

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนไทยหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่ดีมากขึ้น ซึ่งการมีสุขภาพที่ดีต้องเริ่มต้นจากการรับประทานอาหารที่ดี เพราะอาหารไม่เพียงแต่จะช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโตเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาสมอง และสุขภาพ ทำให้ดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นสุข การรับประทานอาหารที่ดีย่อมนำไปสู่การมีภาวะโภชนาการที่ดี ในทางตรงกันข้ามการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกต้องอาจนำไปสู่ภาวะโภชนาการขาดหรือเกิน อาจกล่าวได้ว่าการรับประทานอาหารเป็นสิ่งที่ไม่ให้สุขภาพดีหรือสุขภาพเสื่อมได้ ข้อปฏิบัติของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี คือ รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ดื่มนมให้เหมาะสมตามวัย ทานอาหารที่มีไขมันแต่พอควร หลีกเลี่ยงอาหารรสจัด งดเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ปัจจุบันคนไทยมีวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารที่เปลี่ยนไป นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมปรุงมากกว่าการประกอบอาหารรับประทานเอง เนื่องด้วยในปัจจุบันสภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และเวลาไม่เอื้ออำนวย ทำให้คนเรามีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ขาดความประณีตในการรับประทานอาหาร ทำให้ต้องเสี่ยงกับการรับประทานอาหารที่ไม่สะอาดและขาดมาตรฐาน รับประทานอาหารเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ไม่ได้คำนึงถึงสุขภาพเท่าที่ควร อาหารประเภทจานด่วนหรือฟาสต์ฟู้ด ซึ่งเป็นอาหารที่มีคุณค่าสารอาหารไม่ครบถ้วน รับประทานด้วยเวลาที่จำกัด เป็นวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศ กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่วัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ต้องการสารอาหารครบถ้วนเพื่อพัฒนาสมองและร่างกาย เพื่อเข้าสู่วัยทำงานจึงเกิดปัญหาการได้รับสารอาหารไม่เพียงพอ ทำให้เกิดการสะสมเป็นสาเหตุสำคัญทำให้เกิดโรคต่าง ๆ มากมาย นอกจากนี้วิธีที่จะช่วยทำให้มีสุขภาพดีควบคู่ไปกับการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์คือการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และการพักผ่อนให้เพียงพอ สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้ร่างกายแข็งแรงซึ่งส่งผลให้มีสุขภาพจิตที่ดี

จากบทความในรายงานขององค์การอนามัยโลก ระบุว่าในปี 2000 องค์การอนามัยโลกจะผลักดันให้ประชากรโลกมีสุขภาพดีถ้วนหน้าทำให้ประเทศต่าง ๆ เริ่มหันมาเอาใจใส่รณรงค์ให้ประชาชนภายในประเทศคำนึง ถึงประโยชน์ของสุขภาพร่างกายมากขึ้น จากมูลเหตุดังกล่าวกลายเป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนเริ่มขวนขวายหาสิ่งที่ดีมีประโยชน์มาสนองต่อความต้องการของ

ร่างกายโดยเฉพาะด้านอาหาร เพราะถ้าร่างกายได้รับสารอาหารที่ดีมีคุณค่า ร่างกายก็จะมีประสิทธิภาพแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าร่างกายประสบภาวะขาดสารอาหารที่มีคุณประโยชน์ก็เปรียบเสมือนเครื่องจักรที่นับวันเสื่อมสภาพ

ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมจะชะลอตัว แต่ส่งผลกระทบต่อตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพโดยรวมไม่มากนัก เนื่องจากปัจจัยหนุนที่สำคัญคือ กระแสการรักษาสุขภาพเชิงป้องกัน แม้จะยังไม่มีข้อสรุปทางการแพทย์อย่างชัดเจนแต่ผู้บริโภคมีความเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการทำให้ร่างกายแข็งแรงไม่เจ็บป่วย เพื่อจะได้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล รวมทั้งการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ความกดดันจากสภาพเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพมากขึ้น และยินดีลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพที่ดี

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคใช้จ่ายใช้สอยของคนกรุงเทพฯ(2550) พบประเด็นการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สืบเนื่องจากปัญหาราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สินค้าและบริการต่างๆมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคต้องหาทางประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น ผลการสำรวจระบุว่าคนกรุงเทพฯที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการปรับพฤติกรรม โดย 25.7% ของคนกรุงเทพฯที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนมาบริโภคอาหารเสริมสุขภาพที่ผลิตในประเทศทดแทนการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพที่ผลิตในต่างประเทศที่มีราคาแพง และ 12.6% ลด/งดการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพ ผลต่อเนื่องจากการที่คนกรุงเทพฯที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเน้นการประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านสุขภาพนับว่าเป็นโอกาสในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ผลิตในประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการปรับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพในด้านบรรจุภัณฑ์และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการผ่านการรับรองขององค์การอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข กล่าวคือคนกรุงเทพฯที่เป็นกลุ่มตัวอย่างหันมาใช้ยาสมุนไพรทดแทนการบริโภคยาแผนปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนหนึ่งมีความเชื่อว่าการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของร่างกายให้แข็งแรงไม่เจ็บป่วยง่าย นับว่าเป็นการรักษาสุขภาพเชิงป้องกัน และเห็นว่าจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเมื่อต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในท้องตลาดมีหลากหลายประเภท แต่ละประเภทมีผู้ประกอบการจำนวนมากส่งผลให้มีหลายยี่ห้อให้เลือก ประกอบกับการแข่งขันกลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบอย่างรุนแรง จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเลือกศึกษาลูกค้าในเขตหลักสี่ ซึ่งเป็นเขตที่มีการเติบโตทางธุรกิจสูง มีจำนวนประชากรที่พักรักษาและเป็นสถานที่ที่มีการพัฒนาให้เป็นสถานที่ทำงานและมีผู้ปฏิบัติงานจำนวนมาก ส่วนใหญ่มีการศึกษา และระดับรายได้ค่อนข้างสูง รวมถึงมีความตื่นตัวในเรื่องสุขภาพอนามัย โดยการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในเขตหลักสี่ ผลการวิจัยในเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในเขตหลักสี่ ให้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้า ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือประชาชนที่ทำงาน พักอาศัย และลูกค้าทั่วไป ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 250 คนต่อสัปดาห์ เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และMorgan (1970, p.608)

2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** คือตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) แบ่งออกเป็น

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- อาชีพ

1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการในการตัดสินใจบริโภค แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

- ผลិតภัณฑ์

- ราคา

- ช่องทางการจัดจำหน่าย

- การส่งเสริมการตลาด

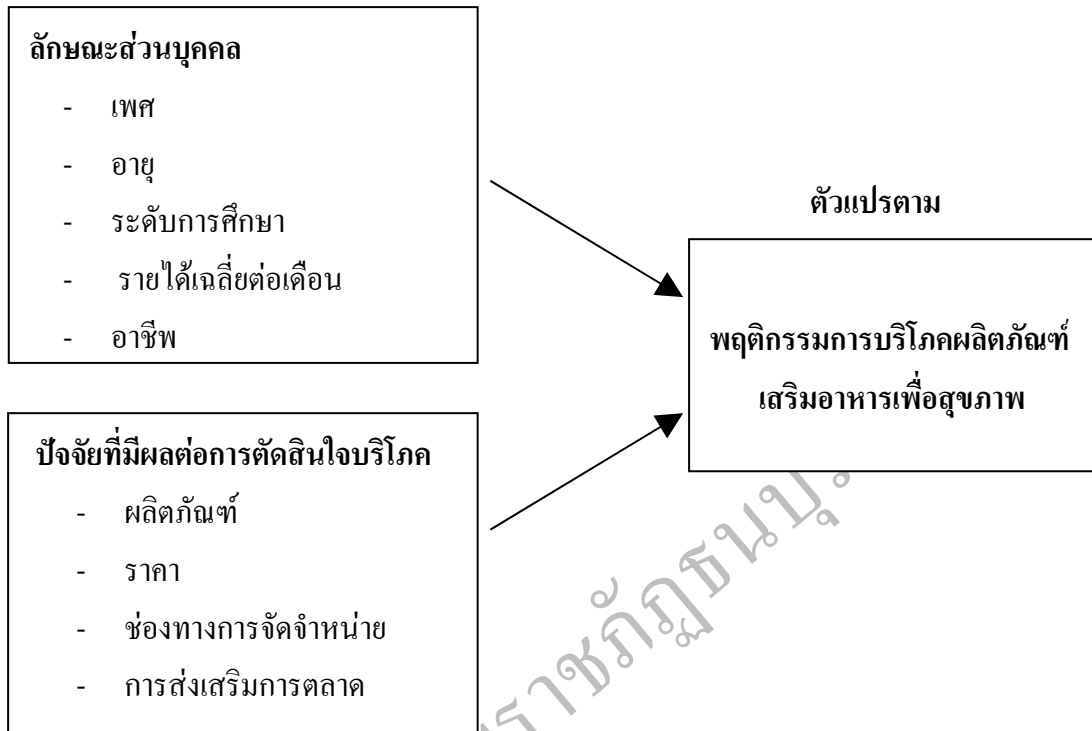
2. ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพ

3. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาในช่วงเดือน ตุลาคม 2552 ถึงเดือน พฤศจิกายน 2552

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ ซึ่งจะมุ่งให้สารอาหารเพียงบางอย่างเท่านั้น มีลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น ๆ ใช้สำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติบริโภค เนื่องจากไม่สามารถบริโภคอาหารหลักได้ครบ มิใช่สำหรับผู้ป่วย

สุขภาพ หมายถึง สภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ และสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขมิใช่เพียงแต่ปราศจากโรคและความพิการเท่านั้น

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตได้โดยตรงหรือทางอ้อม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอาหารเสริมเพื่อสุขภาพที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการซื้อ แบ่งออกเป็น

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาดปลอดภัยไร้สารเจือปน มีสารอาหารที่มีประโยชน์มากกว่า มีตรารับรองคุณภาพ ส่วนผสมและวัตถุดิบที่ใช้ บรรจุกฎที่ดี ทานสะดวก รสชาติดี มีขนาดพอเหมาะแก่การบริโภค ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิตหรือบริษัทที่จำหน่าย
- ปัจจัยด้านราคา คือ ระดับราคาที่เหมาะสม/ ถูก
- ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย คือ หาซื้อสะดวก ที่จอดรถสะดวก ทำเลสะดวก
- ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือ รายการลดราคา ชิงโชค เพิ่มปริมาณขณะที่ราคาเท่าเดิม โฆษณาน่าสนใจ การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายแนะนำ

ลูกค้า หมายถึง ผู้บริโภคที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรักษาลูกค้าเดิมให้คงอยู่และเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างเหมาะสม