



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ  
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และ  
จังหวัดเพชรบุรี  
Factors Influencing Consumer Behaviors in Buying Whey Protein  
Supplement for Men in Prachuap Khiri Khan Province and  
Phetchaburi Province

ศิริวรรณ ยั่งอ้อย<sup>1\*</sup>, ปริญญา บรรจงมณี<sup>2\*\*</sup>  
Siriwan Yungyoo<sup>1\*</sup>, Parinya Bunjongmanee<sup>2\*\*</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด  
เลขที่ 1458 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

<sup>1</sup>Master of Business Administration Program the Stamford International University  
<sup>1</sup>1458 Petchkasem Road, Cha-Am, Phetchaburi 76120

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด  
เลขที่ 1458 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

<sup>2</sup>Faculty of Business Administration the Stamford International University  
1458 Petchkasem Road, Cha-Am, Phetchaburi 76120

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี 2) ศึกษาระดับของการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค และ 4) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากร

\* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: siyungyoo@hotmail.com

\*\*อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก (อาจารย์ ดร. ประจักษ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด)

ที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ปี พ.ศ. 2559 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติพรรณนา หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเอฟ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) กรณีที่มีนัยสำคัญจะทดสอบแบบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีของ Scheffe และการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์โดยใช้ค่าทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษ ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อเสริมสร้างรูปร่างที่ดี เลือกซื้อประเภทเวย์โปรตีนคอนเซนเทรท (WPC) มีความถี่ในการเลือกซื้อ 1 เดือน/ครั้ง เลือกซื้อช่วงเช้า เลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าในราคา 2,001 - 2,500 บาท/ครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ เพื่อน 2) ระดับของการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษ โดยรวมมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า มีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการประเมินผลหลังการซื้อ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษแตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษไม่แตกต่างกัน 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาตามรายด้าน พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความสัมพันธ์ 6 ด้าน ได้แก่ แหล่งที่เลือกซื้อ ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่เลือกซื้อ ราคาในการเลือกซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อและเวลาที่เลือกซื้อ

## คำสำคัญ

การตัดสินใจในการเลือกซื้อ พฤติกรรมของผู้บริโภค อาหารเสริมเวย์โปรตีน

## Abstract

This research aims 1) to study consumer behaviors in buying Whey Protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province, 2) to study level for buying Whey Protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province, 3) to compare the factors influencing buying Whey Protein supplement for men classified by personal factors, and 4) to study relationship between the factors and consumer behaviors in buying Whey



Protien supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province. A total sample of 400 people is people who have bought Whey Protein supplement, located in Prachuap Khiti Khan province and Petchaburi province. Questionnaire was used as a data collection tool. Statistics used descriptive statistics, included frequency, percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA, Scheffe and Chi-Square Test.

The result showed that: 1) Most consumers bought Whey Protein supplement for men because of good figure; bought concentrate Whey Protein; bought once a month; bought in morning session; placed order via the Internet; paid 2,001 – 2,500 per order; and bought Whey Protein supplement for men by getting an influence from friends. 2) In overall, the level for buying Whey Protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province are in high level. According to each component, problem recognition and post purchase are in the highest level. 3) Consumers who have difference in status, education, and income differently view the factors influencing buying Whey Protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province at 0.05 statistical significance. 4) There is a number of 0.05 statistically significant relationship between the factors and consumer behaviors in buying Whey Protein supplement for men in Prachuap Khiri Khan province and Petchaburi province. They included source choose, the type of whey protein supplements buy, price to buy, the reasons for choosing, the frequency of purchase and the time of purchase.

## Keywords

Buying Decision, Consumer Behaviors, Whey Protein

## บทนำ

การรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงและหันมาใส่ใจในด้านสุขภาพ การรับประทาน การบริโภค การออกกำลังกายและดูแลสุขภาพมากกว่าอดีตที่ผ่านมา สาเหตุหลัก คือ ปัจจุบันมีภาวะอันตรายทางด้านสุขภาพ การเจ็บป่วย และภาวะของโรคเกิดขึ้น ผู้บริโภคจึงตระหนักถึงการดูแลสุขภาพตนเองโดยหันมารักษาสุขภาพและเลือกรับประทานอาหารมากขึ้น ภาคอุตสาหกรรมของการประกอบธุรกิจของอาหารเสริมเวย์โปรตีนมีการทำตลาดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนสำหรับสุขภาพบุรุษที่ต้องการสร้างกล้ามเนื้อ ซึ่งมีหลายยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จ แต่จะเป็นแบรนด์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แบรนด์ที่เจ้าของเป็นคนไทยมีจำนวนน้อยหากเทียบกับแบรนด์จากต่างประเทศ สำหรับธุรกิจอาหารเสริมเวย์โปรตีนในตลาดประเทศไทย (และตลาดในภูมิภาค) มีการเจริญเติบโตขึ้นและมีช่องทางการตลาดอยู่จำนวนมาก เพราะมีแนวโน้มในการดูแลสุขภาพและความต้องการที่จะมีรูปร่างที่สวยงามของสุขภาพบุรุษไทยมากกว่าอดีต

ทำให้ธุรกิจเวียโปรตีนเป็นหนึ่งในธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีอนาคตไกลและมีแบรนด์ของไทยที่เป็นที่รู้จักจำนวนน้อย ความต้องการทางด้านรูปร่างเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรักษาสุขภาพ อาหารจึงเป็นกลไกสำคัญโดยเฉพาะโปรตีนสกัดหรือที่เรียกว่า เวียโปรตีน การแปรรูปของสารอาหารจะทำให้การบริโภคของผู้บริโภคสะดวกมากกว่าเดิม สินค้าประเภทอาหารเสริมเวียโปรตีนจึงเป็นที่นิยมในกลุ่มของผู้บริโภคที่รักสุขภาพและต้องการดูแลตัวเองในด้านต่างๆ ในด้านกลุ่มผู้บริโภคที่ดูแลรูปร่าง สัดส่วนของร่างกาย สุขภาพบุรุษได้ให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้นในเขตการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี เริ่มมีสถานที่บริการในการให้ออกกำลังกายดูแลสุขภาพและอาหารเสริมเวียโปรตีนมีให้เลือกบริโภคภายในพื้นที่จำนวนมาก เช่น สถานที่ออกกำลังกายของเอกชน มีการเก็บค่าบริการเมื่อเข้าใช้บริการ หรือสถานที่ออกกำลังกายบริการฟรีให้ชุมชน เป็นต้น คนกลุ่มนี้จะมีการออกกำลังกายพร้อมบริโภคอาหารเสริมเวียโปรตีนเพื่อความคุ้มครองรูปร่างของตน และมีบางกลุ่มที่ไม่มีการออกกำลังกายแต่มีการบริโภคอาหารเสริมเวียโปรตีนเพราะต้องการดูแลรูปร่าง สุขภาพ ในการดูแลสุขภาพดังกล่าว ปัจจุบันสุขภาพบุรุษจำนวนมากหันมาสนใจในรูปร่างของตนเอง มีการเลือกบริโภคและใส่ใจในรูปลักษณ์ของตนเอง ตั้งแต่ภายในสู่ภายนอกมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีนจึงเป็นที่นิยมสำหรับสุขภาพบุรุษที่ต้องการเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ดูแลในด้านสุขภาพและตัดสินใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีน การดูแลสุขภาพและรูปร่างเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรีซึ่งจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญระดับประเทศ คนกลุ่มนี้จะออกกำลังกายพร้อมบริโภคอาหารเสริมเวียโปรตีนเพื่อความคุ้มครองรูปร่างของตน และมีบางกลุ่มที่ไม่มีการออกกำลังกายแต่มีการบริโภคอาหารเสริมเวียโปรตีนเพราะต้องการดูแลรูปร่าง สุขภาพ ในการดูแลสุขภาพดังกล่าว ปัจจุบันไม่ได้มีเพียงแค่เพศสตรีเท่านั้น สุขภาพบุรุษจำนวนมากหันมาสนใจในรูปร่างของตนเอง มีการเลือกบริโภคและใส่ใจในรูปลักษณ์ของตนเองตั้งแต่ภายในสู่ภายนอกมากยิ่งขึ้น แต่ยังไม่เห็นมีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่แพร่หลายมากในพื้นที่ (Bioticon Laboratory All Rights Reserved, 2559) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรีเพื่อจะได้ทราบว่าการกลุ่มเป้าหมายมีการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคเวียโปรตีนมากน้อยเพียงใด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และต่อผู้จำหน่ายที่สามารถปรับตัวได้ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเสริมเวียโปรตีนให้ประสบผลสำเร็จได้

## วัตถุประสงค์

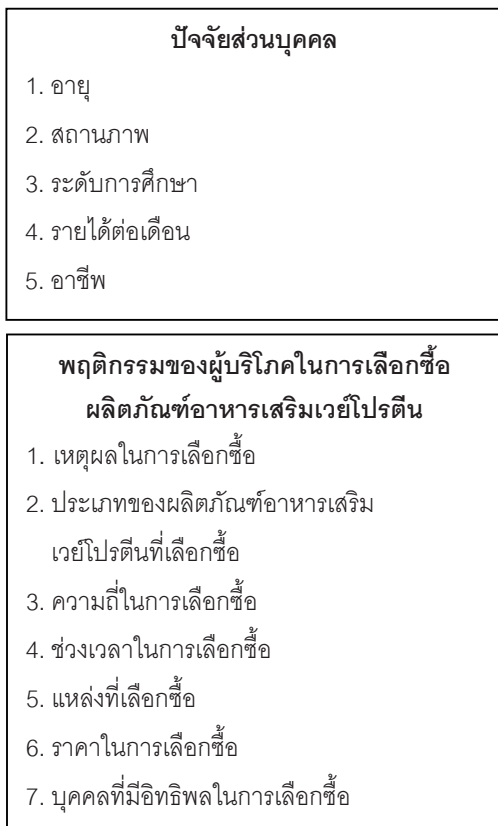
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับของการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวียโปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี

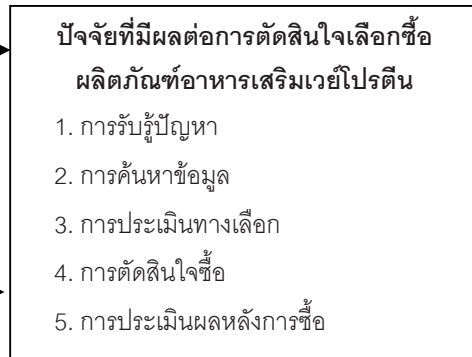
### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดจากพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler & Keller (2012) คือ 6Ws 1H ประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? มาใช้เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในศึกษา ส่วนด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อได้ประยุกต์ใช้มาจาก Kotler & Keller (2012) คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ

#### ตัวแปรต้น



#### ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้วิจัย การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรซึ่งเป็นสุภาพบุรุษที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 8 อำเภอ คือ อำเภอบางสะพานน้อย อำเภอบางสะพาน

อำเภอทับสะแก อำเภอเมือง อำเภอกุยบุรี อำเภอสามร้อยยอด อำเภอปราณบุรี มีจำนวนประชากร 534,719 คน และจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย 8 อำเภอ คือ อำเภอเขาย้อย อำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอแก่งกระจาน อำเภอชะอำ อำเภอท่ายาง อำเภอบ้านแหลม อำเภอบ้านลาด และอำเภอหนองหญ้าปล้อง มีจำนวนประชากร 474,192 คน ซึ่งแต่ละจังหวัดไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้บริโภคที่ชัดเจน โดยใช้สูตร W. G. Cochran (ธีรภูมิ เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างซึ่งจะเก็บข้อมูลในอัตรา 1:25 ของจำนวนอำเภอในแต่ละจังหวัด

