ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

FACTOR INFLUENCING CONSUMPTION DECISION OF FOOD SUPPLEMENT OF TEENAGERS IN MUANG KHON KAEN

จุฑารัตน์ ไชยชนะ [1]
ประจักร บัวผัน [2]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือประชากรวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ในการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 21-23 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และมีความแตกต่างกันในเรื่องข้อมูลพื้นฐานเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยรวมเป็นไปได้ทั้ง 8 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านสังคมและด้านจิตวิทยา มีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคที่มีอายุ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม วัยรุ่น

Abstract

This study aimed to compare the behavior and consumption data based on the factors influencing the consumption of supplements of teenagers in the city of Khon Kaen. The population of adolescents aged 18-25 years living in the city. Khonkaen Data were collected using a questionnaire to 400 samples and then analyze the data statistically descriptive statistics. In terms of frequency, percentage, average, standard deviation. And determining the variance The study found that Most consumers are women aged between 21-23 years, single-level degree. Professional Students earn 5,000-10,000 baht per month and there are differences in their background information that factors influencing the consumption of dietary supplements in general are the eight aspects of product, price. Distribution Channels Marketing Promotion These factors include The image of the product the packaging,social and psychological aspects Consumers are important to the diets did not differ. But consumers aged And the average income per month would see that different factors influencing the consumption of food products that are significantly different.

Keywords: Dietary habits, nutritional products, teens

[1] *วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น*
87/20 โรงพยาบาลยางตลาด ต.ยางตลาด อ.ยางตลาด จ.กาฬสินธุ์ 46120โทร081-2605993 Email:aonsorin@gmail.com

[2] *รองศาสตราจารย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

อาหารมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงต่อสุขภาพและความงาม การที่จะมีสุขภาพที่ดีได้นั้นขึ้นอยู่กับการรับประทานอาหารให้ถูกหลักโภชนาการ การออกกำลังกายที่พอเหมาะ และการทำจิตใจให้แจ่มใส ไม่เคร่งเครียดหรือกังวล อาหารที่ควรบริโภคควรประกอบด้วยสารอาหารที่สำคัญ 7 ประเภทได้แก่คาร์โบไฮเดรต ไขมันโปรตีน วิตามิน เกลือแร่ ไฟเบอร์ และน้ำ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทำให้ทุกคนมีวิถีชีวิตที่เร่ง รีบต้องแข่งกับเวลา ทำให้เวลาที่จะประกอบอาหารน้อยลง โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพและคุณค่าของอาหารที่รับประทานประกอบกับสภาพความเป็นอยู่ของวิถีชีวิตแบบสังคมสมัยใหม่ไม่เอื้ออำนวยให้มีเวลาว่างพอสำหรับการสร้างสุขภาพที่ดี จึงเป็นเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมได้รับความนิยมอาจเนื่องมาจากกระแสการบริโภคอาหารเสริมกำลังได้รับความนิยมค่อนข้างมากทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่า “สุขภาพดีซื้อได้ด้วยเงิน” จึงเป็นเหตุผลในการพยายามชี้ชวนชักนำให้คนเราหันมาดูแลสุขภาพด้วยการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร [1] อีกทั้งยุคนี้เป็นยุคของข้อมูลข่าวสารผู้บริโภคจึงรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้รวดเร็วกว่าในอดีต ตลอดจนมีแหล่งในการจับจ่ายสินค้าได้หลากหลายช่องทาง อาทิ ซื้อจากร้านค้า สั่งซื้อทางไปรษณีย์ อินเตอร์เน็ต หรือแม้แต่ผ่านช่องทางการขายตรง ทำให้ง่ายต่อการแสวงหาสินค้าที่คิดว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนับเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายตามแหล่งจำหน่ายต่างๆ และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคกลุ่มที่เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารช่วยให้สุขภาพดี โดยเหตุผลของการรับประทานเป็นเพราะวิตกกังวลว่าร่างกายได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน กลัวเกิดโรคภัยไข้เจ็บบางท่านก็เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารช่วยรักษาโรค หรือช่วยให้ร่างกายสมส่วน ผิวพรรณสวยงามขึ้น ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดใดนั้น ส่วนมากมักจะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับทราบจากสื่อโฆษณาและจากบุคคลรอบข้าง [2]

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและปัจจัยที่มีผลต่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยผู้ทำการศึกษาได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่เลือกซื้อหรือเลือกบริโภคไว้หลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญและจำเป็นมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากแนวโน้มในด้านธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมได้มีความเจริญเติบโตที่สูงอย่างต่อเนื่อง และมีภาวะคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นซึ่งในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของวัยรุ่น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุดนั้นจึงต้องอาศัยปัจจัยส่วนบุคคลและคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ เป็นส่วนมาก รองลงมา คือเพื่อแก้ปัญญาด้านสุขภาพ ดังนั้นแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวก กับการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ว่ามีคุณประโยชน์ในการส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง [3] แต่ยังไม่มีการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกลุ่มวัยรุ่นนั้นว่ามีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไรบ้าง ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมืองขอนแก่น เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการหรือนักการตลาดในการนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจนจึงได้ทำการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร [4] จากการคำนวณเท่ากับ 385 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรที่ดีจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จะประกอบด้วยข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ การอธิบายระดับการให้คะแนน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด หลังจากได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแล้ว การวิเคราะห์จะนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย สำหรับเกณฑ์ที่ใช้แปรความหมายได้กำหนดเป็นช่วงคะแนน เริ่มตั้งแต่ 1.00 ถึง 5.00 โดยแบ่งช่วงคะแนนสำหรับแต่ละระดับไว้เท่าๆกันโดยให้มีอันตรภาคชั้นเท่ากัน คือ 0.8

