

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทวิตามินของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายนนท์ มหิทธาฤทธิไกร
อาจารย์	: ผศ.จิระ บุรีคำ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจ มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
วันที่อนุมัติผลงาน	: มีนาคม พ.ศ. 2550
จำนวนหน้า	: 101 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริม ประเภทวิตามิน และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมประเภทวิตามิน มาบริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยสอบถามจากประชากรผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง จากผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสุขภาพประเภทวิตามิน ตามสถานที่จำหน่ายหลายแห่ง ผลการวิจัย พบว่า การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจุบันรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 96.0 และ เคยรับประทานในอดีต คิดเป็นร้อยละ 4.0 เพศของกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็น เพศหญิงร้อยละ 72.0 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ใน ช่วงอายุระหว่าง 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็น ร้อยละ 29.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาในระดับสูงกว่าปริญญา ตรี คิดเป็นร้อยละ 29.0 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลง มามีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ของกลุ่มตัว อย่าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีโรคประจำตัว คิด เป็นร้อยละ 93.5 และมี(ปัจจุบัน) โดยระบุโรค ประจำตัวที่มีปัจจุบันคือ หัวใจ ความดันโลหิตสูง และโรค หอบหืด คิดเป็นร้อยละ 6.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคย ได้รับความเจ็บป่วยเนื่องจาก การรับประทานอาหารไม่ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 96.5 รองลงมา เคยได้รับความเจ็บป่วยเนื่องจาก การรับประทานอาหารไม่ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 3.5 โดยระบุว่าเคยได้รับความเจ็บป่วยเนื่องจาก การรับประทานอาหารไม่ครบถ้วน เพราะ เนื่องจากลืมเวลารับประทานอาหาร, ทานอาหารไม่ครบ

5 หมู่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่เคยรับประทาน คือ วิตามิน ซี คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาที่เคยรับประทานคือ วิตามิน บี คิดเป็นร้อยละ 23.4

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.3 รองลงมาด้านส่งเสริมการขาย ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.96 ด้านสถานที่จำหน่าย ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.85 และด้านราคา ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.52

การทดสอบสมมติฐาน “พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศ” จากผลศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศ