

## บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารเส้นใยลดความอ้วน  
ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวสุดสิริ ปัญญาเทียม
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
- หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : ตุลาคม 2543
- จำนวนหน้า : 57 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารเส้นใย ลดความอ้วน" ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารเส้นใยลดความอ้วน ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยแบบหลักความน่าจะเป็น ประชากรคือประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่เคยหรือกำลังใช้ผลิตภัณฑ์สารเส้นใย การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-31 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนเงินที่ได้รับประมาณ 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน อาชีพพนักงาน/นักศึกษา พฤติกรรมการบริโภคสารเส้นใย นั้น เพศหญิงจะมีการบริโภคผลิตภัณฑ์สารเส้นใย เป็นประจำมากกว่าเพศชาย และนิยมผลิตภัณฑ์ที่เป็นธัญพืช(ข้าวโพด,ข้าวกล้อง) รองลงมา คือ หัวบุก มีการบริโภคนาน ๆ ครั้ง และเจาะจงยี่ห้อในการซื้อ วัตถุประสงค์ที่ซื้อ คือเพื่อรักษาสุขภาพ และเชื่อว่าผลิตภัณฑ์สารเส้นใย สามารถรักษาโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหารได้ ในปัจจุบันผู้บริโภคจะเลือกใช้วิธีการลดน้ำหนักโดยการ ออกกำลังกาย รองลงมา คือ ลดอาหารและรับประทานผลิตภัณฑ์สารเส้นใย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารเส้นใย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยทุกด้าน แต่จะให้ความสำคัญกับ ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เป็นพิเศษ เพราะผู้บริโภคหันมาสนใจเรื่องการรักษาสุขภาพโดยการใช้อาหารที่มาจากธรรมชาติมากยิ่งขึ้น รองลงมา

คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิต หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญในเรื่อง วัตถุประสงค์ที่มาจากธรรมชาติ ความปลอดภัย คุณภาพ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภค ด้านราคา ไม่ควรตั้งราคาขายปลีกและขายส่งให้แตกต่างกันมากนัก และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยมุ่งการขายผ่านทาง แพทย์และโรงพยาบาล เพราะบุคคลเหล่านี้จะได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้บริโภคอย่างมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นทางสื่อโฆษณาด้านโทรทัศน์ รวมทั้งต้องประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ความรู้ในตัวสินค้า รวมทั้งความรู้ในการเลือกซื้อสินค้า และวิธีการใช้อย่างถูกต้องแก่ผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น