3. **การทดสอบเครื่องมือ**

1. การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) เมื่อสร้างแบบตอบถามเสร็จแล้ว ได้นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของ

2. การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) นำแบบสอบถามทดลองไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามเท่ากับ 0.92 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามพร้อมอธิบาย แบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และรอเก็บ จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจดูความเรียบร้อย โดยเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เท่านั้นให้ได้จำนวน 400 ชุด ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือน เมษายน – มิถุนายน 2558 จากนั้นผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้มาเข้าในโปรแกรมทางสถิติเพื่อหาค่าทางสถิติ

5. **การวิเคราะห์ข้อมูล** ได้นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1. ร้อยละ (Percentage) คือ อัตราส่วนที่มีฐานหรือส่วนเป็นร้อย ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของความถี่ซึ่งใช้วิเคราะห์ด้านปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

3. **t-test** ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม

4. **F-test** เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือไม่ ในการพิจารณาตัวแปร 2 ตัวมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญนั้น ระดับนัยสำคัญที่ได้จะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จากการศึกษาผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของวัยรุ่นในจังหวัดขอนแก่น เกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 21-23 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท**

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านจิตวิทยา และด้านด้านสังคม ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และสถานภาพสมรส แตกต่างกันมีความเห็นในเรื่องปัจจัยในด้านปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านสังคมและด้านจิตวิทยาไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความเห็นในเรื่องการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นในเรื่องราคาที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 1)

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของของกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาในประชากรวัยรุ่น ที่มีอายุ ระหว่าง 18 – 25 ปี ที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า

5.1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 21-23 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้าน

5.3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคที่มีลักษณะแตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด เห็นว่าปัจจัยโดยรวมเป็นไปได้ทั้ง 8 ด้านคือ ด้านส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด) ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุภัณฑ์ ด้านสังคมและด้านจิตวิทยามีความสำคัญต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคที่มีอายุ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายละเอียดจากผลการศึกษาในแต่ละปัจจัยเป็นรายด้าน ผู้บริโภคทุกเพศ ทุกอาชีพ ทุกสถานภาพสมรสและทุกระดับการศึกษาสมารถซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมาบริโภคได้เช่นเดียวกัน แต่กับระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันกับอายุที่แตกต่างกันจะมีผลในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เนื่องจากราคาของอาหารเสริมในปัจจุบันมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ผู้มีรายได้ต่ำอาจไม่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาบริโภคได้บ่อย จึงทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องรายได้นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความใส่ใจในด้านการควบคุม และตรวจสอบคุณภาพ ให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามการรับรองคุณภาพอาหารและยา เนื่องจากผู้บริโภคต้องการคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งผู้บริโภคควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบ ก่อนทำการตัดสินใจบริโภค

2. ปัจจัยในลำดับรองลงมา คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเหมาะสมด้านราคา กับคุณภาพ ว่ามีความเหมาะสมกันหรือไม่ โดยเปรียบเทียบกับต้นทุนในการผลิต เพื่อให้เกิดความยุติธรรมต่อผู้บริโภคและควรปรับกลยุทธ์ด้านราคาอยู่ตลอดเวลาโดยคำนึงถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคด้วย

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญด้านการรับรู้ข่าวสารการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการต้องทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอย่างกว้างขวางและแพร่หลายและควรพิจารณาใช้สื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักและมีความรู้ความเข้าใจ เรื่องการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อจะได้สามารถหลีกเลี่ยงการถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมโดยเลือกศึกษาข้อมูลพื้นฐานกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ในการแบ่งส่วนการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในธุรกิจ

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้บริโภคจังหวัดอื่นๆเพื่อให้ครอบคลุมถึงปัญหาถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

3. ควรศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลของการได้รับสารอาหารที่รับประทานในแต่ละวันของกลุ่มที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมกับกลุ่มที่ไม่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรวิทยาลัยบัณฑิตการจัดการ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ประจักร บัวผัน อาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานศึกษาดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

[1] บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. **พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของคนกรุงเทพฯ**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2551 [2] กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กระทรวงสาธารณสุข.(2550). **เอกสารเผยแพร่ เรื่องผลิตภัณฑ์อาหารเสริม**.กลุ่มพัฒนาระบบนนทบุรี.

[3] ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2546).**การบริหารการตลาดยุคใหม่**.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร

[4] นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศักดิ์.(2549). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ปัจจัยภายใน / ปัจจัยภายนอก	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์	ด้านกรบรรจุภัณฑ์	ด้านสังคม	ด้านจิตวิทยา
เพศ	-	-	-	-	-	-	-	-
อายุ	-	-	-	√	-	-	-	-
อาชีพ	-	-	-	-	-	-	-	-
สถานภาพสมรส	-	-	-	-	-	-	-	-
ระดับการศึกษาสูงสุด	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	√	-	-	-	-	-	-