

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไส้กรอกอีสานของผู้บริโภคบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวกิตติยา พวงดอกไม้
รหัสประจำตัว	56611229
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอปอล์ สุวรรณเมฆ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อไส้กรอกอีสาน บริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคไส้กรอกอีสานจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าสถิติการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก แบบ 2 กลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 20-30 ปี จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่เฉลี่ยของการซื้อเท่ากับ 4.51 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 27.21 บาท ตัวของผู้บริโภคเองเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ เวลาที่บริโภคคือช่วง 16.01-19.00 น. ความชอบรับประทานเป็นสิ่งจูงใจแรกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อไส้กรอกอีสาน

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อไส้กรอกอีสาน โดยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก แบบ 2 กลุ่ม พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไส้กรอกอีสานบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ มาตรฐานของสินค้าและกลิ่นของไส้กรอกอีสาน มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในทิศทางตรงข้ามหรือมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้สนใจที่จะซื้อไส้กรอกอีสาน ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อของไส้กรอกอีสานและการตอบคำถามของพนักงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ไม่ได้สนใจซื้อไส้กรอกอีสานบริเวณตลาดนัดสุวรรณภูมิ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05 และ 0.05 ตามลำดับ