

ชื่อเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

ผู้ศึกษา นางสาวสิรินดา ปัญญาสวัสดิ์ ปริญาญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วุฒิพล ฉัตรจรสฤต อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ 2) ระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ 3) การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.78 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ กำหนดนัยสำคัญของการทดสอบที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า

ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31–35 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคอยู่ในวัยทำงาน และมีการศึกษาในอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตลอดจนมีอาชีพเป็นเกษตรกรมากที่สุด รวมถึงเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001–15,000 บาทต่อเดือน

การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา จำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตาม ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผลិតภัณฑ์ และราคา ตามลำดับ

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริ โภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน และ ระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหา น้อยได้ ดังนี้ การประเมินภายหลังการซื้อ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ ซื้อ และการรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ ตามลำดับ

ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริ โภคผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริ โภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง คือ ร้อยละ 84 โดยปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริ โภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของ ผู้บริ โภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 3 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ($X_{2,1}$) ราคา ($X_{2,2}$) การส่งเสริมการตลาด ($X_{2,4}$) และปัจจัยอื่นคือ ด้านการศึกษา ($X_{1,3}$) ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมการ ได้ ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบคือ
$$Y = 17.33 + (0.77) X_{1,3} + (2.12) X_{2,1} + (1.11) X_{2,2} + (0.82) X_{2,4}$$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานคือ
$$Z = (0.08) Z_3 + (0.62) Z_6 + (0.24) Z_7 + (0.15) Z_9$$

Title : Perception of factor that influence consuming decision making of consumer in Pak khat District, Buengkan Province on health food supplement product.

Author : Miss. Sirinda Panyasawat **Degree :** M.B.A (Master of Business Administration)

Advisor : Vutipol Chatcharunkul Chairperson

Rajabhat Maha Sarakham University, 2011

ABSTRACT

The objectives of this independent study were as follows: 1) to study the personal factors, and consumers' marketing mixes of health food supplements, Pak khat District 2) to study the decision making chooses to consume health food supplements of consumers, Pak khat District 3) to study perception of factor that influential consuming decision making of consumer on health food supplements of consumers in Pak khat District, BuengKan Province. The independent study sample groups comprised of 246 persons who were consumers had lived in Pak khat District residents which purchased health food supplements at Chaweewan, and Wilawanphesat, Pak khat Municipality, Pak khat District, BuengKan Province at 95% statistic confidential level. Questionnaires were used in the study and analyzed by using statistical program of 5-level rating scale, which the significant level was rated at 0.78. The data was collected and analyzed by using descriptive statistics such as Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The hypotheses were tested by Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Linear Regression Analysis.

The results revealed that ;

The most were the female, old between 31-35 years which indicate that the majority had been in working age, and have educated in primary high school, including most agriculturist occupation, although who have average revenue per month 10,001-15,000 baht.

The overall degree of perception about the consumers' marketing mixes of health food supplements in Pak khat District, BuengKan Province were rated as high. By considering in aspects, it was found that the overall was rated in high degree in all aspects,

which can be ranked from the highest to the lowest as follows : the aspects of place, promotion, product, and price, respectively.

The overall degree of perception about the consumers' decision making chooses to consume health food supplements in Pak khat District, BuengKan Province were rated as high. By considering in aspects, it was found that the overall was rated in high degree in four aspects, and in moderated degree in one aspect, which can be ranked from the highest to the lowest as follows : the aspects of pro-purchase evaluation, pre-purchase search, evaluation of the alternatives, purchase decision, and problem recognition, respectively.

The result of hypothesis analysis demonstrated that perception of factor that influential consuming decision making of consumer on health food supplements in Pak khat District, BuengKan Province. There was statistical significance at 0.05, which rather high degree was 84% in four aspect as follows : the aspects of product ($X_{2,1}$), price ($X_{2,2}$), promotion($X_{2,4}$), and education ($X_{1,3}$). Which could be written as predicted equation in terms of row and standard score as follows:

$$\text{In term of raw scores were: } Y = 17.33 + (0.77) X_{1,3} + (2.12) X_{2,1} + (1.11) X_{2,2} + (0.82) X_{2,4}$$

$$\text{In term of standard scores were: } Z = (0.08) Z_3 + (0.62) Z_6 + (0.24) Z_7 + (0.15) Z_9$$