

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 อาหารเพื่อสุขภาพ (functional food)	7
2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงาขี้ม้อน	11
2.3 ไช้มันกับสุขภาพ	14
2.4 พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior)	26
2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค	35
2.6 ทักษะคิดของผู้บริโภค	37
2.7 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	44
2.8 การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าด้วยคาโนโมเดล (Kano's model)	49

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
2.10 กรอบแนวคิดในการศึกษา	60
2.11 สมมติฐานการศึกษา	60
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	61
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	61
3.2 ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง การสุ่มและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	61
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	63
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	67
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	68
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	68
บทที่ 4 ผลการศึกษา	69
4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	70
4.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ	72
4.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	74
4.4 พฤติกรรมและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อน	80
4.5 ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อนที่ผู้บริโภคต้องการ	87
4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุและรายได้กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ	91
4.7 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค (factor analysis)	101
4.8 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อนด้วยคาโน โมเดล (Kano's model)	107

บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	112
5.1	สรุปผลการศึกษา	112
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	117
5.3	ข้อค้นพบ	125
5.4	ข้อเสนอแนะ	128
5.5	ข้อเสนอแนะในการค้นคว้าครั้งต่อไป	131
บรรณานุกรม		132
ภาคผนวก		137
ก	คำถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Questions)	138
ข	แบบสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาขี้ม้อน	139
ประวัติผู้เขียน		148

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	กรดไขมันที่อยู่ในกลุ่มกรดไขมันโอเมก้า 3	15
2.2	ปริมาณไขมันโอเมก้า 6 และ โอเมก้า 3 ในแหล่งอาหารแต่ละประเภท	16
2.3	คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	35
2.4	คำถามแบบด้านบวก (positive question) และด้านลบ (negative question) ของคาโนโมเดล	52
2.5	การประเมินของคาโน โมเดล	53
2.6	ตัวอย่างการประเมินผลลัพธ์จากการประเมิน	54
2.7	ตัวอย่างการประเมินสัมประสิทธิ์ความพอใจและไม่พอใจ	55
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	70
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของผู้ที่ไม่มีรายได้	72
4.3	จำนวนและร้อยละของความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพจำแนกตามความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	74
4.5	ปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	76
4.6	คุณประโยชน์จากอาหารเพื่อสุขภาพที่ต้องการ	76
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	77
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	77
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารเพื่อสุขภาพที่นิยมรับประทาน	78

4.10	สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ	79
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	79
4.12	จำนวนและคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่มีในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	80
4.13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อน	81
4.14	เหตุผลในการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อน	81
4.15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อน	82
4.16	ปัญหาที่พบในการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อน	83
4.17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงาจี๊ม่อน (n = 400)	84
4.18	ความสนใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อนก่อนและหลังได้รับข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ของงาจี๊ม่อน	85
4.19	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากงาจี๊ม่อน 15 ชนิด	89
4.20	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	93
4.21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	96
4.22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	99
4.23	คะแนนความสำคัญเฉลี่ยของปัจจัยที่ผู้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพใช้พิจารณาเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	102
4.24	ค่า factor loading ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	104

- | | | |
|------|--|-----|
| 4.25 | โมเดลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบในแต่ละปัจจัย (the relation model of each component) | 105 |
| 4.26 | การประเมินผลลัพธ์คำถามจากแบบจำลองคาโน | 108 |
| 4.27 | การประเมินสัมประสิทธิ์ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction coefficient) | 110 |

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
2.1	ต้นงาช้างม้วน	11
2.2	เมล็ดงาช้างม้วน	13
2.3	กระบวนการสร้างกรดไขมันที่เป็นสมาชิกในกลุ่มโอเมก้า 6 และ โอเมก้า 3 จากกรดไลโนเลนิก (18:2 ω_6) และอัลฟาไลโนเลนิก (18:3 ω_3)	25
2.4	จิตวิทยาของคนที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ	26
2.5	รูปแบบอย่างง่ายสำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์	28
2.6	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory	29
2.7	รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) [model of buyer (consumer) behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (factor influencing consumer's buying behavior)	34
2.8	“ศูนย์ควบคุมสั่งการทางสมอง” และส่วนประกอบทางจิตวิทยา	38
2.9	แนวคิดส่วนประสมการตลาด	48
2.10	คาโนโมเดล (Kano's model)	50
2.11	กรอบแนวคิดในการศึกษา	60
4.1	การจับกลุ่มของตัวแปรภายหลังการวิเคราะห์กลุ่มปัจจัยใหม่	106
4.2	ผลกระทบของหน้าที่ผลิตภัณฑ์ต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ	111