

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวรุจิยา จรัสสิทธิสิน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	5 กันยายน 2555
จำนวนหน้า	73 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมการณ์ซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน จำแนกตามเพศ ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 250 รายสุ่มตัวอย่างตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างข้อมูลประชากรสองกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท สรุปผลการศึกษา ดังนี้

พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนอาบน้ำเป็นประจำ เพราะล้างออกง่ายกว่าสบู่เหลว สามารถชำระล้างสิ่งสกปรกได้ดี มีราคาถูกกว่าสบู่เหลว และเนื่องจากความเคยชิน ตรายี่ห้อที่ซื้อมากที่สุดคือ ลักส์ รองลงมา

คือ โพรเทคส์ และเด็ทตอล เหตุผลในการเลือกยี่ห้อดังกล่าว เพราะสินค้ามีคุณภาพดี มีความ
คุ้นเคยกับตรายี่ห้อ ช่วยระงับกลิ่นกาย กลิ่นถูกใจ และช่วยปกป้องจากแบคทีเรีย ซ็อแพ็คส์ก่อน
ทุกเดือน เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนด้วยตนเอง ใช้สบู่ก้อนร่วมกับคนในครอบครัว ซ็อที่
โมเดิร์นเทรต ซ็อเมื่อสบู่ที่ใช้หมดหรือเกือบหมด และไม่เคยซื้อให้ผู้อื่นในโอกาสพิเศษเลย

กลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความแตกต่างกันด้านการ
เลือกใช้ประเภทของสบู่อาบน้ำ สาเหตุที่ใช้ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน คุณสมบัติ ความถึในการซื้อสบู่ก้อน
การใช้ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนร่วมกับคนในครอบครัว กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน
ด้านผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์ไม่ทำให้เกิดความระคายเคือง ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก ประสิทธิภาพการทำ
ความสะอาด เนื้อสบู่ไม่ละหรือเปื่อยยุ่ยง่าย ด้านราคา: ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และ
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ด้านการส่งเสริมการตลาด: การลดราคา การโฆษณาทางโทรทัศน์หรือวิทยุ
และการแจกสินค้าทดลอง

กลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความแตกต่างกันในเรื่องของ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์