

บทคัดย่อ

ปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยก็ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงกระแสนี้ได้ การดำเนินชีวิตเต็มไปด้วยความเครียด รีบเร่ง ด้วยเวลาที่อยู่อย่างจำกัดค่าครองชีพที่สูงขึ้น การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมีน้อยลงตามความจำเป็น

เหตุที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารเสริมเพราะมีปัญหาเรื่องการรับประทานอาหารเช้า วิธีรับประทานอาหารเช้าไม่ครบ 5 หมู่ ไม่มีความรู้ทางโภชนาการ หรือมีความรู้ทางโภชนาการที่ดีแต่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพได้เข้ามาสนองความต้องการของผู้บริโภคเมื่อหลายปีมาแล้ว แต่ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของหลายบริษัทเข้ามาแข่งขันเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น การตลาดของผลิตภัณฑ์ เช่น การขายตรง หรือโฆษณาในนิตยสารต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคสามารถซื้อได้จากร้านค้า ร้านขายยา ร้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ห้างสรรพสินค้า ในบางครั้งการขายตรงมีส่วนทำให้ผู้บริโภคเกิดการสับสนและตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาที่เกินจริงในบางผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคไม่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบางชนิดสามารถแอบอ้างสรรพคุณ ผู้บริโภคควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ หรือพิจารณาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การศึกษาอิสระนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ทางผู้ศึกษาได้ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภค
2. ส่วนประสมทางการตลาด
3. ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดและปลายปิด โดยกำหนดลักษณะคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริม โดยแบ่งเป็น 4 ด้านด้วยกัน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ฯ

ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Server research) และการค้นคว้าจากตำราและเอกสารต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บจาก คนวัยทำงานอายุระหว่าง 25-60 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากตำราวิชาการต่างๆ เอกสาร บทความและวารสารจากห้องสมุดรวมถึงหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.5 เพศชาย ร้อยละ 32.5 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 39.7 สมรส ร้อยละ 59.7 และหย่าร้าง/หม้าย ร้อยละ 0.3 ช่วงอายุมากที่สุด อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 53.1 กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด ร้อยละ 60.9 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.9 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.7

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เพื่อสุขภาพ

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด รวมทั้งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือ รูปแบบสินค้ามีความปลอดภัย และสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย คือ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

การพิจารณาแยกตามปัจจัยทางการจัดจำหน่ายกับปัจจัยทางการศึกษา โดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อสินค้าในเรื่องสถานที่มากกว่าการสั่งซื้อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

การพิจารณาแยกตามปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดกับปัจจัยทางการศึกษา สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในระดับที่ใกล้เคียงกันในทุกข้อและระดับการศึกษา