ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อ สุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ผู้เขียน

นางสาวปรัชญาพร สุทธิธรรม

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ คร. รวิพร คูเจริญไพศาล

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ ตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร เก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามจากผู้บริโภคที่อาศัยในอำเภอเมืองสมุทรสาคร และเคยซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 ราย โดยเลือกตำบลที่มีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ ตำบลมหาชัย ตำบลท่าทราย ตำบลบางหญ้าแพรก ตำบลนาดีและตำบลโคกขาม และทำการเลือกตัวอย่างตาม สะดวก (Convenience Sampling) ตำบลละ 40 ราย นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพประเภทผลไม้ต่างๆ เลือก ซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพโดยไม่จำเป็นต้องมียี่ห้อ มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้ออาหารว่างเพื่อ สุขภาพ เพราะต้องการให้สุขภาพแข็งแรง บริโภคระหว่างมื้อเช้า มีความถี่ในการเลือกซื้อสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง โดยตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพด้วยตัวเอง ซึ่งเลือกซื้อจากร้านในซุปเปอร์มาร์เก็ต และมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพระหว่าง 101-200 บาทต่อครั้ง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อ สุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการระบุวันเดือนปีที่หมดอายุ ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัด จำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ร้านอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่าย ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าถึงประโยชน์ของส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์

ปัจจัยสิ่งแวคล้อมภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้าน การเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเทค โนโลยี ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านเศรษฐกิจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รายใค้ของผู้บริโภคลดลง ปัจจัยย่อยด้าน เทคโนโลยีที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความปลอดภัยของสารปรุงแต่งที่พัฒนาขึ้น เช่น ไม่มีสารพิษ ตกค้าง และมี อย.รับรอง ปัจจัยย่อยด้านการเมืองและกฎหมายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อาหารว่างเพื่อ สุขภาพมีกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในอาหาร (Food Safety) มารองรับ เช่น อย. GMP ปัจจัย ย่อยด้านวัฒนธรรมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทัศนคติต่ออาหารและสิ่งที่คิดว่ามีประโยชน์ในอาหาร



VG MAI

Independent Study Title Factors Related to Purchasing Decision of Healthy Snacks of

Consumers in Amphoe Mueang Samut Sakorn

Author Ms. Pratchayaporn Suttithum

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan

## **ABSTRACT**

This independent study aimed to investigate the factors related to purchasing decision on healthy snacks of consumers in Amphoe Mueang Samut Sakorn. Questionnaires were used to collect data from 200 consumers residing in Amphoe Mueang who have purchased healthy snacks. 40 samples were taken from each of the 5 most populated districts, namely, Mahachai, Ta Sai, Bang Yapraek, Nadee, and Khok Kham, using convenience sampling. The data was analyzed with descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results of the study showed that most respondents purchased healthy snacks of fruit types, with no regards for particular brands, and with the objective of attaining better heath. They usually took the healthy snacks in the morning. The results indicated that most respondents made their purchase decision by themselves, purchased from supermarkets 1-2 times a week, and spent 101-200 baht each time.

The results also showed that the marketing mix factors which the respondents considered important were product, price, place, and promotion, respectively. The product subfactor that averaged highest was whether the expiration dates were specified. The price subfactor with the highest average was the value-for-money. The place sub-factor with the highest average was accessibility to retail locations, and the promotion sub-factor with the highest average was whether the nutrition contents and health benefits were documented.

Most respondents considered external environmental factors highly important and ranked them in order of importance in the following order: political and legal factors, technological factors, cultural factors, and economic factors, respectively. The economic subfactor with the highest average was the decline of income of the consumers. The technological sub-factor with the highest average was safety of additives used in the products, e.g., containing no toxic chemical residues and certified by FDA. The political and law-related sub-factor with the highest average was the availability of supporting laws on food safety that enforced certifications such as that of FDA and GMP. The cultural sub-factor that ranked with the highest average was the attitudes towards food and what benefits contained in food.



## ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright<sup>©</sup> by Chiang Mai University All rights reserved