

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพแอมเวย์ ของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : เมตตยา นุชนิยม

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ

หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : กันยายน 2547

จำนวนหน้า : 96

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพแอมเวย์ของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์ นิวทริ-โปรตีนของแอมเวย์ และศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์ นิวทริ-โปรตีนของแอมเวย์ของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง 270 ตัวอย่าง ค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ค่าสถิติที่ใช้เป็นค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการทดสอบความแปรปรวนแบบ (Analysis of Variance) ANOVA การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้เริ่มทำการศึกษาวิจัยเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม – 3 ตุลาคม 2547 รวมเป็นระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ 6 เดือน

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกแอมเวย์และเป็นสมาชิกแบบสามารถขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ (Amway Business Owner) เหตุผลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกเนื่องจากสนใจและต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ เพศหญิงและเพศชายบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์นิวทริ-โปรตีนของแอมเวย์ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน สถานภาพโสดหรือสมรสไม่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์นิวทริ-โปรตีนผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ประจำ ประกอบอาชีพเป็น

พนักงานบริษัทเอกชน จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์นิวทริ-โปรตีน แบบไม่ประจำ รับคำแนะนำในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากตัวแทนขายตรง เหตุผลในการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพเนื่องจาก มีความเชื่อมั่นในคุณภาพที่ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพนิวทริไลท์ นิวทริโปรตีน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากศูนย์สาริต ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ส่วนใหญ่จะบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ นิวทริไลท์ นิวทริโปรตีน ควบคู่ไปกับนิวทริไลท์ แอคทีฟ 8 มิกซ์ รสส้ม (เครื่องดื่ม) และจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพแบบไม่แน่นอน มีความถี่ในการซื้อ 4 เดือนครั้งขึ้นไป ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้ผลิตภัณฑ์ต่อไปแน่นอน เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพที่ได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ นิวทริไลท์ นิวทริ-โปรตีน

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ นิวทริไลท์นิวทริ-โปรตีนแอมเวย์ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พิจารณาถึงความแตกต่างของ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำแนกตามอายุ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำแนกตามระดับการศึกษา และพบว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัย ทางด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำแนกตามระดับรายได้