

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง** : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสุนัขไปรูลิน่าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- ผู้จัดทำ** : นางสาวกรกมล สรเสริมสมบัติ
- อาจารย์ที่ปรึกษา** : ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
- หลักสูตร** : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน** : พฤษภาคม 2546
- จำนวนหน้า** : 64 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “ พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสุนัขไปรูลิน่าของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสุนัขไปรูลิน่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค และใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาต่อเนื่องต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ในการกำหนดประชากร คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสุนัขไปรูลิน่าที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 14,001 – 17,000 บาท ไม่มีโรคประจำตัว และบริโภคผลิตภัณฑ์ฯมาเป็นเวลา 9 เดือน พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายสไปรูลิनाของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์ฯอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยไม่เคยเปลี่ยนตราผลิตภัณฑ์ฯ สำหรับกลุ่มที่เคยเปลี่ยนตราผลิตภัณฑ์ฯเนื่องจากราคาแพงเกินไป บริโภคผลิตภัณฑ์ฯเพราะช่วยบำรุงร่างกาย ผู้บริโภคพอใจกับผลที่ได้รับหลังจากที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์ฯ แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฯมาจากเพื่อน ได้รับข้อมูลจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ซื้อผลิตภัณฑ์ฯที่ร้านขายยาทั่วไป จำนวนครั้งละ 3 กล่อง ปริมาณที่บริโภคผลิตภัณฑ์ฯวันละ 3-6 เม็ด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ฯต่อในอนาคต กลุ่มที่ไม่แน่ใจว่าจะบริโภคผลิตภัณฑ์ฯต่อในอนาคตเนื่องจากถ้าสุขภาพแข็งแรงดีแล้วก็จะเลิกทาน กลุ่มที่ไม่บริโภค ผลิตภัณฑ์ฯต่อในอนาคตเนื่องจากราคาแพงไม่คุ้มค่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายสไปรูลินาของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือของบริษัทที่จำหน่ายหรือผลิต และการที่มีผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือ รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย และบทบาทพนักงานขาย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การมีสินค้าให้เลือกครบถ้วนอยู่ตลอด การบริการรวดเร็วเป็นกันเองและให้ความรู้แก่ลูกค้าสม่ำเสมอ สถานที่ซื้อใกล้ที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัย และมีสาขาให้เลือกซื้อมาก ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่สูงเกินไป และราคามาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสาหร่ายสไปรูลิना ตราสไปรูเมท และตราอื่นๆ ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ที่จำหน่ายหรือผลิต การมีโปรตีนสูง การแจกสินค้าให้ทดลองก่อน ราคามาตรฐานเดียวกัน ทั่วประเทศ และมีการตั้งราคาขายแบบจัดเป็นชุด