

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายสุรเมศวร์ ชีรการย์ชัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ ชารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2547
จำนวนหน้า	: 52 หน้า

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สุ่มตัวอย่างตามสะดวก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 31 - 45 ปี สถานภาพโสดและสมรสใกล้เคียงกัน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท

พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวพรรณมากที่สุด รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์ประเภทวิตามิน และผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใช้แล้วได้ผลคือสุขภาพร่างกายแข็งแรง ได้ผลตามสรรพคุณของผลิตภัณฑ์นั้นจริง ๆ และมีความรู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า สถานที่ซื้อจากร้านขายยาที่มีเภสัชกรแนะนำ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 500 - 1,000 บาท/เดือน ชำระด้วยเงินสด รับประทานมาเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ปี โดยมีเหตุผล เป็นผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันชั้นนำ และตรงกับอาการหรือสภาพร่างกายของตนเอง และรู้จักผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสื่อทีวี

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัยในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญกับการรับประกันสินค้าเมื่อใช้แล้วไม่ได้ผล การโฆษณาผ่านสื่อหลายทาง ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก ป้ายโฆษณามองเห็นได้ชัดเจน ของแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่มาก

คูปองส่วนลด และสะสมแต้มเพื่อรับรางวัลและส่วนลดพิเศษ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายขนาด มีบริการปรึกษาวิธีใช้สินค้าแต่ละประเภท บริการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล และบริการตรวจเช็คร่างกายและผิวพรรณ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่มีราคามาตรฐานตามที่บริษัทต้นสังกัดกำหนด และราคาถูก ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มองเห็นได้ง่าย การจัดวางสินค้าในตำแหน่งที่ชัดเจนและมองเห็นได้ง่าย เป็นแหล่งรวมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และอยู่ใกล้บริเวณที่จอดรถ