

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลนครลำปาง
ผู้จัดทำ	: นางสาวกฤตวรรณ ไสตติกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: คร. ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2551
จำนวนหน้า	: 80 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครลำปาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครลำปาง การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบตามสะดวก จำนวน 200 คน ตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2550 – วันที่ 18 มกราคม 2551

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครลำปางที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพมารับประทาน จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุในช่วง 50 – 60 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงาน มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารเสริมสุขภาพเพื่อทดแทนอาหารหลัก 5 หมู่ มีความเครียดในระดับน้อย มีการออกกำลังกายทุกวัน

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพลักษณะน้ำ ประเภทวิตามิน แร่ธาตุ และผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย ชนิดกลุ่มวิตามิน ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพน้อยกว่าเดือนละครั้ง ระยะเวลาในการรับประทานอาหารเสริมสุขภาพตั้งแต่ 1 ปี - ไม่ถึง 3 ปี วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

เสริมสุขภาพเพื่อบำรุงร่างกาย ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารเสริมสุขภาพเป็นช่วงก่อนนอน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ 501 - 1,000 บาทต่อเดือน โดยซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ครายี่ห้อที่เลือกซื้อ คือ แบรินด์ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพที่เลือกซื้อบรรจุในขวดแก้ว ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพจากตัวแทนจำหน่ายทางตรงเป็นประจำ เหตุผลเนื่องจากมีพนักงานขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี แหล่งข้อมูลที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ การบอกต่อโดยบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ สื่อโฆษณาที่แสดงการรับรองจากสถาบันการวิจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ เพื่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ โดยจะบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพต่อไปเรื่อย ๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องการจัดวางผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่ชัดเจน และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องพนักงานมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวผู้บริโภค