

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อ  
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย



นางสาวเยาวภา จันทร์พวง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
ปีการศึกษา 2557

**ELDERLY LIFESTYLE CHARACTERISTICS AND  
THEIR VITAMIN SUPPLEMENT PURCHASE  
DECISIONS IN THAILAND**



**Yaowapa Junpoung**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Management  
Suranaree University of Technology  
Academic Year 2014**

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อ  
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อ. ดร.มัทลิกา สังข์สนิท)

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร.กาญจนา สุคันชสิริกุล)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(ผศ. ดร.วรรณณี ครอบพาณิชย์)

กรรมการ

(ศ. ดร.ชูกิจ ติมปีจันงค์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม

(อ. ดร.พีรศักดิ์ สิริโยธิน)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

เขาวภา จันทร์พวง : ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย (ELDERLY LIFESTYLE CHARACTERISTICS AND THEIR VITAMIN SUPPLEMENT PURCHASE DECISIONS IN THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคันธสิริกุล, 169 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ และ 4) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 50 – 70 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) โดยนำรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างมาจัดกลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-Means Cluster Analysis) โดยใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance

ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม 2) ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือการเลือกตราสินค้า และการเลือกสินค้า ตามลำดับ 3) ผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่มีการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อนักศึกษา \_\_\_\_\_  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_

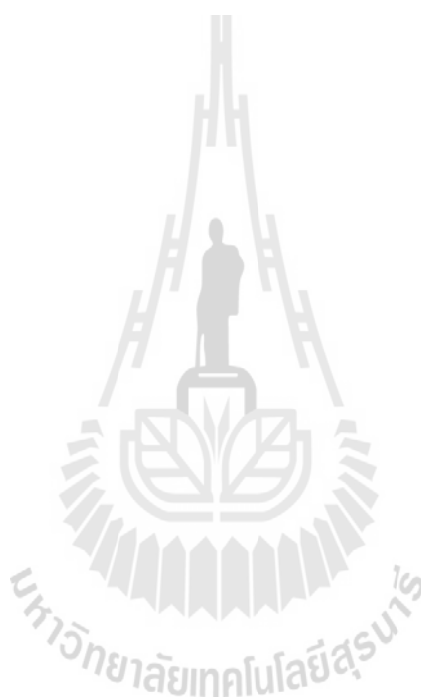
YAOWAPA JUNPOUNG : ELDERLY LIFESTYLE CHARACTERISTICS  
AND THEIR VITAMIN SUPPLEMENT PURCHASE DECISIONS IN  
THAILAND. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. KANCHANA  
SUKANTHASIRIKUL, Ph.D., 169 PP.

ELDERLY/LIFESTYLE CHARACTERISTICS/PURCHASE DECISION/VITAMIN  
OF SUPPLEMENTS

This research aims 1) to examine elderly lifestyle characteristics, 2) to examine purchase decisions of elders in vitamin supplements, 3) to compare elderly lifestyles and purchase decisions of vitamin supplements among elders of various education, income and occupations, and 4) to compare elderly lifestyles among groups with different purchase decision of vitamin supplements. The target groups are the elders who are 50 – 70 years old and live in Bangkok. 400 questionnaires were distributed randomly using quota sampling technique. The data obtained were quantitatively analyzed to determine the percentage, mean, standard deviation. Also, one-way ANOVA and cluster analysis were carried out. To categorize the lifestyle, the K-Mean cluster analysis with Euclidean Distance was utilized.

The results showed that 1) There are 3 different clusters of elderly lifestyle characteristics: purchase interested lifestyle cluster; secure and safe lifestyle cluster; extrovert lifestyle cluster. 2) In addition, the older people chose the purchase decision of vitamin supplements at a high level of importance. According to the questionnaires, the chosen choices listed in descending order are the retail choice, brand choice and product choice. 3) It was found that the elderly lifestyle with different education,

income and occupations are different at 0.05 statistically significant levels. The purchase decisions of vitamins supplement among elders with different occupations are insignificantly different. On the other hand, the decisions among groups with different education and income are both different at 0.05 statistically significant level. 4) Moreover, the purchase decisions of elders with different lifestyle characteristics are also different at 0.05 statistically significant level.



School of Management Technology

Student's Signature \_\_\_\_\_

Academic Year 2014

Advisor's Signature \_\_\_\_\_

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคนธ์สิริกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.มัลลิกา สังข์สนิท ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ครอบพาณิชย์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขที่มีประโยชน์ และทำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา และอาจารย์ ดร.วรพจน์ สุทธิสัย ที่ช่วยตรวจสอบ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ให้การอบรม และ ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนร่วมเรียนระดับปริญญาโท และเพื่อนทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนญาติพี่น้องทุกคนที่ให้การเลี้ยงดูอบรม และสนับสนุน ส่งเสริมการศึกษา และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา

เยาวภา จันทร์พวง

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ</b> .....	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	5
1.3 สมมุติฐานงานวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.6 คำนิยามศัพท์.....	7
<b>2 ปรัชญาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	<b>9</b>
2.1 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	9
2.2 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	25
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร.....	37
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	46
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	53
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	<b>54</b>
3.1 วิธีการวิจัย.....	54
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำวิจัย.....	54
3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย.....	56
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การสร้าง และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	58
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>63</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์.....	66
4.3 ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์และสมมติฐาน.....	86
<b>5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>129</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	130
5.2 อภิปรายผล.....	140
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	145
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	145
5.3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป.....	146
5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	146
รายการอ้างอิง.....	148
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	156
ภาคผนวก ข. การวิเคราะห์ข้อมูลรายชื่อ.....	164
ประวัติผู้เขียน.....	169

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	การจัดพวก AIOs เพื่อการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต.....14
2.2	ขนาดและแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุปี 2503 - 2573.....49
3.1	ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามจากการ Pretest.....60
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....64
4.2	ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....66
4.3	ผลการวิเคราะห์รายด้านของรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว .....67
4.4	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม เมื่อจัดกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม.....70
4.5	ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และ จัดเป็น 3 กลุ่มของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง .....71
4.6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม.....75
4.7	ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน .....78
4.8	ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน.....79
4.9	ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในแต่ละกลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต.....81
4.10	ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ตามระดับการศึกษา.....86
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน.....88
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน.....89
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน.....90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง.....	91
4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า จำนวน 168 คน.....	92
4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า จำนวน 168 คน.....	93
4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คน.....	94
4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คน.....	95
4.19 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามอาชีพ.....	96
4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....	98
4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....	99
4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....	100
4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน.....	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

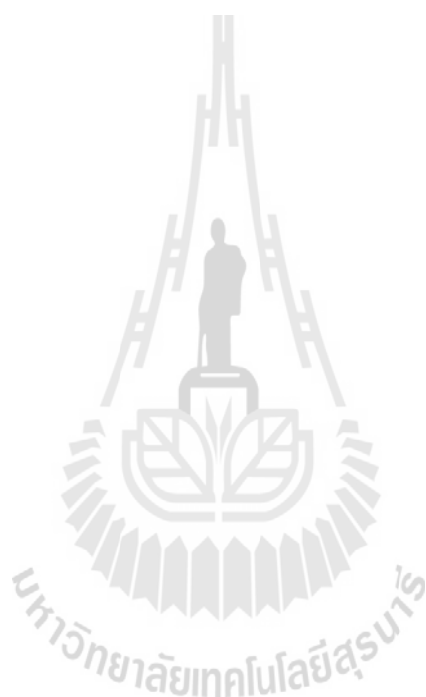
ตารางที่	หน้า
4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า จำนวน 168 คน.....	102
4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขาย จำนวน 168 คน.....	103
4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คน.....	104
4.27 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามรายได้.....	105
4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน ของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน.....	107
4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน ของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน.....	108
4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน ของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน.....	109
4.31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน ของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน.....	110
4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คน.....	111
4.33 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ตามระดับการศึกษา.....	112
4.34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	114

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน .....	115
4.36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน .....	116
4.37 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามอาชีพ .....	117
4.38 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามระดับรายได้ .....	119
4.39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน .....	121
4.40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน .....	122
4.41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน .....	123
4.42 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต .....	124
4.43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน .....	125
4.44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน .....	126
4.45 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน .....	127

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.46	
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวม ที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน .....	128



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ..... 12
2.2	แสดงกลุ่มผู้บริโภค 8 กลุ่มของ VALS ..... 18
2.3	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buying Decision Process) ..... 28
2.4	แสดงถึงลักษณะคุณสมบัติที่สำคัญ 7 ประการของผลิตภัณฑ์ ..... 30
2.5	กระบวนการเลือกร้านค้า (Store-Choice Process) ..... 32
4.1	แสดงตำแหน่งผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่ม 1 กลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 โดยแกนตั้งแสดงระยะห่าง ของแต่ละ Case จากค่ากลางของ Cluster ที่ Case จะอยู่ ..... 70
4.2	แสดงระดับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุเกี่ยวกับ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม ..... 73



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลจากความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็วทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ผู้บริโภคใช้เวลาส่วนหนึ่งไปกับการเดินทางและการทำงาน ทำให้เวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตจึงเป็นผลให้พฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนตามการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าก็มีการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, www, 2552)

รูปแบบการดำเนินชีวิตแสดงให้เห็นถึงวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภค (Well and Prensky, 1996) ออกมาในรูปแบบของการใช้เวลาในชีวิตประจำวัน รวมถึงการให้ความสนใจและการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว (Mowen and Minor, 1998) และเป็นการแสดงค่านิยมผ่านการดำเนินชีวิต ผ่านรูปแบบการบริโภคสินค้า (Solomon, 1999) ผู้บริโภคแต่ละบุคคลจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกัน ผู้บริโภคบางคนอาจจะเลือกทำในสิ่งต่างๆ แตกต่างจากคนอื่น แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีผู้บริโภคบางคนหรือบางกลุ่มที่มีพฤติกรรมที่เหมือนกัน ดังนั้นจึงมีผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน และบริโภคสินค้าที่คล้ายกันก็เป็นที่ (Assael, 1987)

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการจัดกลุ่มผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความต้องการคล้ายกันหรือเหมือนกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกันโดยจำแนกตามลักษณะการใช้ชีวิต (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) การศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตมาจากการวิเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมหรือสิ่งที่ผู้บริโภคกระทำ เช่น การทำงาน งานอดิเรก การเล่นกีฬา และกิจกรรมสันทนาการ เป็นต้น ความสนใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องราว เหตุการณ์ หรือวัตถุ และสิ่งที่ชอบกระทำ เช่น ความสนใจคนในครอบครัว งาน ชมรมการพักผ่อน อาหาร เป็นต้น และการแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภค ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นที่มีต่อ คน สถานที่ และสิ่งของ เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง เรื่องราวทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เป็นต้น (Plummer, 1974) ซึ่งจะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงโอกาสทางการตลาด การกำหนดทิศทางในการวางแผนตลาด การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และสามารถใช้ทรัพยากรทางการตลาดได้เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละส่วนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542)



การตัดสินใจซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูล และ ประเมินผลทางเลือกต่างๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตอบสนองโดยการเลือกสินค้า เลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าที่ต้องการมากที่สุด (Kotler, 2003) การตัดสินใจเลือกสินค้า ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกสินค้าจากคุณสมบัติของสินค้ามาเป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ และการให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติจะแตกต่างกันตามความสนใจ ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภค ผู้บริโภคบางคนอาจจะแสวงหาข้อมูลต่างๆ ก่อนทำการตัดสินใจ โดยการพูดคุยกับเพื่อน ครอบครัว หรือผู้ที่สามารถแนะนำได้ เช่น พนักงานขาย หรือจากสื่อต่างๆ เพราะยังผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากเพียงใด การคาดการณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าก็จะทำได้ดียิ่งขึ้น ความเสี่ยงก็จะลดลง ผู้บริโภคบางคนอาจจะตัดสินใจเลือกสินค้าเดิมที่เคยใช้แล้วด้วยความรู้สึกพอใจเพราะรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า หรือเลือกสินค้าที่มีราคาสูงเพราะคาดหวังว่าสินค้าที่มีราคาแพงน่าจะมีคุณภาพที่ดีกว่า (Miller, Russell and Kissling, 2003) อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์กับตัวสินค้าก็มักจะไว้ใจเลือกตราสินค้าที่ตนรู้จักหรือมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือมากกว่า และ หากผู้บริโภคยังไม่มีตราสินค้าที่แน่นอน ผู้บริโภคก็จะคำนึงถึงตราสินค้าที่ตนรู้จักก่อน (Wernerfelt, 1988) โดยผู้บริโภคมักจะเลือกกลุ่มของตราสินค้าที่ต้องการเลือกก่อน และสุดท้าย ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกตราสินค้าที่ตนรับรู้ถึงคุณภาพ ความเสี่ยง หรือหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่มเติมเพื่อประหยัดเวลาขณะทำการซื้อสินค้า และ หากผู้บริโภคไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าเลย ผู้บริโภคก็มักจะไว้ใจกับการเลือกสินค้าจากร้านค้าที่มีชื่อเสียง Erdem and Swait (2004) นอกจากนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีชื่อเสียง แต่จะคำนึงถึงการบริหารจัดการภายในร้านและความสามารถของพนักงานในการบริการก็เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเลือกด้วย (Tan and Freathy, 2011) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mazurskhy and Jacoby (1986); Levy and Weitz (2001); and Blackwell (2007) ซึ่งว่าผู้บริโภคจะประเมินจากคุณภาพของการบริการ การจัดวางสินค้า ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ความสะอาด และบรรยากาศภายในร้าน มาเป็นเกณฑ์ตัดสินใจเลือกร้านค้า เมื่อผู้บริโภคทำการเลือกร้านค้าจนกระทั่งทำการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านที่เลือกดังกล่าวแล้วนั้น การเรียนรู้ของผู้บริโภคก็ดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ นั่นก็คือ ถ้าประสบการณ์ในการซื้อสินค้ายอมรับได้ปรากฏผลว่ามีความพอใจ การเลือกดังกล่าวจะได้รับการเสริมแรง หรือยืนยันว่าการเลือกเป็นไปโดยถูกต้อง ผลที่จะเกิดขึ้นก็คือเมื่อเวลาผ่านไปความจำเป็นของการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ตราสินค้า และร้านค้า ก็จะลดน้อยลงเป็นอย่างมาก และก็จะถึงจุด ๆ หนึ่ง เมื่อผู้บริโภคเกิดตระหนักถึงความต้องการขึ้นมา ก็จะเลือกสินค้า ตราสินค้า และร้านค้าที่ต้องการเท่านั้น (สิวฤทธิ์ พงศ์กรรังศิลป์, 2547)

ตลาดผู้สูงอายุในประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นเหตุให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยตั้งแต่ปี 2548 และอีก 5 ปีข้างหน้าหรือปี 2563 ประเทศไทยก็จะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยระดับสมบูรณ์ การเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอธิบายได้จากสัดส่วน

ของประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดในประเทศ ประเทศที่มีประชากรสูงอายุน้อยกว่า 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 ของจำนวนประชากรทั้งหมดประเทศนั้นได้เข้าสู่สังคมสูงวัย หากมีจำนวนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 14 ประเทศนั้นได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ และหากมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 20 ประเทศนั้นได้เข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Prasartkul, 2012) ซึ่งประเทศไทยในปี 2556 มีจำนวนประชากรโดยรวมทั้งสิ้น 64.5 ล้านคน และมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 65 ปีขึ้นไปร้อยละ 11.3 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ ซึ่งถือว่าประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว และปี 2563 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์โดยมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 และคาดว่าปี 2573 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด ซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.2 ผลจากการคาดการณ์แสดงถึงภาวะสูงวัยของประชากรไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (จงจิต ฤทธิรงค์, ศุทธิดา ชวนวัน และปราโมทย์ ประสาทกุล, www, 2556) สืบเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการรักษา และการใส่ใจสุขภาพตัวเองก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 50 - 59 ปีซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.5 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดในปี 2554 ที่เริ่มดูแลตัวเองก่อนเข้าสู่วัยเกษียณมากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, www, 2556ก)

ปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุพบมากกว่าวัยอื่นซึ่งเกิดจากร่างกายไม่สามารถดูดซึมสารอาหารได้ตามปกติ จึงจำเป็นต้องรับประทานอาหารบางชนิดเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ได้สารอาหารมากกว่าปกติ เช่น พืช ผัก และผลไม้ เพื่อให้ร่างกายสามารถดูดซึมสารอาหารประเภทวิตามินได้เพียงพอไม่เป็นโรคขาดสารอาหาร โดยเฉพาะสารอาหารประเภทวิตามินดี และวิตามินอี ที่ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุได้รับไม่เพียงพอ (Weeden, Remig, Holcomb, Herald and Baybutt, 2010) สารอาหารดังกล่าวมีความจำเป็นต่อผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก มีสรรพคุณช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูก และช่วยชะลอความแก่เสริมสร้างระบบการทำงานภายในร่างกายให้ทำงานดีตามปกติ และสารอาหารที่ผู้สูงอายุควรลดการรับประทานให้น้อยลงคือสารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต และน้ำตาล เนื่องจากระบบการเผาผลาญภายในร่างกายของผู้สูงอายุมีประสิทธิภาพต่ำลง (เริงฤทธิ์ สัปพันซ์, 2556) นอกจากนี้การได้รับสารอาหารไม่เพียงพออาจเกิดจากปัจจัยอื่น ได้แก่ 1) ปัญหาการรับประทานอาหารได้น้อยลงเนื่องจากปัญหาโรคเหงือกและฟัน การสูญเสียฟัน การใส่ฟันปลอม ทำให้เคี้ยวอาหารลำบากก่อให้เกิดอาการไม่เอารับประทานอาหารที่ต้องเคี้ยว 2) ปัญหาสมรรถภาพของร่างกายลดลงตามอายุไม่สามารถปฏิบัติกิจกรรมตามปกติได้ เช่น การทำอาหาร หรือเตรียมอาหารการเปลี่ยนแปลงของการรับรสชาติ 3) ปัญหาการรับกลิ่นซึ่งมีผลต่อการอยากอาหารลดลง และ 4) ปัญหาสภาพจิตใจของผู้สูงอายุที่มักมีความกังวลทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในชีวิตจนไม่เอารับประทานอาหาร ปัญหาดังกล่าวล้วนแต่เป็นสาเหตุให้ผู้สูงอายุขาดสารอาหารได้ด้วยเช่นกัน (นงลักษณ์ สุขวานิชศิลป์, 2540) ดังนั้นเพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารเพียงพอ ผู้สูงอายุจึงเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเพื่อชดเชยสารอาหารที่ร่างกายขาดแทน (เริงฤทธิ์ สัปพันซ์, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัย Wangcharoen, Amornlerdpison and Mengumphan (2013) ที่พบว่าผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมใส่ใจสุขภาพจะเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารดูแลสุขภาพตัวเอง โดยจะเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินและเกลือแร่มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional drink) และอาหารเพื่อสุขภาพ (Functional food) และผลการสำรวจของยูโรโมนิเตอร์ในปี 2554 พบว่าการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ สูงถึง 4.7 แสนล้านบาท ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับปี 2553 โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสูงถึง 0.52 แสนล้านบาท (ยูโรโมนิเตอร์ อินเตอร์เนชันแนล, 2554 อ้างถึงในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, www, 2555) ซึ่งหมายความว่าสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคสนใจที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น

ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นคิดเป็นร้อยละ 16.0 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่คิดเป็นร้อยละ 10.1 เท่านั้น และมีการขออนุญาตตลาดและจดแจ้งตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในปี 2539 มีจำนวน 126 รายการ แต่ในปี 2551 มีการขออนุญาตตลาด และจดแจ้งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากถึง 6,452 รายการ และในปี 2553 มีการขออนุญาตตลาด และจดแจ้งตลาดเพิ่มสูงขึ้นถึง 7,988 รายการ (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, www, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยและสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการแบ่งส่วนตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพบว่าปี 2551 มูลค่าการตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยมีมูลค่าการตลาดทั้งสิ้น 18,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกายชนิดเครื่องดื่มหรือชนิดน้ำ มีมูลค่าการตลาดร้อยละ 42.0 ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทั่วไป (ทั้งชนิดเม็ดและผง ไม่รวมวิตามิน) มีมูลค่าการตลาดร้อยละ 35.0 กลุ่มวิตามินมีมูลค่าการตลาดร้อยละ 16.0 และกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับเด็กมีมูลค่าการตลาดร้อยละ 7.0 ตามลำดับ โดยมูลค่าการตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน มีมูลค่าตลาดอยู่ในเกณฑ์สูงถึง 2,880 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 10 - 15 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, www, 2551)

จากความสำคัญในประเด็นการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคช่วยทำให้นักการตลาดเข้าใจและรู้จักลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย และกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยระดับสมบูรณ์ในระยะเวลาอีกไม่นาน ซึ่งหมายความว่าตลาดผู้สูงอายุในประเทศไทยกำลังเป็นตลาดที่ขยายกว้างมากขึ้น ทำให้ตลาดผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่น่าสนใจในการนำมาศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อองค์กรธุรกิจต่าง ๆ จะได้มองเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ มองเห็นทิศทางในการวางแผนการตลาด ผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 - 15

โดยพบว่าผู้สูงอายุเป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่นิยมเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเพื่อดูแลสุขภาพตัวเอง อันเนื่องมาจากร่างกายที่เสื่อมสภาพลงทำให้การดูดซึมสารอาหารได้น้อยลงจนทำให้เป็นโรคขาดสารอาหารได้ง่าย อีกทั้งการดำเนินชีวิตที่ไม่สามารถเลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสมหรือทานอาหารได้ครบทั้ง 5 หมู่ จากประเด็นต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ ศึกษาการให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า และศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันของผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งผลที่ได้จากการเปรียบเทียบจะทำให้เข้าใจลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า

อีกทั้งพบว่างานวิจัยที่ผ่านมายังไม่เน้นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้า เลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินอย่างไร (เสกสรรค์ วีระสุข และคณะ, 2557) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงนำมาสู่การศึกษาเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย เพื่อนำผลของการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตมาแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค (Segmentation Lifestyle) แบ่งกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการ หรือสนใจเหมือนกัน ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน และศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ตราสินค้า และร้านค้าของกลุ่มผู้สูงอายุ

## 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย” ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

4. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

### 1.3 สมมติฐานงานวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย จึงกำหนดสมมติฐานของงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1 (H1) :** รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

**สมมติฐานที่ 2 (H2) :** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

**สมมติฐานที่ 3 (H3) :** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

### 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย มีขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ซื้อเพื่อรับประทานเอง มีอายุระหว่าง 50 – 70 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ศึกษา กลุ่มผู้สูงอายุเริ่มต้นจากอายุ 50 ปี เนื่องจากพบว่า ผู้ที่มีอายุ 50 – 59 ปี ส่วนใหญ่จะเตรียมดูแลสุขภาพตัวเองก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, www, 2554) และศึกษากลุ่มผู้ที่มีอายุ 60 – 70 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังคงสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีสุขภาพที่ดีกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย, www, 2555) ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ซื้อสินค้า และสถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ห้างสรรพสินค้า โดยเลือกห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับกลาง และระดับสูง โดยเลือกช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในวันเสาร์และอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 – 21.00 น.

2. ศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้สูงอายุ

3. ศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุสามารถนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับการวางแผนการตลาดผู้สูงอายุ
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในการทำสื่อทางการตลาดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้สูงอายุ
3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในการทำกิจกรรมการตลาดให้สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเกี่ยวกับการเลือกสินค้า เลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าของผู้สูงอายุ

## 1.6 คำนิยามศัพท์

ผู้สูงอายุ (Elderly) หมายถึง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 50 - 70 ปี ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ซื้อเพื่อรับประทานเอง ในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวัน ความสนใจในสิ่งต่าง ๆ และความคิดเห็นต่อตนเอง และสิ่งรอบตัวซึ่งแสดงถึงความเป็นตัวตนของคน ๆ นั้น โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ซึ่งก็อาจจะมีคนที่ทำเหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Characteristic) หมายถึง การจัดกลุ่มผู้บริโภค ที่มีความต้องการที่คล้ายกันหรือเหมือนกัน ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยจำแนกตามลักษณะการใช้ชีวิตตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ

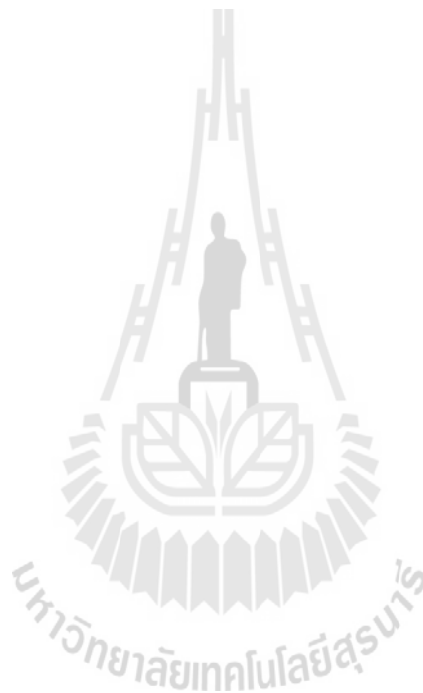
การตัดสินใจซื้อ (Purchasing Decision) หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้าหลังจากประเมินทางเลือกต่าง ๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกสินค้า ตราสินค้า และร้านค้าที่ต้องการซื้อมากที่สุด

การตัดสินใจเลือกสินค้า (Product Choice) หมายถึง การพิจารณาเลือกสินค้าที่จะทำการซื้อ โดยพิจารณาเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

การตัดสินใจเลือกตราสินค้า (Brand Choice) หมายถึง การพิจารณาเลือกตราสินค้าที่จะทำการซื้อ โดยผ่านการประเมินผลข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับตราสินค้า โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ คุณภาพ ความเสี่ยง และข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับตราสินค้า

การตัดสินใจเลือกร้านค้า (Retail Choice) หมายถึง การพิจารณาเลือกร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่จะทำการซื้อสินค้าโดยจะคำนึงถึงการบริการ ท่าเลที่ตั้ง ชื่อเสียง การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน (Vitamins Supplement) หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทาน โดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติเพื่อเสริมสารอาหารประเภทวิตามินให้กับร่างกาย มักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น และมีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ มีใช้สำหรับผู้ป่วย



## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอ้างอิงการศึกษางานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 2.2 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ถือได้ว่ามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินงานทางการตลาดและการสื่อสารในปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) จะชี้ให้เห็นถึงลักษณะของผู้บริโภค และอธิบายถึงลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคได้อย่างละเอียด และแม่นยำกว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลจากการศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยอธิบายให้นักการตลาดเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วางแผนทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยในการวางแผนด้านสินค้า บริการ และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งการศึกษาได้ 2 ลักษณะคือการศึกษาผู้บริโภคในลักษณะกว้าง ๆ (General Approach) และการศึกษาในรูปแบบการดำเนินชีวิตควบคู่ไปกับการศึกษาสินค้าหรือบริการ (Situation-Specific Approach) ซึ่งจะเน้นการคาดเดาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงพฤติกรรมที่เปิดรับสื่อ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน ทางโฆษณา และประชาสัมพันธ์

##### 2.1.1 ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่ามีผู้รวบรวม และให้ความหมายไว้ ดังนี้

Engel, Blackwell and Kollat (1978) ได้ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิต ใช้จ่ายเงิน และเวลา



Lazer (1985) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม

Assael (1987) ได้ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคน (Activities) การสนใจกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Interest) และความคิดเห็น ที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบข้างซึ่งคือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) เป็นรูปแบบเฉพาะ ของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงความเป็นตัวตน โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร แต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่มีใครคนอื่น ๆ ทำในสิ่งที่เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน

Well and Prensky (1996) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงค่านิยม และการกระทำในสังคม และนำมาใช้อธิบายถึงวิถีชีวิตของผู้บริโภค

Mowen and Minor (1998) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคดำรงชีวิตอย่างไร ใช้เงิน และแบ่งปันเวลาไปใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างไร ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการกระทำ และพฤติกรรมที่เปิดเผยของผู้บริโภคที่สังเกตเห็นได้ ซึ่งแตกต่างจากบุคลิกภาพที่บรรยายลักษณะอันเกิดจากส่วนภายใน มากกว่า คือ รูปแบบลักษณะของความคิด ความรู้สึก และการรับรู้

Solomon (1999) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และซื้อของที่คล้ายกัน

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม การเรียนรู้ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น ครอบครัว ชนทางสังคม และ วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันจะมีผลทำให้พฤติกรรม การบริโภคของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย วิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) นิยมใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตนิสัย (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีการวัดเชิงปริมาณ ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities Interest and Opinions : AIO)

