

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	นางสมใจ สะสิทธิ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 250 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพทางครอบครัวโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่ซื้อหือแบรนด์มากที่สุด เหตุผลสำคัญที่เลือกซื้อคือ ชื่อเสียงของตราหือ สถานที่ในการเลือกซื้อคือ โมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี โลตัส ซื้อต่อครั้ง 201-500 บาท และซื้อนานๆ ครั้ง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยย่อยต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามารถสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ รสชาติและกลิ่น

จ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ สถานที่จัดจำหน่ายที่ง่ายและสะดวก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ การลดราคา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Service Marketing Mix Factors Influencing Purchasing Decision of Chicken Soup Extract Supplement in Bangkok
<b>Author</b>	Mrs. Somjai Sasithorn
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Orapin Santidhirakul

### **ABSTRACT**

This independent study aimed to study the marketing mix factors influencing purchasing decision of chicken soup extract supplement in Bangkok. The data was collected from 250 respondents by using a questionnaire. Descriptive statistics consisting of frequency, percentage and mean were used to analyze the data.

In this study, it was found that the majority of respondents were female, between 20-29 years old, single, worked as employees, had income of 10,000-20,000 baht per month and had Bachelor's degree. "Brand" is the most popular brand of chicken soup extract supplement they bought. The important reason in choosing this brand was the brand's reputation. The respondents bought them from modern trades, such as Big C and Lotus. They spent 201-500 baht per purchase and did the buying occasionally.

From the study of marketing mix factors influencing purchasing decision of chicken soup extract supplement in Bangkok, it was found that all marketing mix factors were ranked at the high level which can be arranged in respective order as follows: product, place, price and promotion.

When considering the details of each factor, the results were as follows:

For product, the respondents indicated taste and odor as priority. For place, the respondents indicated easy and convenient buy as priority. For price, the respondents indicated reasonable price in relation to quality as priority. For promotion, the respondents indicated discount as priority.