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List) และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ การกำหนดเกณฑ์เช่นนี้ยึดหลักว่า ในช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนทุกระดับเท่ากัน ซึ่งเมื่อกำหนดน้ำหนักคะแนนระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด เป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ พิสัยเป็น  $5 - 1 = 4$  เฉลี่ยแต่ละช่วงห่างกัน  $4/5 = 0.8$

## 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) ในภาพรวมอยู่ที่ 1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.86

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 และข้อ 3 ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติค่า F-test วิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)





## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 53.00 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 28.50 มีต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ร้อยละ 17.75 และมีอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 64.75 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 31.75 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 3.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 55.75 รองลงมา มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 32.25 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 51.25 รองลงมา มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 30.50 มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท ร้อยละ 12.25 มีรายได้ 35,001 - 45,000 บาท ร้อยละ 4.50 และมีรายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 1.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.75 รองลงมา มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย ร้อยละ 28.75 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 21.75 มีอาชีพอิสระ ร้อยละ 6.00 และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.75

### 2. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย เหตุผลในการเลือกซื้อ ประเภทของอาหารที่เลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ แหล่งที่เลือกซื้อ ราคาในการเลือกซื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อรูปร่างที่ดี ร้อยละ 38.75 รองลงมา เพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ร้อยละ 32.75 เพื่อสุขภาพที่ดี ร้อยละ 28.00 และเพื่อตามกระแสนิยม ร้อยละ 0.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนประเภทเวย์โปรตีนคอนเซนเทรท (WPC) ร้อยละ 44.25 รองลงมาเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน ประเภทเวย์โปรตีนไฮโดรไลเซต (WPI) ร้อยละ 38.75 และเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน ประเภทเวย์โปรตีนไฮโดรไลซ์ (HWP) ร้อยละ 12.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเลือกซื้อ 1 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 52.75 รองลงมาเลือกซื้อ 2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 20.25 เลือกซื้อมากกว่า 1 ครั้ง/ต่อเดือน ร้อยละ 16.25 และเลือกซื้อมากกว่า 2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 10.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อช่วงเช้า ร้อยละ 32.25 รองลงมาเลือกซื้อช่วงกลางวัน ร้อยละ 28.00 เลือกซื้อช่วงเย็น ร้อยละ 25.00 และช่วงค่ำ/ดึก ร้อยละ 14.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อส่งออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 39.75 รองลงมาเลือกซื้อที่ห้างสรรพสินค้า (เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ เป็นต้น) ร้อยละ 21.75 เลือกซื้อที่ร้านขายอาหารเสริมเฉพาะทาง (เช่น GNC) ร้อยละ 19.75 เลือกซื้อที่จิวเวลรี่จิวเวลรี่ (เช่น เพื่อน) ร้อยละ 9.75 และเลือกซื้อผ่านคนรู้จัก (เช่น Fitnee Trainer) ร้อยละ 9.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อในราคา 2,001-2,500 บาท/ครั้ง ร้อยละ 28.75 รองลงมา มีการเลือกซื้อในราคา 1,501-2,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 24.00 มีการเลือกซื้อในราคา 500-1,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 19.50 มีการเลือกซื้อในราคา 1,001-1,500 บาท/ครั้ง ร้อยละ 16.50 มีการเลือกซื้อในราคา 2,501-3,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 9.75 และเลือกซื้อใน

ราคาที่สูงกว่า 3,500 บาท/ครั้ง ร้อยละ 1.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ เพื่อน ร้อยละ 55.00 รองลงมาบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ พิเด็น เทรนเนอร์ ร้อยละ 23.00 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ ดารา/นักแสดง/นักร้อง ร้อยละ 9.75 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ แพทย์/เภสัชกร ร้อยละ 6.75 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ ครอบครัว ร้อยละ 3.50 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ พนักงานขายและคู่มือ/ผู้สมรส ร้อยละ 1.00 เท่ากัน

### 3. ระดับของการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ระดับของการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินผลหลังการซื้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในประเทศไทยโดยรวมมีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า อันดับแรก ด้านการรับรู้ปัญหามีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลหลังการซื้อ มีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ด้านการค้นหาข้อมูล มีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 และด้านการประเมินผลทางเลือก มีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48 ตามลำดับ

### 4. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

การเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในประเทศไทย ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ การทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ในกรณีตัวแปรต้นตั้งแต่ 3 ตัวเลือกขึ้นไป ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 1.743, Sig = 0.158$ ) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 16.880, Sig = 0.000$ ) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมไม่แตกต่างกัน ( $F = 10.869, Sig = 0.000$ ) ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.261, Sig = 0.002$ ) และผู้บริโภคที่มีอาชีพ มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 2.259, Sig = 0.062$ ) สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ





ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนแตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุและอาชีพต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนไม่แตกต่างกัน

#### ตารางที่ 4

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษในประเทศไทย แตกต่างกัน		
1.1 อายุ		✓
1.2 สถานภาพ	✓	
1.3 ระดับการศึกษา	✓	
1.4 รายได้ต่อเดือน	✓	
1.5 อาชีพ		✓

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์ซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี

#### ตารางที่ 5

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุขภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน	การตัดสินใจเลือกซื้อ	
	$\chi^2$	Sig.
1. เหตุผลในการเลือกซื้อ	164.399	0.000*
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่เลือกซื้อ	80.499	0.018*
3. ความถี่ในการเลือกซื้อ	136.096	0.000*
4. ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ	147.013	0.000*
5. แหล่งที่เลือกซื้อ	141.070	0.033*
6. ราคาในการเลือกซื้อ	190.338	0.003*
7. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	182.299	0.213

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความสัมพันธ์ 6 ด้าน ได้แก่ แหล่งที่เลือกซื้อ (Sig. = 0.033) ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่เลือกซื้อ (Sig. = 0.018) ราคาในการเลือกซื้อ (Sig. = 0.003) เหตุผลในการเลือกซื้อ (Sig. = 0.000) ความถี่ในการเลือกซื้อ (Sig. = 0.000) และเวลาที่เลือกซื้อ (Sig. = 0.000) และพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความไม่สัมพันธ์ 1 ด้าน ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ (Sig. = 0.213)

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำประเด็นที่มีความสำคัญต่อบัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี โดยมีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อรูปร่างที่ดี เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีน ประเภทเวย์โปรตีนคอนเซนเทรท (WPC) มีความถี่ในการเลือกซื้อ 1 เดือน/ครั้ง เลือกซื้อช่วงเช้า เลือกซื้อโดยสั่งออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เลือกซื้อในราคา 2,001 - 2,500 บาท/ครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ เพื่อนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูติกานัญญา พลับพลาสี และพรพรรณ เครือวงษ์ (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคอาหารเสริมประเภทอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากทางอินเทอร์เน็ต ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม 1 ครั้ง/เดือน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมได้แก่เพื่อน/คนใกล้ชิด

2. ระดับของการตัดสินใจในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมมีการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหาและด้านการประเมินผลหลังการซื้อ มีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการประเมินผลทางเลือก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุดารัตน์ โลกธรรมรักษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเพศชายของนักศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเพศชายของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และยังสอดคล้องกับณัฐชา ประมวลปัทมกุล (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่านักศึกษามีระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ด้านการประเมินผลหลังการซื้อ โดยรวมในระดับการปฏิบัติเป็นประจำ มีพฤติกรรมการประเมินผลหลังการซื้อโดยหากใช้แล้วดี จะกลับไปซื้ออีกและจะมีพฤติกรรมการประเมินผลหลังการซื้อโดยหากใช้แล้วดีจะบอกให้ผู้อื่นซื้อตาม



3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรีซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคพบว่า 1) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรีแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี ดันติผาติ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2557) ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ผู้บริโภคที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรีไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา เรียงเครือ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมกระชับสัดส่วน Wealthy ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมกระชับสัดส่วน Wealthy ไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญชริกา นันทิพงค์ (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

4. การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความสัมพันธ์ 6 ด้าน ได้แก่ แหล่งที่เลือกซื้อ ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่เลือกซื้อ ราคาในการเลือกซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ และช่วงเวลาที่ใช้เลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติภูมิ นวัตกรรมวงศ์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทต่างๆ ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริม ได้แก่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเลือกซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและด้านสถานที่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทต่างๆ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องกับสุธารัตน์ โลกธรรมรักษ์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเพศชายของนักศึกษา พบว่า การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านการรับรู้ปัญหา การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อมีความสัมพันธ์กันและยังสอดคล้องกับงานวิจัยศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2554) ศึกษาเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพศชายโดยเฉพาะ พบว่า ผู้บริโภคเพศชายใช้แรงจูงใจด้านเหตุผลเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์และช่องการจัดจำหน่าย

และปัจจัยเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้บริโภคเพศชาย ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพศชายโดยเฉพาะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความไม่สัมพันธ์ 1 ด้าน ได้แก่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ

## สรุป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 15,000 - 25,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อเสริมสร้างรูปร่างที่ดี เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีน ประเภทเวย์โปรตีนคอนเซนเทรท (WPC) มีความถี่ในการเลือกซื้อ 1 เดือน/ครั้ง เลือกซื้อช่วงเช้า เลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าในราคา 2,001-2,500 บาท/ครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ เพื่อน ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษแตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารเสริมเวย์โปรตีนมีความสัมพันธ์ 6 ด้าน ได้แก่ แหล่งที่เลือกซื้อ ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนที่เลือกซื้อ ราคาในการเลือกซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ และช่วงเวลาที่ใช้เลือกซื้อ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 เพื่อนำมาใช้พัฒนา ปรับปรุง และเป็นแนวทางในการดำเนินการโดยผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ นี้มีความสำคัญกับการประกอบกิจการ

1.2 บริษัทผู้ผลิตควรตั้งราคาให้อยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ โดยการเปรียบเทียบราคาที่เหมาะสมไม่แพงจนเกินไป ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มีหลากหลายช่องทางมากขึ้น

1.3 ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจซื้อโดยเฉพาะ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของสุภาพบุรุษที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านแหล่งที่ซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อใช้สำหรับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนในประเทศไทยเพื่อจะทำให้ทราบข้อมูลความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคและจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดต่อไป



2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเวย์โปรตีนของเพศสตรีเพื่อจะทำให้ทราบข้อมูลความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคและจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมหลงรูปลักษณะภายนอกร่างกายของตนเองในเพศชายเพื่อจะได้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของสุภาพบุรุษและนำข้อมูลไปพัฒนางานวางแผนด้านการตลาดในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติภูมิ นวัตกรรมศาสตร์. (2558). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทต่างๆ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- ณัฐชา ประวาลปัทม์กุล. (2555). **พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี**. วิทยานิพนธ์วิทยาการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- ฐิติกาญจน์ พลับพลาสี และ พรชัชพร เครือวงษ์. (2558). **พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษา ในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด**. **นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12 วิจัยและการพัฒนาประเทศ**. (หน้า 1349 - 1451). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธีรวิมล เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมและสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- บุญชริกา นันทิพงค์. (2555). **พฤติกรรมการผู้บริโภคร่วมกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร**. **วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ**. 2(2), 65-88.
- ภาวิณี ต้นติผาคติ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2557). **การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. **วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ**. 1(1), 1-19
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2554). **ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพศชายโดยเฉพาะ**. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**. 2(1), 29-40
- สุกัญญา เรียงเครือ. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมกระชับสัดส่วน Wealthy ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี**. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุदारัตน์ โลกธรรมรักษ์. (2554). **ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเพศชายของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.



---

Bioticon Laboratory All Rights Reserved. (2559). **ธุรกิจเวย์โปรตีน ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริม  
อนาคตไกล**. สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2559, จาก <http://bioticon.com>.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. (14<sup>th</sup> ed.). Boston: Prentice-Hall.