

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรัฐบาลเริ่มมีการรณรงค์ให้ผู้บริโภคหันมาดูแลในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น เพราะการโภชนาการที่ดีเป็นรากฐานของการมีสุขภาพที่ดี แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักไม่ได้รับวิตามินและแร่ธาตุตามปริมาณสารอาหารอ้างอิงและปริมาณที่แนะนำต่อวัน ทั้งนี้จากผลการวิจัยตัวอย่างการสำรวจผู้หญิงไทยของมหาวิทยาลัยอินเจ (Inje University) ประเทศเกาหลี (โอเคเนชั่นคอทเน็ท. 2553 : เว็บไซค์) พบว่าผู้หญิงไทยมีอายุ 21 ปี เริ่มแสดงอาการของโรคกระดูกพรุน เมื่อมีอายุ 24 ปี ร่างกายจะขาดแคลเซียม ทำให้มีปริมาณไม่เพียงพอต่อการสร้างความแข็งแรงให้กับกระดูกได้ตามที่ร่างกายต้องการ ทั้งนี้ ผลเกิดจากคุณภาพอาหารที่รับประทานในแต่ละวันไม่มีคุณค่าเพียงพอ หรือเลือกรับประทานอาหารโดยไม่คำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร และพบว่าผู้หญิงไทยอายุระหว่าง 35 – 40 ปี นิยมรับประทานไข่และอาหารทะเล ทำให้เกิดภาวะโกลสเตอรอลสูง

จากการสำรวจสุขภาพคนไทยโดยการตรวจสุขภาพ ของสำนักงานศูนย์เวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล (โกลเคนโลฟี่โฮม. 2553 : เว็บไซค์) อายุระหว่าง 15 – 59 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 21,960 คน สรุปร่วมกับการสำรวจครั้งก่อน พบปัจจัยเสี่ยงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ ภาวะอ้วน ภาวะไขมันในเลือดสูง การกินผักผลไม้ไม่เพียงพอ ภาวะโลหิตจาง ปัจจัยที่มีสภาพคงเดิม คือ โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง และปัจจัยเสี่ยงที่มีแนวโน้มที่ดีขึ้นในบางกลุ่ม คือ การสูบบุหรี่ลดลงในผู้ชายแต่ในผู้หญิงไม่ลดลง การมีกิจกรรมทางกายเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เพราะผู้บริโภคเชื่อว่าช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพแข็งแรง ชะลอความเสื่อมของร่างกาย แม้มีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับอาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวัน ฟู้ดอินดัสตรีไทยแลนด์ได้นำเสนอผลการสำรวจโดยบริษัท เคอะนิลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ทำการสำรวจออนไลน์เมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 จำนวน 52 ประเทศทั่วโลก เกี่ยวกับการรับประทานวิตามินหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำ จำนวน 2 ครั้งต่อปี เพื่อติดตามแนวโน้มของผู้บริโภคทั่วโลก สรุปว่า ประเทศที่รับประทานวิตามินหรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมากที่สุดในโลกคือ

ประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ ประเทศลิทัวเนีย ร้อยละ 59 ประเทศไทยหวั่นและประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 56 ตามลำดับ ประเทศที่มีความถี่ในการรับประทานอันดับหนึ่งคือ ประเทศออสเตรเลียรับประทานประจำทุกวัน ส่วนเหตุผลในการเลือกรับประทานวิตามินหรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อันดับหนึ่งร้อยละ 60 คือ เพื่อช่วยสร้างระบบคุ้มกันโรค อันดับสองร้อยละ 50 คือ เพื่อช่วยเสริมสร้างความไม่สมบูรณ์ของการรับประทานอาหาร อันดับที่สามร้อยละ 43 คือ เพื่อให้แน่ใจว่าการรับประทานมีความสมดุล เพียงพอ ส่วนเหตุผลอื่น เช่น คำแนะนำของร้านขายยาหรือร้านขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 4 และคำแนะนำของแพทย์คือร้อยละ 9 (พุดอินคัสทรีไทยแลนด์. 2552 : เว็บไซต์)

สำหรับมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของประเทศไทยโดยรวมในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่าประมาณ 5.3 หมื่นล้านบาทหรือประมาณ 1.77 ล้านล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2550 โดยแยกเป็นสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกายชนิดเครื่องดื่ม ร้อยละ 42 ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทั่วไป ร้อยละ 35 กลุ่มวิตามิน ร้อยละ 16 และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับเด็กร้อยละ 7 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2552 : เว็บไซต์) และคาดว่าจนถึงปี พ.ศ. 2556 ประเมินว่ามูลค่าตลาดรวมจะขยับเพิ่มเป็น 9.05 หมื่นล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 7 เมื่อเทียบการเติบโตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ไปจนถึงปี พ.ศ. 2556 เท่ากับอัตราการเติบโตของตลาดจะสูงถึงร้อยละ 200.50 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2552 : เว็บไซต์) เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศหันมาใส่ใจสุขภาพ และสุขอนามัยมากขึ้น ผู้ประกอบการต่างเร่งพัฒนาขีดความสามารถ ทั้งด้านการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม รวมทั้งผู้ประกอบการรายย่อยใหม่ ๆ เริ่มทยอยเข้าสู่ตลาด ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้น

อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ เป็นสังคมกึ่งชนบท ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการปลูกยางพารา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ได้รับการส่งเสริมจากทางรัฐบาล แต่พบว่าปัญหาสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ยังคงเป็นโรคที่เกิดจากพฤติกรรมกรบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาสุขภาพในภาพรวมของประเทศ เช่น โรคเบาหวาน โรคไต โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น (อัครวัฒน์ นาเมืองรักษ์. 2552 : ผู้ให้สัมภาษณ์) กระแสบริโภคนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ประชาชนในอำเภอปากคาดสามารถรับรู้ทันต่อกระแส จากการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริม

อาหารผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร จากการศึกษาได้ทำการสำรวจ จำนวนผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จากร้านค้าหน้าตลาดสดเทศบาล อำเภอ ปากคาดในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 มีผู้บริโภคประมาณ 200 คนต่อเดือน และมีมูลค่า การขายประมาณ 120,000 บาทต่อเดือน

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในปัจจุบัน เพราะแนวโน้มธุรกิจอาหารเสริมเพื่อสุขภาพมีการเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากประชาชนในอำเภอปากคาดมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และมีความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น จึงมีการแข่งขันสูงในธุรกิจด้านอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อปรับตัว และอยู่รอดในตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในระยะยาวได้ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อาจเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด หรือ กลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้ที่ทำการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ
3. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

สมมติฐานการศึกษา

1. ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ผู้ศึกษาได้กำหนด ขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านฉวีวรรณและร้านวิลาวัลย์ เกสซ์ ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์ เกสซ์ ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ดับเบิลยู.จี. คอชแรน (W. G. Cochran, 1953 อ้างใน วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2553 : 140) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 คน ที่ค่าความคาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.05

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยศึกษามาจาก วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 122 – 124)

2.2 การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ การประเมินทางเลือก

การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ โดยศึกษามาจาก ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550 : 32 - 37)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ศึกษาเลือกศึกษาผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

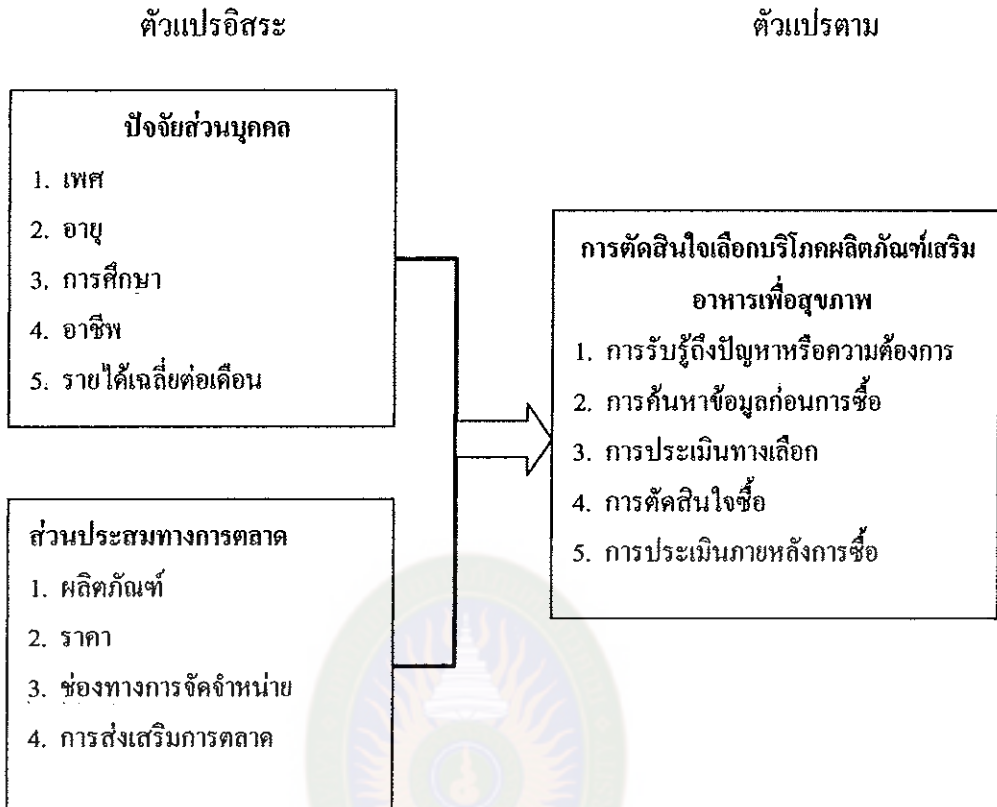
5. ระยะเวลาการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ กำหนดระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน - มิถุนายน พ.ศ. 2554

