

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน

จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน

นางสาวพัชรี หยกเล็ก

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าคั่วแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตรกรรณ์ พงษ์ไพบุลย์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาการค้าคั่วแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี และศึกษาปัญหา
ในการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง
จากสตรีผู้ที่ซื้อหรือใช้ครีมบำรุงผิวหน้า ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และนำข้อมูล
มาประมวลผล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ อัตราร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
สำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอ
กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบ
สอบถามในลำดับแรก มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ได้แก่ มีป้ายแสดง
ราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป และด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด

นอกจากนี้ พบว่า ทรานส์นาคีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ OLAY PONDS และ NIVEA ตามลำดับ สตรีส่วนใหญ่จะซื้อประมาณ 2 เดือนต่อครั้ง และนิยมซื้อที่ห้างสรรพสินค้า ที่หันมาใช้ครีมบำรุงผิวหน้าก็เพื่อต้องการให้ผิวมีความชุ่มชื้น และการเปลี่ยนแปลงราคาของทรานส์นาคีที่ใช้ประจำมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างมาก หากทรานส์นาคีที่ใช้ประจำไม่มีวางจำหน่าย ส่วนใหญ่จะไม่ซื้อตราอื่นแทนเพราะกลัวว่าใช้ตราสินค้าอื่นแล้วจะแพ้

และจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ทุกปัญหาในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด และปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ในลำดับแรก มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคา ผลิตภัณฑ์ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้