

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นายนันทพงศ์ เตือนยืนยงค์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้บริโภควัยทำงานที่มีอายุ 18-60 ปี และเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในช่วงเวลาไม่เกิน 6 เดือน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ณ ร้านขายยาแบบลูกโซ่ หรือแฟรนไชส์ จำนวน 8 แห่ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-31 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีรูปร่างลักษณะปกติ/สมส่วน ราคาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ซื้อคือ 501-1,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักจากร้านขายยา มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักเดือนละ 1 ครั้ง ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อการควบคุมน้ำหนักชนิดเม็ด/แคปซูล โดยผลิตภัณฑ์ที่ซื้อส่วนใหญ่มีคุณสมบัติในการดักจับ/ลดการดูดซึมของแป้งและน้ำตาล

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ นิตยสาร/วารสาร รองลงมา คือ พนักงานขายหน้าร้าน และคนรู้จัก เช่น เพื่อน พี่ น้อง ญาติ เป็นต้น โดยบุคลากรทางการแพทย์ เช่น เกสเซอร์ประจำร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา คือ คนรู้จัก เช่น เพื่อน พี่ น้อง ญาติ เป็นต้น และพนักงานขายหน้าร้าน

สำหรับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังนี้

ขั้นตอนการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก คือ คนรู้จัก เช่น เพื่อน พี่ น้อง ญาติ เป็นต้น โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเรื่องคุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ราคา และส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคลากรทางการแพทย์ เช่น เกสเซอร์ประจำร้านขายยา มากที่สุด และข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ราคาของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ส่วนประกอบ และคุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ และตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก คือ ต้องการกำจัดไขมันส่วนเกิน/มีรูปร่างดี รองลงมาคือ ต้องการรักษารูปร่าง ให้น้ำหนักเพิ่ม และต้องการมีสุขภาพที่ดี

ขั้นตอนการบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังการซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ได้ซื้อมาใช้แล้วจากอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ตนได้ซื้อมาใช้แล้วมากที่สุด รองลงมาคือ ผลข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติ/กลไกในการควบคุมน้ำหนักของผลิตภัณฑ์

Independent Study Title Media Exposure Affecting Consumer Decision Towards
Buying Dietary Supplements in Mueang Chiang Mai District

Author Mr. Nantapong Theunyanyong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Piyaphan Klunklin Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating how media exposure affecting consumer buying decision towards dietary supplements for weight control in Mueang Chiang Mai District. The data were collected from consumers in working aged of 18 to 60 years old who had bought dietary supplements for weight control within 6 months prior to the time of data collection. The samples for this study were 400 and selected by quota sampling at 8 chained and franchise drugstores in Mueang Chiang Mai District. The data were collected by using questionnaires and were analyzed and presented in frequency, percentage and mean.

The study found that most of the respondents were female, 25 to 31 years old, single, with Bachelor's degree. Most of them were working as employees with an average monthly income of 5,001 to 10,000 Baht and had normal with proportional figure. Each spending for dietary supplements for weight control ranged from 501 to 1,000 Baht and most supplements were bought at drugstores. The frequency of purchase was once a month and the most bought supplements were in tablet and capsule. Most supplements had the function for trapping carbohydrate and reducing sugar absorption.

From the study, the most exposed media were magazines, sales people, and peers such as friends or family members. The exposed media affected buying decision most was medical personnel such as pharmacists at drugstores, friends or family members, and sales people.

For media exposure behavior that affecting buying decision, the results of the study were as follows.

At need recognition stage, the study found that most respondents received information the most about mechanism in controlling weight following by price and ingredients of product. They received such information mostly from peers such as friends or family members.

At information search stage, the study found that after they were interested in buying dietary supplement for weight control, they needed more information about price, ingredients and mechanism in weight controlling. They received such information mostly from medical personnel such as pharmacists in drugstores.

At the stage of alternative evaluation and making decision, the study found that the most important reasons for buying dietary supplements for weight control were to terminate excess fat in order to have good figure and to maintain body weight and be healthy.

At the stage of consumption and post-purchase evaluation, the study found that most respondents compared price, side effects and mechanism in controlling weight. They received such information mostly from internet.