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่เสนอขายจะต้องแสดงผลตามที่คาดหวัง คราสินค้าเป็นที่ยอมรับ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายประเภท มีฉลากระบุครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ มีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เมื่อเลิกหรือรับประทานติดต่อกันเป็นเวลานาน ไม่มีผลข้างเคียง

2. ราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือราคาที่ระบุชัดเจนเพื่อใช้ในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่แตกต่างกัน อาจเป็นผลเนื่องมาจาก สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ กระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย คราสินค้ามีชื่อเสียงมาก ขนาดบรรจุต่างกันราคาจึงต่างกัน ค่าใช้จ่ายค่าสื่อโฆษณาต่ำกว่า

หรือผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มข้นลดลงเพื่อราคาต่อหน่วยไม่สูงแต่ต้องบริโภคเป็นเวลานานจึงแสดงผล

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพที่สื่อถึงกลุ่มผู้บริโภค เช่น จัดวางสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน มีการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสม สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ในเขตชุมชน มีความสะดวกในการซื้อ มีพนักงานคอยแนะนำสินค้า เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการตลาดของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สื่อถึงกลุ่มผู้บริโภค เช่น ที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายอาจมีป้ายประชาสัมพันธ์สินค้า มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ มีส่วนลดเงินสดเมื่อซื้อจำนวนมาก มีโปรโมชั่นประเภท ลด แลก แจก แถม เป็นต้น รวมทั้งมีการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร แผ่นพับ โบปปลิว เป็นต้น

การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงปัญหา หรือความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เช่น เป็นผู้ป่วย ผู้มีปัญหาสุขภาพที่ต้องการบรรเทาจากโรคหรือต้องการให้ร่างกายมีสุขภาพดี ส่วนผู้ที่มีร่างกายปกติที่ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพตนเอง หรือไม่แน่ใจว่ารับประทานอาหารครบ 5 หมู่ รับประทานผักและผลไม้ครบ 7 – 10 ส่วนใน 1 วัน รับประทานธัญพืชไม่ขัดสีเป็นประจำ หรือการได้รับกรดไขมันที่จำเป็นเพียงพอต่อร่างกาย เป็นต้น การรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกสบาย

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคทำการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ จากผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ จากคำแนะนำของเภสัชกร ตัวแทนจำหน่าย เพื่อศึกษาประโยชน์และโทษ รวมทั้งมีเครื่องหมาย อย. ระบุในฉลาก ประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อ

3. การประเมินทางเลือก หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคทำการประเมินข้อมูลที่ได้รับโดยการจัดอันดับ การเปรียบเทียบคุณสมบัติ ราคา ระหว่างสินค้าประเภทเดียวกันกับตราอื่น เพื่อหาความคุ้มค่า ก่อนเลือกซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีหลายสาเหตุ เช่น พอใจที่จะซื้อ ต้องการได้รับผลจากการใช้ เพราะญาติ พี่น้องแนะนำ สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ได้ยินยี่ห้อผ่านสื่อโฆษณาเป็นประจำ เป็นยี่ห้อที่มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย เป็นต้น แต่กลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่มอาจพิจารณาซื้อจากราคาที่ถูกลงกว่า หรือให้ความสำคัญของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา

5. การประเมินภายหลังการซื้อ หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคมีความรู้สึกพอใจกับผลที่ได้รับ เพราะรู้สึกอาการป่วยบรรเทาลง สุขภาพร่างกายแข็งแรงขึ้น มีผิวพรรณดีขึ้น ก็จะนำไปสู่การซื้อซ้ำ การบอกต่อ ในทางกลับกัน ถ้ารู้สึกไม่พอใจก็จะไม่มีการซื้อซ้ำและไม่มีการบอกต่อ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรง นอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ ซึ่งมักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น ที่ผู้บริโภคเชื่อว่ามีคุณสมบัติพิเศษในการส่งเสริมให้สุขภาพดี หรือป้องกัน หรือบรรเทาโรค หรือลดน้ำหนักได้

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านฉวีวรรณและร้านวิลาวัลย์เภสัช บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

ประโยชน์การศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตพื้นที่อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬและพื้นที่ใกล้เคียง

2. ทราบถึงระดับการตัดสินใจ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อันจะนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อต่อไป

3. ทราบถึงผลการเปรียบเทียบการรับรู้ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. เพื่อเป็นข้อสารสนเทศให้ประชาชนผู้สนใจ ใช้เป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคอาหาร และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY