

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	5
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
2.3 งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	29
ส่วนที่ 3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	33
ส่วนที่ 4 ปัญหาในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	38
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	41
ส่วนที่ 6 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเลือกซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	85
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ	125
5.1 สรุปผลการศึกษา	125
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	140
5.3 ข้อค้นพบ	144
5.4 ข้อเสนอแนะ	148
บรรณานุกรม	150
ภาคผนวก	152
แบบสอบถาม	153
ประวัติผู้เขียน	162

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1	ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่เลือกซื้อ	21
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของอาหารว่างเพื่อสุขภาพที่เลือกซื้อ	22
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ	23
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่บริโภค	24
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	25
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	26
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	27
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	28
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	29
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	30
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	31
13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	32
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	34
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านการเมืองและกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	35
17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านวัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	36
18	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	37
19	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	38
20	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	39
21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	39
22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	40
23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	41
24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	43
25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	44
26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	48
28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	50
29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	52
30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	54
31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	56
32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	58
33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
34	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	62
35	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
45	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	84
46	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	86
47	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	87
48	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	89
49	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านการเมืองและกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	90
50	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านวัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ	91
51	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	92
52	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านเทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	93
53	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านการเมืองและกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
54	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน วัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามอายุ	95
55	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน เศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
56	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน เทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	98
57	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน การเมืองและกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อ สุขภาพ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	99
58	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน วัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	100
59	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน เศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามความถี่ในการเลือกซื้อ	102
60	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน เทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามความถี่ในการเลือกซื้อ	103
61	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน การเมืองและกฎหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อ สุขภาพ จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ	104
62	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกด้าน วัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนก ตามความถี่ในการเลือกซื้อ	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
72	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุ	117
73	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	119
74	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ	120
75	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ	122
76	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	123
77	ระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	128
78	ระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพเป็นรายด้าน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อ และค่าใช้จ่ายในการอาหารว่างเพื่อสุขภาพซื้อ	131
79	ระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือน	134
80	ระดับความสำคัญสูงสุดของปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพเป็นรายด้าน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อ และค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพต่อครั้ง	137

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
81	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาหารว่างเพื่อสุขภาพ 10 อันดับแรก กับปัญหาย่อยของการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารว่างเพื่อสุขภาพ	145



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved