ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นแบบบริษัทจำกัด มีการจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ GMP นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเป็นอย่างดี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสำหรับโรงงานแปรรูปอาหาร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเคมีภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยต่างๆที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ไม่มีการปนเปื้อนของโลหะหนัก หรือสารที่เป็นพิษ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลของพนักงานขายอย่างครบถ้วน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Stuudy Title Marketing Mix Factors Affecting Food Processing Factories Purchasing Decision Towards Cleaning and Sanitizing Chemicals

Author Mr. Wichit Hempunpairoh

Degree Master of Business Administration

Independent Stuudy Advisory Committee

Mr. Wicharn Sirichaieakawat Chairperson

Lecturer Ek Bunchua Member

ABSTRACT

This independent study had objective to study the marketing mix factors affecting food processing factories purchasing decision towards cleaning and sanitizing chemical. Questionaires were used to collect data from 111 persons involved in the decision making process. The data were analysed by using descriptive statistics consisted of frequency, percentage and mean.

The result of this study found that most of respondents were in quality control and quality asurance department. Most of food processing factories were company limited. They distributed product both in Thailand and International. They had been certified GMP quality standard. Moreover, the respondents had capable knowledge about cleaning and sanitizing chemical.

Regarding the marketing mix factors affecting food processing factories purchasing decision towards cleaning and sanitizing chemical, it was found that the overall importance scores were rated at high important level: product place promotion and price respectively. When considering in details, the sub factors that were rated at the highest average score were as follow.

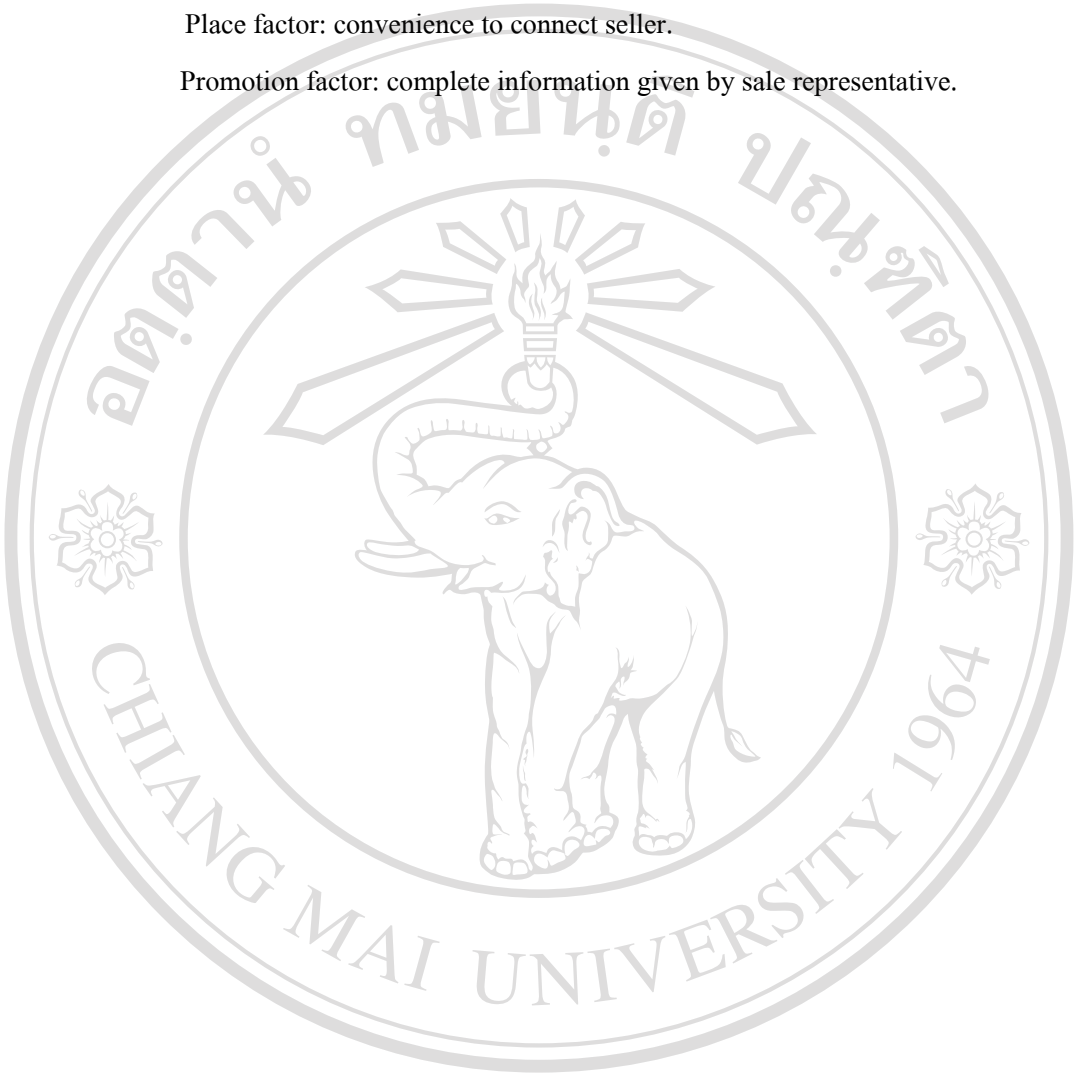
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Product factor : products must not contaminated of metal and toxic.

Price factor: price relation to quality.

Place factor: convenience to connect seller.

Promotion factor: complete information given by sale representative.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved