

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญเรื่อง	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	7
บทที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	8
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	10
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	15
สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	15
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	22
ขอบเขตการศึกษา	22
วิธีการศึกษา	23
ขอบเขตและจำนวนประชากร	24
การสุ่มตัวอย่างประชากร	24
การเก็บข้อมูล	24
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	25
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	26
การรายงานผลการศึกษา	26

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	30
ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	35
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	53
ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านปัญหาที่พบจากการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	63
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	124
สรุปผลการศึกษา	124
อภิปรายผลการศึกษา	129
ข้อค้นพบ	133
ข้อเสนอแนะ	141
บรรณานุกรม	144
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	145
ประวัติผู้ศึกษา	153

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	31
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	32
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	33
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	34
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดอาหารเสริมสุขภาพที่ซื้อในปัจจุบัน	35
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	36
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารเสริมสุขภาพเพื่อรับประทานเองในโอกาสต่างๆ	37
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่รับประทานอาหารเสริมสุขภาพ	38
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่จะรับประทานอาหารเสริมสุขภาพต่อไปในอนาคต	39
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	40
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของซูปเปอร์ไก่และปริมาณที่ซื้อแต่ละครั้ง	41
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพประเภทธัญง	42
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อและจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง	42
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพประเภทกระเทียมสำเร็จรูป วิตามินเสริม และประเภทสมุนไพรสกัด	43
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อและจำนวนการซื้อกระเทียมสำเร็จรูป	44
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของกระเทียมสำเร็จรูปที่ซื้อ	44
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อวิตามินเสริม	45

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์ของวิตามินเสริมที่ซื้อ	46
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อและจำนวนการซื้อสมุนไพรสกัด	47
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของสมุนไพรที่ซื้อ	48
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพปริมาณข้างต้น	49
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	50
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ไปซื้ออาหารเสริมสุขภาพบ่อยที่สุด	51
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	52
26	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	53
27	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์	54
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคา	55
29	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่าย	55
30	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านการส่งเสริมการขาย	56
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาอาหารเสริมสุขภาพที่ซื้อ	57
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารเสริมสุขภาพจากสถานจำหน่ายในปัจจุบัน	57

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์อาหารเสริมสุขภาพที่ซื้อ	58
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	59
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามต้องการให้อาหารเสริมสุขภาพมีรายการแลกหรือแถมอะไรมากที่สุด	60
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเมื่อไปถึงสถานที่ซื้อท่านทำอะไรเมื่อมีหัตถ์ตั้งใจมาซื้อสินค้ามีวางจำหน่ายอยู่แต่มีหัตถ์อื่นมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	61
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	62
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบจากการซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์	63
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	64
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านสถานที่จำหน่ายอาหารเสริมสุขภาพ	65
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขายอาหารเสริมสุขภาพ	66
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเมื่อไปถึงสถานที่ที่ซื้อเมื่อไม่มีหัตถ์ที่ตั้งใจมาซื้อ	67
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารเสริมสุขภาพที่เลือกซื้อ และเพศ	68
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเพศ	69
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเพศ	70

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้ออาหารเสริม สุขภาพและเพศ	71
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเพศ	72
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเพศ	73
49	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเพศ	74
50	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์และเพศ	75
51	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคาและเพศ	76
52	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่ายและเพศ	77
53	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านการส่งเสริมการขายและเพศ	78
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอายุ	79
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอายุ	80
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอายุ	81
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	82
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอายุ	84
60	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอายุ	85
61	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และอายุ	86
62	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคาและอายุ	87
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่ายและอายุ	88
64	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านการส่งเสริมการตลาดและอายุ	89
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	90
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	91
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	92
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	93
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	94
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	95
71	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและอาชีพ	96

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
72	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์ และอาชีพ	97
73	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคา และอาชีพ	99
74	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่าย และอาชีพ	100
75	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านการส่งเสริมการตลาดและอาชีพ	101
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารเสริมสุขภาพและรายได้	102
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	103
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	104
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	105
80	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	106
81	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	107
82	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและรายได้	108
83	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์และรายได้	109
84	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคาและรายได้	110



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
85	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่าย และรายได้	111
86	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านการส่งเสริมการขาย และรายได้	112
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ และระดับการศึกษา	113
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและระดับการศึกษา	114
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและระดับการศึกษา	115
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพและระดับการศึกษา	116
91	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพและระดับการศึกษา	117
92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและระดับการศึกษา	118
93	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา	119
94	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์และการศึกษา	120
95	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านราคาและการศึกษา	121
96	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านสถานที่จำหน่าย และการศึกษา	122
97	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพด้านส่งเสริมการตลาดและการศึกษา	123