ชื่อวิทยานิพนธ์ **พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของพนักงานในสำนักงาน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นายไกรสร โสะเบ็ญอาหลี

สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ แนวโน้มภาวะธุรกิจของผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ และการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ทำงานในสำนักงาน ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 120 ราย และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ จำนวน 5 ราย โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างและกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติอย่างง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ X^2 (Chi -Square) ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 23 - 30 ปี นับถือศาสนาพุทธ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงานในบริษัทเอกชน ผู้บริโภคร้อยละ 37.5 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน และร้อยละ 30.0 มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 30,000 บาท ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพที่รู้จักและนิยมบริโภค คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มรังนก ซุปไก่ รองลงมาคือ กลุ่มสารประกอบเลซิติน คอลลาเจน และกลุ่มยาระบายและไฟเบอร์ สาเหตุสำคัญในการบริโภค คือ เพื่อเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่ร้อยละ 46.7 ซื้อจากห้างสรรพสินค้า โดยผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพจากสื่อโฆษณา เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มากที่สุด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพมากที่สุด คือ การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภค พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และรายได้ส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพศ อายุ อาชีพและรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละอายุ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ณ ระดับความเชื่อมัน ร้อยละ 99 และ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับรูปแบบในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ปัญหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ คือ ราคาสูงเกินไปและใช้แล้วไม่ได้ผลตามที่โฆษณา ส่วนแนวโน้มภาวะธุรกิจของผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ มีแนวโน้มไปในทางที่ดีมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัยของตนเองและการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพก็ไม่มีปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจที่สำคัญ จนทำให้ธุรกิจด้านนี้ประสบความล้มเหลวลงได้เลย เพราะผู้บริโภคยังคงเห็นถึงความสำคัญของการดูแลรักษาสุขภาพ ดังนั้น ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพจึงยังคงดำเนินกิจการต่อไปได้