

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี

Factors affecting the decision to buy healthy food and supplements product for worker in Ratchaburi province

ชนกาญจน์ กล้าหาญ¹ รศ. เรืองรัก จำปาเงิน²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี

(3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี

ประชากรที่ใช้เป็น กลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรีที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินโครงการครั้งนี้ จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้สูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่มากกว่า 5%

โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว t-test สำหรับประชากรสองกลุ่มและ One Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า เป็นเพศหญิง 53.8% ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็น 45.8% ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็น 76.0% พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น 52.0% รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็น 42.5% การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุด การ

ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งโดยพบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความคิดเห็นสูงที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหารเสริมให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

*1 นักศึกษาโครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Visionary Leaders รุ่นที่18

(กลุ่มวิชาเอกการจัดการ) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

*2 อาจารย์ที่ปรึกษาคณค่วาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

This research Has the objectives to study demographic factors and marketing mix factors affecting the decision to buy supplements. (1) to study demographic factors, such as gender, age, education level, occupation, and income, which affect the decision to buy supplements in working age groups in Ratchaburi Province (2) to study marketing mix factors Affecting the decision to buy food supplements in working-age groups in Ratchaburi Province (3) to study the behavior of decision making to buy health food supplements for persons in working age group Ratchaburi Stratified Random Sampling in proportion to 400 samples with closed-end questionnaires defined as a structure data are descriptive statistics such as percentage, average, standard deviation. Inferential statistics, including the use of one-way analysis of variance t-test for two populations

The results of research showed level with the highest level of the product and the decision for supplements product as Female 53.8%, aged between 21-30 years, accounting for 45.8%, bachelor's degree, accounting for 76.0%, private company employees 52.0%, income between 10,001 - 15,000 baht, representing 42.5% Analysis of opinion levels of marketing mix factors The opinions were in the high level of agreement with the highest product values. Decision to buy health food supplements There was a high level of agreement with the opinion that Behavior after purchase Most Commented So that consumers can consider products in the supplement group to maximize benefits. Results of comparative analysis of demographic factors And the decision to buy dietary supplements

in working age groups in Ratchaburi Province From the hypothesis test. It was found that demographic factors affecting the decision to buy supplements, consisting of gender, age, occupation, educational level. And the average monthly income.

There was a high level of agreement with the finding that Behavior after purchase Most Commented So that consumers can consider products in the supplement group to maximize benefits.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ การดำรงชีวิตที่เร่งรีบ การแข่งขันในการเรียน การทำงาน การขาดการออกกำลังกาย การพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ การบริโภคอาหารสำเร็จรูปที่มีคุณภาพต่ำ การเลือกรับประทานอาหารเพื่อความอร่อยมากกว่าการคำนึงถึงคุณภาพอาหารที่ได้รับ พวกเราต่างเผชิญกับมลพิษต่างๆ จากสิ่งแวดล้อม ทั้งในอาหาร อากาศ น้ำ ซึ่งมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่รุดหน้าไป ร่วมกับการไม่มีเวลาในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพของตนเอง ก่อให้เกิดโรคจากความเครียดต่างๆ โรคไม่ติดต่อชนิดร้ายแรง non-communicable disease (NCDs) ได้แก่ โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคไขมันในเลือดสูง โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดและหัวใจ โรคมะเร็ง โรคอ้วนเพื่อยเรื้อรัง ทั้งนี้เกิดจากในร่างกายมีการสร้างอนุมูลอิสระออกมามากจนเกินกว่าธรรมชาติในร่างกายจะสร้างสารต้านอนุมูลอิสระมาจับตัวอนุมูลอิสระได้หมด ทำให้ร่างกายเกิดความเครียดในระดับเซลล์ เป็นสาเหตุของโรคที่เกิดจากความเครียดของเซลล์ต่างๆ ในร่างกาย

คนวัยทำงานมักจะเป็นกลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลสุขภาพกันเท่าไรนัก การเสริมด้วยวิตามินและเกลือแร่รวม เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องทำงานแข่งกับเวลาและไม่สามารถบริโภคอาหารได้ครบถ้วน แล้วมีอาการอ่อนเพลีย เหนื่อยล้าจากการทำงาน การให้วิตามินรวมและแร่ธาตุเสริมทุกวัน สามารถลดอุบัติเหตุการตัดสินใจและการหยุดงานจากการเจ็บป่วยได้ และการรับประทานวิตามินในระดับที่ตรงกับความต้องการของร่างกายจะสามารถป้องกันภาวะขาดวิตามินและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันได้

วารสารการแพทย์ชั้นนำ Journal of American Medical Association (JAMA), (2557) มีการเผยแพร่ข้อมูลว่าผู้ใหญ่ทุกคน ควรได้รับประทานวิตามินรวมวันละ 1 เม็ด เพราะในผลการศึกษายกขัณฑ์พบว่าสามารถช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเรื้อรังต่างๆ โรคหัวใจโรคมะเร็ง และโรคกระดูกพรุนได้นอกจากนั้นยังมีคำแนะนำจาก Council for Responsible Nutrition (CRN), (2557) ซึ่งเป็นสถาบันวิจัยสารอาหาร ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่าควรเริ่มต้นได้รับวิตามินและแร่ธาตุรวม ซึ่งเป็นสารอาหารที่สำคัญอย่างเพียงพอ หลังจากนั้นจึงอาจเสริมด้วยสารอาหารอื่นตามความจำเป็นของแต่ละคน

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี หรือ TMB Analytics ศึกษาโครงสร้างรายได้และการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของไทยพบว่า เป็นธุรกิจที่เติบโตต่อเนื่องและทำกำไรได้ค่อนข้างดี โดย

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเติบโตเฉลี่ย 10%ต่อปี และธุรกิจนี้ยังสามารถทำอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ได้ค่อนข้างสูงประมาณ 40-50%ต่อรายได้ จากข้อมูลบริษัทที่ประกอบธุรกิจอาหารเสริมของไทยที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ในปี 2560 พบว่ามีรายได้รวมอยู่ที่ 8.7 หมื่นล้านบาท มีผู้ประกอบการจำนวนกว่า 6,300 ราย โดยเจ้าตลาดเป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 10 ราย ซึ่งกินส่วนแบ่งตลาดไปแล้วกว่า 60%

ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการอยู่รอดและเติบโตในอนาคต จึงเป็นเรื่องของการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้า และการให้ความสำคัญกับการวิจัยพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระยะ 10 ปีข้างหน้า ตามจำนวนผู้บริโภควัยทำงานและผู้สูงอายุที่จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นจากร้อยละ 80 ในปัจจุบัน เป็นร้อยละ 85 ในปี 2571

ผลสรุปนี้ชี้ให้เห็นว่า การให้วิตามินรวมและแร่ธาตุเสริมทุกวัน สามารถลดอุบัติการณ์ของการเกิดโรคนิคมืดติดต่อและความเจ็บป่วยต่างๆ ลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในกลุ่มผู้ป่วยที่เป็นเบาหวานและกลุ่มที่ไม่ได้รับวิตามินและแร่ธาตุเสริม และจากยอดขายจะเห็นได้ว่าคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และการเสริมสุขภาพจากการทานอาหารเสริม จึงทำให้ผู้วิจัยอยากทราบปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงานซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่สมควรเริ่มทานวิตามินหรืออาหารเสริม เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในการคิดค้นหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากกลุ่มคนในวัยนี้ ต้องหารายได้ เพื่อเลี้ยงตัวเอง และครอบครัว การมีสุขภาพที่ดีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากรที่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรีที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และใช้จำนวน 400 คน

2.1 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การ

ส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี

2.4 สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริเวณสำนักงาน Office ในเขตจังหวัดราชบุรี เพราะมีสำนักงาน Office จำนวนมาก

2.5 ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ ธันวาคม 2562 ถึง มีนาคม 2563

2.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และ Multiple Regression Analysis

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงานจังหวัดราชบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงานจังหวัดราชบุรี

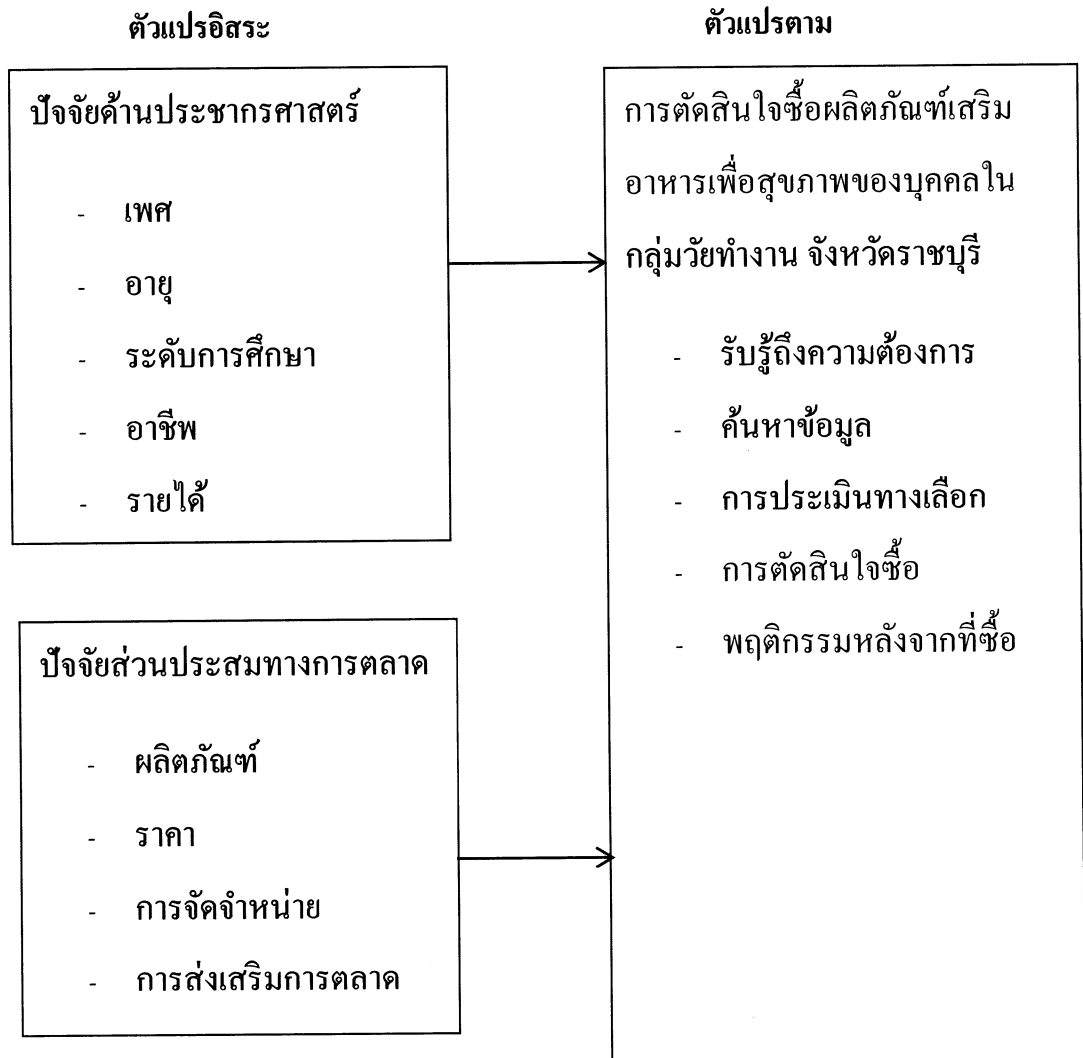
นิยามศัพท์

1. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจัดเป็นอาหารประเภทหนึ่ง ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทาน โดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติเพื่อเสริมสารบางอย่าง มักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น และมีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ มิใช่สำหรับผู้ป่วย และไม่ควรให้เด็กและสตรีมีครรภ์รับประทาน (นฤมล โกมลเสวิน. “การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” วารสารโภชนาการ ปีที่ 35, ฉบับที่ 2 (2543): 122-127)
2. วัยทำงาน หมายถึง วัยผู้ใหญ่ อายุตั้งแต่ 19 - 60 ปี เป็นวัยที่ต้องหารายได้ เพื่อเลี้ยงตัวเอง และครอบครัว ดังนั้น การมีสุขภาพที่ดีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งขึ้นอยู่กับการกินอาหาร ให้ถูกหลักโภชนาการ คือ การกินอาหารให้หลากหลาย กินให้สมดุล และกินให้พอดี โดยความพอดีของแต่ละคนนั้น ขึ้นอยู่กับอายุ เพศ และกิจกรรมด้วย (นพ. สันต์ ใจยอดศิลป์. สำนักโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข.)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำผลวิจัยไปต่อยอดธุรกิจ ในด้านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
2. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในวัยทำงาน และเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นสำหรับผู้สนใจทำธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
3. ผู้บริโภคสามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพได้

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ระเบียบการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ กลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินโครงการครั้งนี้ จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้สูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่มากกว่า 5%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามปลายเปิดที่กำหนดไว้เป็นโครงสร้าง ให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

3. วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว t-test สำหรับประชากรสองกลุ่มและ One Way ANOVA

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.8) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 46.2)

2. อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 45.8) รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 40.2) อายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 10.5) อายุระหว่าง 51-60 ปี (ร้อยละ 3.2) และอายุ 61 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 0.3) ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 76.0) รองลงมา มีระดับการศึกษาคืออนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 13.0) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (ร้อยละ 5.5) มัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 3.2) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 2.3) ตามลำดับ

4. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 52.0) รองลงมาข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 15.0) ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 14.0) บริษัท/ ห้างร้าน/ เอกชน (ร้อยละ 10.7) และรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 8.3) ตามลำดับ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 42.5) รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 36.5) รายได้ 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 10.0) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 6.5) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

ตอนที่ 2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวม

ปัจจัยลักษณะงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.60	0.527	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านราคา	4.54	0.570	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.47	0.563	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.50	0.567	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
โดยรวม	4.53	0.557	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางตอนที่ 2 พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.557 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.527 รองลงมาเป็นด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.570 มี ส่วนระดับความเห็นต่อปัจจัยลักษณะงานน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.563

ตอนที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวม

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	4.43	0.558	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านการค้นหาข้อมูล	4.47	0.555	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านประเมินผลการเลือก	4.46	0.554	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.47	0.540	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.48	0.550	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
โดยรวม	4.46	0.551	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางตอนที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.551 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความคิดเห็นสูงที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ย 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.550 มี รองลงมา เป็นด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.540 มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันอยู่ในระดับมาก และส่วนด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.558

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสูงสุดคือ รองลงมาเป็นด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. มีการแสดงข้อมูลของรายละเอียดสินค้าชัดเจน 2. ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานคุณภาพ ที่ได้รับรอง มีคุณภาพ และ 3. รูปแบบ/การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม สวยงาม ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี ด้านราคาโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. มีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน 2. มีราคาสินค้าที่ต่ำกว่าของกลุ่มแข่ง และ 3. มีราคาสินค้าที่ต่ำกว่าของกลุ่มแข่ง ตามลำดับ

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. หาซื้อได้ 2. มี

การจัดวางสินค้าให้ดูสะอาดและหาง่าย และ 3. สินค้ามีจำหน่ายทั่วไปในห้างร้าน หรือศูนย์การค้า ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. มีการจัดโปรโมชั่น (ลด แลก แจก) 2. มีพนักงานขายให้ข้อมูลสินค้า และวิธีทาน และ 3. แจกเอกสารแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำสินค้า ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากค่ามากไปหาค่าน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความคิดเห็นสูงที่สุดคือ รองลงมาเป็นด้านการตัดสินใจซื้อ และ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

3.1 ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก

1. รับประทานอาหารเสริมเพื่อความสวยงาม 2. รับประทานอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ 3. รับประทานอาหารเสริมเพื่อป้องกัน และช่วยรักษาโรคตามลำดับ

3.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี ด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วย

อย่างยิ่ง โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก 1. ท่านเห็นข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมผ่านทางโฆษณา 2. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมจากอินเทอร์เน็ต และ 3. ท่านสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมจากคนรู้จัก ตามลำดับ

3.3 ด้านประเมินผลการเลือก ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก 1. ท่านเลือกอาหารเสริมจากราคาผลิตภัณฑ์ 2. ท่านสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเสริมจากคนรู้จัก และ 3. ท่านเลือกอาหารเสริมจากราคาผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก 1. ท่านตัดสินใจซื้อตามความคุ้มค่าของปริมาณตัวยาต่อหน่วย 2. ท่านเลือกซื้ออาหารเสริมตามการประเมินจากคุณสมบัติของอาหารเสริมที่ตรงตามความต้องการของท่านเป็นหลัก และ 3. ท่านคิดว่าอาหารเสริมจะช่วยเสริมสุขภาพให้ท่าน หรือช่วยป้องกันโรคได้อย่างที่บริษัทนำเสนอ ตามลำดับ

3.5 ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปี ในจังหวัดราชบุรี ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก 1. ท่านมักจะแนะนำคนในครอบครัวให้ซื้ออาหารเสริม 2. ท่านมักจะซื้ออาหารเสริมยี่ห้อเดิม 3. ท่านจะแนะนำอาหารเสริมที่ท่านคิดว่าดีให้แก่เพื่อน ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรี จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรีมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัญญา พริกทอง (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทวิตามินเพื่อ

สุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม และรายด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมากความคิดเห็นเกี่ยวกับตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทวิตามินเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้าน

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 19 – 60 ปีในจังหวัดราชบุรี โดยรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดราชบุรีมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของธนัญญา พริกทอง (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทวิตามินเพื่อ

สุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทวิตามินเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ปัจจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรมล เปรี้ยวประเสริฐ (2544) ทำการวิจัยเรื่องกระบวนการการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาสรุปว่าพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อด้วยการคล้อยตามผู้อื่นที่แนะนำ ความต้องการของผู้บริโภคต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง สำหรับกระบวนการตัดสินใจการให้ความสำคัญในแต่ละขั้นตอนของผู้บริโภคให้ความสำคัญใกล้เคียงกัน ทั้งในด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของบุคคลในกลุ่มวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายนั้นควรมีการแสดงผลของรายละเอียดสินค้าชัดเจน เพื่อเป็นการง่ายต่อผู้บริโภคในการรับประทาน ดังนั้นธุรกิจสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปใช้ในการตัดสินใจในเรื่องของการทำกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการการตลาด โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ แม้ว่าจากผลการดำเนินวิจัยจะมีความเห็นด้วยค่อนข้างสูงแต่ยังควรเพิ่มเติมเรียนรู้ในการรับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อที่จะนำไปพัฒนา ปรับปรุงในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการกับผู้บริโภคให้มากที่สุด

Tmbbank. แนวโน้มธุรกิจอาหารเสริม ในยุคออนไลน์ครองเมือง. สืบค้นจาก

<https://www.tmbbank.com/en/newsroom/news/analytics/view/analytics->

[Supplementary.html](#)