

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
ผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

Factors of Decision Making in Purchasing “Three Orchids” Instant
Vegetables Mixed Power Drink of consumers in Thailand

ศรัทธาพัฒน์ ยุกตานนท์,¹ กานต์พิสุทธิ์ ยุกตานนท์,² สุขุมล ยุกตานนท์,³
อุตมาภรณ์ ยุกตานนท์⁴ และ วรพธู ยุกตานนท์⁵

Taschapat Yuktananda,¹ Kanpisut Yuktananda,² Sukhumal Yuktananda,³

Uttamaporn Yuktananda⁴ and Worapathu Yuktananda⁵

ทรีออร์คิดส์ ไทยเฮิร์บ

Three Orchids Thai Herb

Email: 1taschp23@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชาชนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่บริโภคในประเทศไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า

น้ำหนักเฉลี่ยด้านการรับประทานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.18 ค่า S.D. เท่ากับ 0.98 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณประโยชน์และด้านความสะดวกสบายเป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรกแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่เดียวกันด้านรสชาติมีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดี

น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.24 ค่า S.D. เท่ากับ 1.00 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณและด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่ายเป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรกแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่เดียวกันด้านการเสริมสร้างคอลลาเจนมีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก

ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย มีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.23 ค่า S.D. เท่ากับ 0.99 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ด้านราคาแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก และด้านความรวดเร็วในการบริการแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ ส่วนด้านความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ; การเลือกซื้อ; ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง; ทรีออร์คิดส์; ผู้บริโภคในไทย

Abstract

The objectives of this research were 1) To study the problem situation factors of decision making in purchasing "Three Orchids" instant vegetables mixed power drink of consumers in Thailand 2) To study and analyze demographic characteristics that affect factors of decision making in purchasing "Three Orchids" instant vegetables mixed power drink of consumers in Thailand 3) To propose guidelines factors of decision making in purchasing "Three Orchids" instant vegetables mixed power drink of consumers in Thailand. This research applied quantitative research. The sample groups used in this research are Sample population in Thailand totaling 400 people. The research tools used were questionnaires.

The research found that

The average weight in all 3 aspects of eating was 3.18. The S.D. value was 0.98, indicating that the results were at a very good level. While benefits and convenience were the areas with the highest average weights, the top 2 results were at a very good level. At the same time, the taste aspect had the lowest average weight, which resulted in a good level.

The average weight for all 3 properties was 3.24. The S.D. value was 1.00, indicating that it was at a very good level. While skin treatment and digestive system assistance were the areas with the highest average weight, the top 2 results were found to be at a very good level. At the same time, the collagen strengthening aspect had the lowest average weight, which translated into a very good level.

The level of decision to purchase powdered mixed vegetable dietary supplement products. "Three Orchids" of consumers in Thailand has an average weight in all 5 areas equal to 3.23, S.D. value equal to 0.99, the result is at a very good level. While in terms of product quality, results were



found to be at a very good level. Next is consumer satisfaction. The results were found to be at a very good level. In terms of price, the results were found to be at a very good level and in terms of speed of service, the results were found to be at a very good level, respectively. The modernity aspect of the packaging had the lowest average weight, which resulted in a very good level.

Keywords: Factors of Decision; Making in Purchasing; Instant Vegetables Mixed Power Drink; Three Orchids; Consumers in Thailand

บทนำ

ปัญหาระบบซับซ้อนและปัญหาทานอาหารไม่ครบ 5 หมู่ตลอดจนปัญหาด้านผิวพรรณและคอลลาเจนทดแทนนั้นเป็นเรื่องสำคัญในระดับหนึ่งดังนั้นการบริโภคอาหารให้ครบ 5 หมู่ถือเป็นเรื่องจำเป็นแต่ถ้าวันใดวันหนึ่งที่มนุษย์บริโภคอาหารไม่ครบ 5 หมู่ควรจะหันมาบริโภคอาหารเสริมไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริมชนิดผงชนิดน้ำและชนิดเม็ดย่อมควรจะบริโภคถ้าคนนั้นอดสารอาหารแต่ถ้าบุคคลนั้นเลือกซื้ออาหารเสริมที่ทดแทนหรือเสริมสร้างและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอได้ย่อมดีต่อสุขภาพไม่ว่าจะเป็นด้านซับซ้อนด้านคุณค่าโภชนาการตลอดจนด้านผิวพรรณก็ย่อมทำให้สุขภาพของมนุษย์นั้นแข็งแรงสดใสตลอดเวลาเป็นต้น

เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและค่านิยมการใช้ชีวิต ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารและกิจกรรมการดูแลสุขภาพของผู้คนจำนวนมากด้อยลงไป ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ เพื่อเสริมสร้างสารอาหารที่สำคัญ และมีความจำเป็นต่อร่างกาย รวมไปถึงทดแทนสารอาหารที่ร่างกายขาด และได้รับไม่เพียงพอจากการบริโภคอาหารปกติเช่นเดียวกันกับ สังคมไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทำให้ค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วก่อให้เกิดการตัดสินใจ (ธัตฐ์ชาพัฒน์ ยุกตานนท์, 2565) ซึ่งในการตัดสินใจนั้นเป็นไปได้ทั้งในเรื่องของการกระทำ การใช้ชีวิต ที่ส่งผลมาจากค่านิยมทางสังคม รวมไปถึงการตัดสินใจในการดูแลสุขภาพ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องด้วยเป็นธรรมชาติที่มนุษย์จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน มีการทำงานและแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบตามบทบาทของแต่ละคน จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม (ธัตฐ์ชาพัฒน์ ยุกตานนท์, 2562) ค่านิยมด้านการดูแลสุขภาพจึงได้รับความสนใจจากการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทั้งจากคนรอบตัว สังคม รวมไปถึงสื่อออนไลน์ โดยปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ผู้คนในสังคมทั้งเด็กและ ผู้ใหญ่สามารถที่จะเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ได้อย่างสะดวกมากขึ้น (ธัตฐ์ชาพัฒน์ ยุกตานนท์, 2565) การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเพื่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพต่าง ๆ จึงเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และง่ายดาย เนื่องด้วยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์



สรุปจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ค่านิยม วิถีชีวิต รวมไปถึงเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของผู้คนตั้งแต่พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ การรับประทานอาหารที่ไม่ดีและมีสารอาหารไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร จึงเกิดกระแสในการดูแลสุขภาพจากการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงเกิดค่านิยมในการดูแลรักษาสุขภาพด้วยวิธีต่างๆ เช่น การออกกำลังกาย การลดละพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อสุขภาพ และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพที่สะดวก ส่งผลลัพธ์ที่ดีภายในสู่ภายนอก ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ “ทรีออร์คิดส์” ก็เป็นทางเลือกอีกทางสำหรับผู้ที่รักสุขภาพโดยเฉพาะระบบขับถ่ายที่ตรงต่อเวลาในการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกายและยังได้คุณค่าทางโภชนาการตลอดจนได้คุณค่าด้านผิวพรรณด้วยเช่นกันเพราะอาหารเสริมผักรวมชนิดผงของ “ทรีออร์คิดส์” นั้นช่วยซ่อมแซมส่วนที่ควรจะได้เสริมเช่นการขับถ่ายที่ตรงเวลาคุณค่าผักนานาชนิดที่เสริมให้ได้ อาหารครบ 5 หมู่ นอกเหนือจากนี้ยังได้ด้านผิวพรรณ เป็นต้น

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในปัจจุบันมีหลากหลายตราสินค้าใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจจะดีหรือชะลอตัว เพราะทุกวันนี้กระแสรักษาสุขภาพกำลังมาแรงทำให้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น เมื่อจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จึงเกิดปัญหาว่าจะซื้อตราสินค้าไหนถึงจะคุ้มค่ามากที่สุด และคำนึงถึงสารอาหารวิตามินต่างๆที่ร่างกายได้รับ จะต้องรับประทานครั้งละกี่แคปซูล หรือมีผลข้างเคียง ถ้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพสามารถตอบโจทย์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ผู้บริโภคก็จะยินดีจ่ายในราคาที่สูงตามไปด้วย รูปแบบของการสื่อสารผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ล้วนมีผลต่อผู้ซื้อ ทั้งนี้ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมยังคงอยู่ในอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง (อุบลรัตน์ ชมรัตน์, 2558)

ปัจจุบันเป็นยุคที่ผู้คนใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ จนละเลยหรือขาดความใส่ใจในเรื่องการทานอาหาร ทำให้ได้รับสารอาหารที่ร่างกายจำเป็นในแต่ละวันไม่เพียงพอ และการทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์เข้าสู่ร่างกายมาก ๆ ก็จะทำให้เกิดโรคต่าง ๆ ตามมา (ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ และคณะ, 2563) อีกทั้งเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นร่างกายก็จะสร้างคอลลาเจนได้น้อยลง ทำให้ร่างกายได้รับคอลลาเจนไม่เพียงพอนี้คือสาเหตุของกระดูกข้อต่าง ๆ เสื่อมสภาพ ผิวเหี่ยวย่นและเกิดริ้วรอย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงเป็นทางเลือกในยุคปัจจุบันที่จะช่วยเสริมสร้างคอลลาเจนให้กับร่างกาย (พรพรรณธร สุจารีย์, 2565) รวมไปถึงเสริมสร้างวิตามิน เกลือแร่ สารอาหารพวกช่วยย่อยเอนไซม์และกากใยจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดูแลสุขภาพ ดังนั้นการดูแลสุขภาพในมุมมองของผู้บริโภคยุคปัจจุบันจึงเป็นการดูแลสุขภาพมิใช่เพียงแต่การไม่เป็นโรค แต่คือการทำให้สุขภาพกายดีและสุขภาพใจสมบูรณ์ ด้วยการออกกำลังกาย มีเวลาพักผ่อน รวมทั้งการเลือกกินอาหารที่ดี และเมื่อผู้บริโภคใส่ใจในเรื่องอาหารมากขึ้น จึงส่งผลให้ตลาดอาหารเสริมขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ชมพูนุช จิตติถาวร และคณะ, 2560)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง “ทรีออร์คิดส์” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่สกัดจากส่วนผสมธรรมชาติจากผักและผลไม้ที่มีประโยชน์หลากหลายชนิดโดยเป็นอาหารเสริมชนิดผง รับประทานโดยการชงดื่ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่



ปราศจากน้ำตาล ไขมันทรานส์ และคอเรสเตอรอล มีสารอาหารและวิตามินที่สำคัญจากผักผลไม้กว่า 30 ชนิด ช่วยเสริมสร้างคอลลาเจน ช่วยระบบขับถ่ายให้ดียิ่งขึ้น การผลิตได้รับการรับรองระบบ GHP HACCP จึงทำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณประโยชน์และคุณภาพสูง ที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคเพื่อเสริมสร้างและดูแลสุขภาพทั้งในด้านของสรรพคุณ คุณประโยชน์ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" จากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหารเสริมเพื่อการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ รวมไปถึงผลลัพธ์ที่ได้รับจากการบริโภคที่สร้างความพึงพอใจและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์สรุปให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์"

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ในไทยที่แน่นอนจึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane เป็นประชาชนผู้บริโภคในประเทศไทย จำนวน 154,844 คน กลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันระหว่างหน่วยสุ่มที่สามารถจำแนกออกเป็นชั้นภูมิ (Stratum) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนครอบคลุมและคำนวณหาจำนวนตัวอย่างตามสูตรทายามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างที่มาจากภาคการคัดจากประชากรใน 77 จังหวัดซึ่งแบ่งเป็นจังหวัดละ 5 คน และกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวง 20 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 400 คน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาดูเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก



กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ส่วนประกอบของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคในประเทศไทย โดยมีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบ 1 ข้อ จากตัวเลือกหลายข้อ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา และ 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการรับประทาน ประกอบด้วย 1) ความสะดวกสบาย 2) รสชาติ และ 3) คุณประโยชน์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสรรพคุณ ประกอบด้วย 1) การช่วยเรื่องระบบขับถ่าย 2) การเสริมสร้างคอลลาเจน และ 3) การรักษาบำรุงผิวพรรณ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ประกอบด้วย 1) คุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ความรวดเร็วในการบริการ 4) ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ และ 5) ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง แจกจ่ายและเก็บแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง รับประทานแบบสอบถามกลับคืน ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับด้านการรับประทาน ร่วมกับด้านสรรพคุณ และระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยจากตัวแปรต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในประเทศไทย โดยการลงรหัสข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมดเพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ หลังจากนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติทั้งเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์น้ำหนักของด้านแต่ละด้านที่ศึกษาและใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างด้านการรับประทาน และด้านสรรพคุณ

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากประชาชนผู้บริโภคในประเทศไทย จำนวน 400 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้



1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 54.25 และเป็นเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 41–50 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาผู้มีอายุระหว่าง 26–40 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ผู้มีอายุระหว่าง 51–60 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ผู้มีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และผู้มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 25,000 จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 25,000 จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และยังมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ

2. สรุประดับค่าเฉลี่ยของด้านที่ศึกษา

2.1 ด้านการรับประทาน

ตารางที่ 1 ภาพรวมของด้านการรับประทาน

| ด้านการรับประทาน | \bar{x} | S.D. | แปรผล |
|------------------|-------------|-------------|--------------|
| ความสะอาดทาสบาย | 3.20 | 0.97 | ดีมาก |
| รสชาติ | 3.09 | 0.92 | ดี |
| คุณประโยชน์ | 3.24 | 1.06 | ดีมาก |
| ภาพรวม | 3.18 | 0.98 | ดีมาก |

จากตารางที่ 1 น้ำหนักเฉลี่ยด้านการรับประทานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.18 ค่า S.D. เท่ากับ 0.98 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณประโยชน์ และด้านความสะอาดทาสบาย เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และ 3.20 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.06 และ 0.97 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านรสชาติ มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.09 ค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับดี

2.2 ด้านสรรพคุณ

ตารางที่ 2 ภาพรวมของด้านสรรพคุณ

| ด้านสรรพคุณ | \bar{x} | S.D. | แปรผล |
|--------------------------|-------------|-------------|------------|
| การช่วยเรื่องระบบขับถ่าย | 3.23 | 0.93 | ดีมาก |
| การเสริมสร้างคอลลาเจน | 3.20 | 0.98 | ดีมาก |
| การรักษาบำรุงผิวพรรณ | 3.28 | 1.10 | ดีมาก |
| ภาพรวม | 3.24 | 1.00 | มาก |

จากตารางที่ 2 น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.24 ค่า S.D. เท่ากับ 1.00 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณ และด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่าย



เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.23 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.10 และ 0.93 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจน มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.20 ค่า S.D. เท่ากับ 0.98 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับดีมาก

2.3 ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

ตารางที่ 3 ภาพรวมของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

| ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ | | | |
|---|-------------|-------------|--------------|
| อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย | \bar{x} | S.D. | แปรผล |
| คุณภาพผลิตภัณฑ์ | 3.34 | 0.95 | ดีมาก |
| ราคา | 3.23 | 1.06 | ดีมาก |
| ความรวดเร็วในการบริการ | 3.18 | 0.99 | ดีมาก |
| ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ | 3.15 | 0.93 | ดีมาก |
| ความพึงพอใจของผู้บริโภค | 3.27 | 1.03 | ดีมาก |
| ภาพรวม | 3.23 | 0.99 | ดีมาก |

จากตารางที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย มีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.23 ค่า S.D. เท่ากับ 0.99 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 3.34 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.95 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.27 มีค่า S.D. เท่ากับ 1.03 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.23 มีค่า S.D. เท่ากับ 1.06 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก และด้านความรวดเร็วในการบริการ มีน้ำหนักเฉลี่ย 3.18 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.99 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ ส่วนด้านความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เท่ากับ 3.15 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.93 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก



2.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 สรุปเมทริกซ์ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์

| ด้านประชากรศาสตร์ | ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย |
|--------------------------|---|
| 1.1 เพศ | ไม่มีความแตกต่าง |
| 1.2 อายุ | ไม่มีความแตกต่าง |
| 1.3 ระดับการศึกษา | ไม่มีความแตกต่าง |
| 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | แตกต่าง |

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า มีเพียงด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้น ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. สรุปผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. น้ำหนักเฉลี่ยด้านการรับประทานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.18 ค่า S.D. เท่ากับ 0.98 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณประโยชน์ และด้านความสะดวกสบาย เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และ 3.20 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.06 และ 0.97 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านรสชาติ มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.09 ค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับดี

2. น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.24 ค่า S.D. เท่ากับ 1.00 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณ และด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่าย เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.23 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.10 และ 0.93 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจน มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.20 ค่า S.D. เท่ากับ 0.98 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับดีมาก

3. ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย มีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.23 ค่า S.D. เท่ากับ 0.99 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ในขณะที่ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 3.34 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.95 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.27 มีค่า S.D. เท่ากับ 1.03 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.23 มีค่า S.D. เท่ากับ



1.06 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก และด้านความรวดเร็วในการบริการ มีน้ำหนักเฉลี่ย 3.18 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.99 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก ตามลำดับ ส่วนด้านความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เท่ากับ 3.15 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.93 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

จากผลการศึกษา พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยด้านใด ที่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อยู่ 1 ด้าน คือ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา ล้วนแล้วแต่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

1. ด้านการรับประทาน จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการรับประทานที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ประกอบด้วย

1.1 ด้านความสะดวกสบาย โดยมีค่า $t = 3.435$ หมายความว่า ด้านความสะดวกสบายมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 3.435 หน่วย

1.2 ด้านคุณสมบัติ โดยมีค่า $t = 3.833$ หมายความว่า ด้านคุณสมบัติมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 3.833 หน่วย

2. ด้านสรรพคุณ จากผลการศึกษาพบว่า ด้านสรรพคุณที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ประกอบด้วย

2.1 ด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่าย โดยมีค่า $t = 3.569$ หมายความว่า ด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่ายมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 3.569 หน่วย

2.2 ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจน โดยมีค่า $t = 3.415$ หมายความว่า ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจนมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 3.415 หน่วย

2.3 ด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณ โดยมีค่า $t = 3.723$ หมายความว่า ด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณที่เกิดขึ้นมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 3.723 หน่วย



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้
วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

1. ผู้นำนักเฉลี่ยด้านการรับประทานทั้ง 3 ด้าน โดยด้านคุณประโยชน์ และด้านความสะดวกสบาย เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก ในขณะที่เดียวกันด้านรสชาติมีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด การที่ผู้บริโภคจะรับประทานอาหารเสริมสิ่งสำคัญที่สุดคือคุณประโยชน์ที่ภายหลังจากรับประทานไปแล้วจะได้อะไร และความสะดวกสบายในการรับประทานที่ไม่ยุ่งยากและง่าย ส่วนรสชาติผู้บริโภคบางส่วนอาจจะไม่คำนึงถึงมากเท่าไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชुकานต์ ศรีทอง ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมและการให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ชื่อเสียงของยี่ห้อ / ตราสินค้า และที่น้อยที่สุด คือ รูปแบบ / สี สัน และลักษณะของสินค้าที่มองเห็นได้ทั้งนี้เนื่องจากการรับประทานอาหารเสริมนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับผลที่ได้รับจากการรับประทาน และความปลอดภัยในการรับประทาน ดังนั้นเรื่องของคุณภาพของสินค้าจึงเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมของผู้บริโภคมากที่สุด

2. ผู้นำนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน โดยด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณ และด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่าย เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก ในขณะที่เดียวกัน ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจน มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด สรรพคุณสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายในการเลือกซื้อซึ่งส่วนใหญ่คนในสังคมต้องการรักษาบำรุงผิวพรรณมากที่สุดการรักสวยรักงาม รวมไปถึงช่วยเรื่องระบบขับถ่ายสำหรับบางคนที่พบเจอปัญหา และการเสริมสร้างคอลลาเจนผู้คนที่สนใจน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ และคณะ ที่ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในอำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม พบว่า ระดับปัจจัยจิตวิทยาด้านการจูงใจมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.78 หมายความว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันน้อย หรือใกล้เคียงกัน หรือเหมือน ๆ กันซึ่งพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า ท่านต้องได้รับคุณค่าทางสารอาหารในส่วนที่ร่างกายขาด หลังรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและท่านต้องการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของตนเองให้ดูดีขึ้น หลังรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาเป็นท่านต้องการมีภูมิคุ้มกันสูง ไม่เป็นหวัดง่าย หลังรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และท่านต้องการมีผิวพรรณที่ดีหลังรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

3. ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย มีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน โดยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้านราคา และด้านความรวดเร็วในการบริการ ส่วนด้านความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด ระดับในการตัดสินใจเลือกซื้อผู้บริโภคจะมองที่คุณภาพของสินค้ามากที่สุดที่จะสร้างความพึงพอใจ



ได้รองลงมาคือราคาที่สามารถจับต้องได้และความรวดเร็วในการบริการต่อผู้บริโภคส่วนบรรจุกภัณฑ์ ผู้บริโภคบางส่วนไม่ได้มีความสนใจซักเท่าไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล เสร็จกิจ ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คุณภาพคุ้มค่ากับราคา ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและใช้วัตถุดิบ ที่ดีมีคุณภาพ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก เพราะว่า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ผลิตหลากหลาย ตั้งแต่ผู้ผลิต ระดับเล็กจนถึงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการและขั้นตอนการผลิตขึ้นมาได้เพราะคุณภาพจะเป็นเครื่องหมาย การันตีถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ดังนั้น ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์มากกว่าปัจจัยอื่น แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่จะทำการสืบค้นข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อถ้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย มีคุณภาพ คุ้มค่ากับราคา และมีความปลอดภัย วัตถุดิบที่ดีจะกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผงยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

จากผลการศึกษา พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยด้านใด ที่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย แตกต่างกัน คือ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา ล้วนแล้วแต่มีระดับการ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธกานต์ จรัสวัฒนาพรรค และสายพิณ บันทอง ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทช่วยในการนอนหลับของผู้บริโภคในสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทช่วยในการนอนหลับของ ผู้บริโภคในสังคมออนไลน์ ได้แก่ สถานภาพและรายได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ 2 ปัจจัยนี้เป็นหลัก เช่น การสื่อสารทางการตลาดถึงผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์โดยแฝงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่ เคยสมรสหรือมีครอบครัวแล้ว การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านกลุ่มสังคมออนไลน์ของผู้ที่เคยสมรสหรือมี ครอบครัว ในขณะที่การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมกับรายได้ของผู้บริโภคส่วนใหญ่ หรือ ควรจัดทำโปรโมชั่นในช่วงต้นเดือนเนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่สูงผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อ โดยพิจารณาจากความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคได้

3. เพื่อเสนอแนวทางปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง ยี่ห้อ "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย

1. ด้านการรับประทาน ที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิด ผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ประกอบด้วย ด้านความสะดวกสบาย และด้านคุณประโยชน์



2. ด้านสรรพคุณ ที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ของผู้บริโภคในไทย ประกอบด้วย ด้านการช่วยเรื่องระบบขับถ่าย ด้านการเสริมสร้างคอลลาเจน และด้านการรักษาบำรุงผิวพรรณ

สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" ที่สำคัญคือด้านการรับประกันและด้านสรรพคุณ สิ่งที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อคือการรับประกันที่ง่ายสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก และทานไปแล้วเกิดคุณประโยชน์มากมายต่อร่างกายการทำงานของไส้ฝ่งที่ฝักง่ายไม่สกปรกและชงน้ำดื่มได้ดีละลายไวพร้อมดื่ม ซึ่งก็จะมีสรรพคุณต่าง ๆ ที่เป็นจุดขายให้ผู้บริโภคคือช่วยเรื่องระบบขับถ่าย ขเสริมสร้างคอลลาเจน และรักษาบำรุงผิวพรรณที่เป็นความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันจึงทำให้เกิดความนิยมและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบันได้ง่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบาย

ควรมีช่องทางส่งเสริมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อประเมินและศึกษาถึงเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผักรวมชนิดผง "ทรีออร์คิดส์" รวมไปถึงเพื่อทราบสิ่งที่ควรปรับปรุง และข้อชี้แนะจากการใช้งานจริงของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะทางเชิงปฏิบัติ

- 1) ควรมีการนำเสนอให้ผู้บริโภคทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ด้วยการรับประกันอาหารเสริมและคุณประโยชน์อย่างชัดเจนยิ่งขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค
- 2) ควรมีช่องทางการจัดจำหน่าย รวมไปถึงช่องทางการสั่งซื้อที่สะดวก และหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับต่อผู้บริโภคที่มีมาก
- 3) ควรพิจารณาผลตอบรับและความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างสม่ำเสมอเพื่อการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดีต่อไป

ข้อเสนอแนะทางการศึกษาในครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลที่ลงลึกถึงรายละเอียดเชิงคุณภาพอย่างครอบคลุม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อทราบถึงปัจจัย รวมไปถึงปัจจัยแฝงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา.(2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สยามลดา.



- ชมพูนุช จิตติถาวร และคณะ. (2560). ทักษะคิดและพฤติกรรมกรรมการการดูแลสุขภาพและการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน*. 2249-2262.
- ธัชรัฐชาพัฒน์ ยุกตานนท์. (2562). พุทธจริยศาสตร์: ทางเลือกของการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชั่น. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร.*, 6(ฉบับพิเศษ). 624-634.
- ธัชรัฐชาพัฒน์ ยุกตานนท์. (2565). *กระบวนการใกล้เคียงข้อพิพาทโดยพุทธสันติวิธี ของศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง* (ดุขฎฐินิพนธ์พุทธศาสตรดุขฎฐิปัณฐิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ และคณะ. (2563). *การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนในอำเภอยุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฐิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุบลรัตน์ ชมรัตน์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพชนิดแคปซูลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฐิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rdEd. New York: Harper and Row Publications.

