T129651

บทคัดย่อ

ชื่อภาคนิพนธ์ : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน : นางสาวลดาพร พงศ์ศิริวิลาศ

ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

ปีการศึกษา : 2544

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของคนในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางชีวสังคม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ การรับรู้ข่าวสาร อิทธิพลของครอบครัว และอิทธิพลของเพื่อน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทเสริมความงาม ลดน้ำหนัก บำรุงสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยกระจายตามลักษณะอาชีพ คือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทอดแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi – square

T 129651

ผลการศึกษามีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 45 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการดูแลสุขภาพของตนเองด้วยวิธีการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่เป็นหลัก ส่วนใหญ่ไม่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะเป็นประเภทบำรุงสุขภาพ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพค่อนข้างดี มีแรงจูงใจให้ตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ คือ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ เพศ อิทธิพลของเพื่อน และครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

1. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จะต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพทั้งด้านของประโยชน์ และโทษ

2. บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทตามความเป็นจริง

3. ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงศึกษารายละเอียดของการบริโภค วิธีใช้ และคำอธิบายอื่น ๆ อย่างละเอียด