

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำยาล้างจาน

ผู้เขียน

นายวิโรจน์ ถาวรประชา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ชวณ ลิงหจริญ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาล้างจานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี สถานภาพทางครอบครัวสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน อาชีพรับจ้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,001 - 30,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาล้างจาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ล้างได้สะอาด ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือหาซื้อได้ง่าย สะดวก และมีวางจำหน่ายร้านค้าทั่วไป ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Consumers in Bangkok
Towards Purchasing Dishwashing Liquid

Author Mr. Wirote Thawornpracha

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Chawaphon Singhajarun

ABSTRACT

This independent study were marketing mix factors affecting consumers in Bangkok towards purchasing dishwashing liquid. Samples of this study were specified to 200 consumers in Bangkok who purchased the dishwashing liquid product. Questionnaires were used as the tool to collect data; then, data obtained were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage and mean.

Based upon the study, most respondents were married, female, aged of 30-39 years old. They were holded the highest education at Bachelor's degree, had 4-6 family members and earned monthly income at amount of 10,001-30,000 baht.

The result of the study on marketing mix factors affecting consumers towards purchasing dishwashing liquid presented that the respondents concerned at the highest level on price and product factors and at a high level on place and promotion factors.

In Product factor, the respondents concerned the most affecting purchasing decision was the cleanliness. Price factor was the reasonable price comparing with its quality. Place factor was the easy-and-convenient to purchase. Promotion factor was the sale promotions such as price deduction and premium product.