

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
แนวคิด และทฤษฎี	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
<b>บทที่ 3 ระเบียบ และวิธีการศึกษา</b>	
ขอบเขตการศึกษา	18
ข้อมูล และแหล่งข้อมูล	20
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	21
สถานที่ใช้ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล	22
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
ส่วนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	32
ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	38
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปร่างลักษณะ และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	41
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	71
ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปร่างลักษณะ และ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	79
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการศึกษา	197
อภิปรายผลการศึกษา	234
ข้อค้นพบ	237
ข้อเสนอแนะ	251
<b>บรรณานุกรม</b>	260
<b>ภาคผนวก</b>	263
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	283

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคุณลักษณะของสื่อหลัก	7
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	24
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	24
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	25
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	25
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	26
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	26
8 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามรูปร่างลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ซื้อในครั้งล่าสุด	27
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	28
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	29
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ซื้อครั้งล่าสุด	29
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ซื้อ ครั้งล่าสุด	30
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักครั้งล่าสุด	31
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และอันดับของสื่อที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
17 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	41
18 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
19 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	49
20 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	54
21 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
22 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปร่างลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
23 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ของผู้บริโภค จำแนกตามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	65
24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ในครั้งแรก	71
25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรก	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	74
27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลเพิ่มเติมที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	75
28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบหลังการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	76
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ซื้อกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักอื่น	76
30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักอื่น	78
31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับเพศ	79
32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับเพศ	81
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับเพศ	83
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับเพศ	86
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	88

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับเพศ	89
37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อใช้แล้วกับเพศ	90
38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับเพศ	92
39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับอายุ	94
40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับอายุ	96
41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับอายุ	99
42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับอายุ	102
43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับอายุ	104
44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับอายุ	106
45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับอายุ	107



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
46	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับอายุ	110
47	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับสถานภาพสมรส	112
48	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก กับสถานภาพสมรส	115
49	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับสถานภาพสมรส	117
50	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับสถานภาพสมรส	120
51	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับสถานภาพสมรส	122
52	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับสถานภาพสมรส	124
53	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับสถานภาพสมรส	125
54	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับสถานภาพสมรส	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับระดับการศึกษาสูงสุด	129
56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับระดับการศึกษาสูงสุด	132
57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับระดับการศึกษาสูงสุด	134
58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรก กับระดับการศึกษาสูงสุด	136
59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับระดับการศึกษาสูงสุด	138
60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับระดับการศึกษาสูงสุด	139
61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับระดับการศึกษาสูงสุด	140
62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับระดับการศึกษาสูงสุด	142
63 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	144



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับระดับการศึกษาสูงสุด	147
65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	149
66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	151
67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	154
68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	155
69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	156
70 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159
71 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับรูปร่างลักษณะ	161
72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก กับรูปร่างลักษณะ	164

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
73 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อการควบคุมน้ำหนักกับรูปร่างลักษณะ	166
74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารในครั้งแรกกับรูปร่างลักษณะ	168
75 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับรูปร่างลักษณะ	170
76 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหา ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ที่ได้ซื้อ มาใช้แล้วกับรูปร่างลักษณะ	172
77 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อ มาใช้แล้วกับรูปร่างลักษณะ	173
78 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ที่ได้ซื้อมาใช้ แล้วกับรูปร่างลักษณะ	175
79 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิด ความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักในครั้งแรกกับ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	177
80 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลจากการรับ ข่าวสารจากสื่อที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุม น้ำหนักกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	180
81 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูล เพิ่มเติมหลังจากที่รับข่าวสารที่ทำให้เกิดความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อการควบคุมน้ำหนักกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการ ควบคุมน้ำหนัก	183

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
82	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับเพศ	185
83	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	188
84	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	190
85	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	191
86	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก ที่ได้ซื้อมาใช้แล้วกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	194
87	สื่อที่เลือกเปิดรับเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุม น้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	198
88	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	199
89	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	200
90	แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	201

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
91 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	202
92 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	203
93 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก จำแนกตามรูปร่างลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	204
94 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม	205
95 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไป และความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปร่างลักษณะ และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม	206
96 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไป และสื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปร่างลักษณะ และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้ตอบแบบสอบถาม	207
97 พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	208
98 สื่อที่เลือกเปิดรับและข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	210

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
99	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ</p> <p style="text-align: right;">213</p>
100	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพสมรส</p> <p style="text-align: right;">219</p>
101	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด</p> <p style="text-align: right;">222</p>
102	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน</p> <p style="text-align: right;">225</p>
103	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรูปร่างลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม</p> <p style="text-align: right;">228</p>
104	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามขั้นตอนในกระบวนการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอ เมืองเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการ ควบคุมน้ำหนัก</p> <p style="text-align: right;">231</p>
105	<p>พฤติกรรม的开รับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามเพศ</p> <p style="text-align: right;">242</p>
106	<p>พฤติกรรม的开รับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามอายุ</p> <p style="text-align: right;">243</p>

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
107	พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามสถานภาพสมรส	244
108	พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	245
109	พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	246
110	พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามรูปร่างลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	247
111	พฤติกรรมกำรเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ การควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าสูงสุดเป็นอันดับ แรก จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	248