

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คอลลาเจนในเขตเมืองพัทยา
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร / คอลลาเจน / ความตั้งใจซื้อ
ชื่อนักศึกษา	ชรินทร์ แสงสว่าง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.รวมศักดิ์ วีระสุนทร
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศเท่านั้นที่มีผลต่อความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอื่นๆ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ไม่มีผลต่อความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจน พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งและสถานที่ซื้อ มีผลต่อความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจน โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคอลลาเจนอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

Thesis Title	Factors affecting purchase intention of collagen dietary supplements in Pattaya city
Keyword	Marketing mixed factors / Dietary supplements / Collagen / Purchase intention
Student	Charinrat Sangsawang
Thesis Advisors	Assistant Professor Dr. Ruamsak Veerasoontorn
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2016

ABSTRACT

This research aims to study the factors affecting purchase intention of collagen dietary supplements in Pattaya city such as individual factors, consumer behavior and marketing mix factors. The samples in this research consisted of 400 consumers who purchased collagen dietary supplements in Pattaya city. A questionnaire was used as research instrument for data collection. The statistical methods for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, LSD and multiple regression analysis.

The results showed that only gender that affect consumer purchase intention of collagen dietary supplements significantly and other personal factors including age, education, average income per month and occupation does not affect consumer purchase intention. In terms of consumer behavior factors that affect consumer purchase intention of collagen dietary supplements significantly are costs per time and place to purchase. In term of marketing mix factors that affect consumer purchase intention of collagen dietary supplements significantly are promotion, price and product respectively.