

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดในอำเภอเมืองเชียงใหม่
ผู้เขียน	พันตำรวจโทศุภชัย วัลย์คำ
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วรัทยา แจ่มกระจ่าง

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 21-60 ปีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท สถานภาพโสด

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดแบบแคปซูล ประเภท วิตามินรวม จุดประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดเพื่อบริโภคเองมีความถี่มากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง โดยซื้อจากร้านขายยา มีความนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดจากแหล่งผลิตในประเทศไทย และมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน เหตุผลในการซื้อเพื่อบริโภคเนื่องจากเป็นคนรักสุขภาพอยู่แล้ว ตราสินค้าที่นิยมซื้อ ได้แก่ Blackmores, แบรินด์, MEGA, และแบนเนอร์ โดยมีเหตุผลในการเลือกตราสินค้าคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานการยอมรับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดตามบรรจุภัณฑ์โดยดูจากความน่าเชื่อถือและแลดูสะอาดตา การเลือกตราสินค้าเลือกจากตราสินค้าเดิมที่ตั้งใจไว้ มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทน โดย โดยหาซื้อที่แหล่งอื่น ๆ ก่อนซื้อตราสินค้าอื่นทดแทนค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดต่ำกว่า 1,000 บาทต่อการซื้อหนึ่งครั้ง จะซื้อเมื่อได้รับคำแนะนำจากแพทย์เภสัชกร ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่นิยมสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะได้สินค้าของแท้หรือไม่ และไม่แน่ใจในแหล่งที่จำหน่ายสินค้า

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดเม็ดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด ด้านผลิตภัณฑ์คือมีเครื่องหมายรับรองจากอย. ด้านราคาคือมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพค่าเฉลี่ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือมีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior in Buying Tablet Dietary Supplement Products in Mueang Chiang Mai District

Author Pol. Lt. Col. Supachai Wanglaikham

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr. Varattaya Jangkrajarn

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate consumer behavior in buying tablet dietary supplement products in Mueang Chiang Mai district. Samples were specified to 280 adult consumers in the age of 21-60 years old, who purchased the tablet dietary supplement products in Mueang Chiang Mai district. Data was collected in according to the convenient sampling method with predetermined quota for age. The findings presented that most respondents were female in the age of 21-60 years old with Bachelor's degree. They worked as private company employee whose average monthly income was ranked at the amount of 15,000-30,000 Baht and were single.

Based upon the study on behavior of consumers in buying tablet dietary supplement products in Mueang Chiang Mai district, the results revealed that the majority of respondents consumed multi-vitamin and bought it for self-consumption. They preferred the products produced in Thailand and believed that the qualities of domestic and imported products were indifferent. Most of them consumed it in a form of capsule and bought it from drugstores with the frequency of once in over than 3 months. Reason in consuming this product was referred to their health-concerned habit. The most favorite brands of tablet dietary supplement products included Blackmores, Brand, MEGA, and Banner. The chose these brands due to its accepted standard quality. A criterion in selecting the product was mentioned to its reliable and neat package. They intentionally bought and decided to replace the finished product with the same product brand. They would buy a different brand after making attempt to find the needed one at different shops. In each

time of purchase, the expense for tablet dietary supplement products was found at lower than 1,000 Baht. They also spent lower than 1,000 Baht for each type of tablet dietary supplement products. They bought it in according to the recommendation made by doctors and pharmacists. Online distribution channel via Internet or Social Network had not yet been popular among these consumers since the majority did not preferred buying it on the Internet. However, a little number of them did online-purchase as they felt convenient to do so. They did not have to arrange any transportation for their purchase and also felt easy to search for product information through the Internet. For those who denied buying the product via online channel, they revealed that they were not sure if the product was genuine and suspicious on the place of product distribution.

Regarding the study on marketing mix factors affecting the decision of consumers towards buying tablet dietary supplement products in Mueang Chiang Mai district, the results presented that the consumers paid high level of importance on 4 marketing mix factors as follows. 1) Product factor affected their buying decision at high level and the highest level of importance was given to having the certified stamp from Food and Drug Administration. 2) Price factor affected their buying decision at high level and the highest level of importance was given to the reasonable price comparing to product's mean quality. 3) Place factor affected their buying decision at high level and the highest level of importance was given to the image of product related to its reliability. 4) Promotion factor affected their buying decision at high level and the highest level of importance was given to the television advertisement.

For problems and suggestions as obtained by interviewing with the respondents, the results suggested that most of them felt that for safe consumption, the purchase of tablet dietary supplement products should be done under the advises of doctors or pharmacists. For the highest benefits, the consumers should get to know the products by reading through its label to learn about ingredients, benefits, indications for a certain product and its limitations, as well as possible side-effects. They also agreed that if they were not sure of taking the product, they should consult with doctors and pharmacists. The government sectors should also keep control and examine all tablet dietary supplement products in the market, encourage consumers to consume the products with the certified stamp of Food and Drug Administration, and provide accessible news and information on tablet dietary supplement products to better the understanding of consumers.