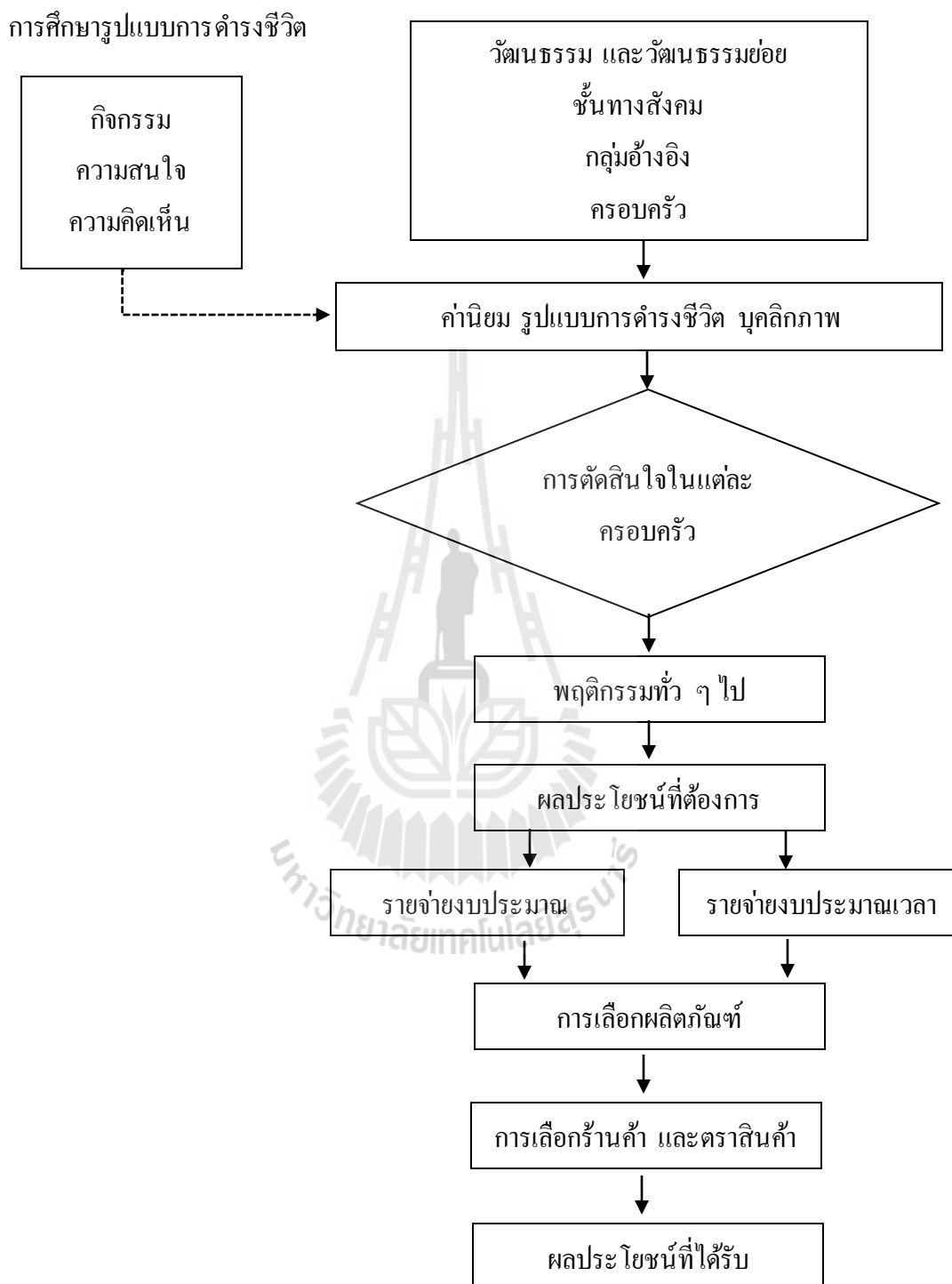
Hawkins, Best และ Coney (2000) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง การรวมแนวคิดเกี่ยวกับตัวเอง และสิ่งที่ผ่านมาในชีวิต สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลนั้น และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้น

จากความหมายต่าง ๆ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ แนวคิดเกี่ยวกับตัวเอง และสิ่งที่ผ่านมาในชีวิต ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสิ่งรอบตัว (Interest) และความคิดเห็นที่มีต่อตนเอง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการกระทำ และพฤติกรรมที่เปิดเผยสังเกตเห็นได้ สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิต ผ่านรูปแบบการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรม หรือซื้อสินค้าที่คล้ายกัน ซึ่งวิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) นิยมใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตนิสัย (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีวัดเชิงปริมาณ (Quantities) ศึกษาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว (Activities Interest and Opinions : AIO)

### 2.1.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคได้แสดงไว้ในภาพที่ 2-2 บุคคลจะเรียนรู้แบบของการดำเนินชีวิต โดยการรับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว ต่อจากนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตก็จะได้รับการกลั่นกรองหรือผันแปรไปตามค่านิยม และบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล จึงเห็นได้ว่าในตัวบุคคลจะมีลักษณะของค่านิยม บุคลิกภาพ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ซ้อนกันอยู่นอกจากนี้ยังพิจารณาได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการรวมอิทธิพลทางบุคลิกภาพ และค่านิยมทางสังคมที่ถูกรับเข้าไว้

ภาพที่ 2.1 แสดงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค



### 2.1.3 การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่นิยมกระทำกัน ในปัจจุบันมีสองวิธีคือ วิธีการแบบ AIO และวิธีการแบบ VALS

#### 2.1.3.1 วิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs

วิธีนี้เป็นที่นิยมกันมากในการแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในสังคม โดยเป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาสังคมของผู้บริโภค (Psychographic Analysis) ผ่านทางการใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ของคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็นที่มีต่อตนเอง และสิ่งแวดล้อมรอบข้าง (Opinions) ซึ่งสามารถเรียกโดยย่อว่า AIO โดยจะศึกษาว่าบุคลิกที่มีการทำกิจกรรมต่างๆ มีความสนใจ และมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างกับเรื่องที่เราต้องการศึกษา ซึ่งสามารถทำการวัดได้ทั้งในลักษณะกว้างจนถึงลักษณะเฉพาะเจาะจงของสินค้า รวมไปถึงการเลือกเปิดรับสื่อต่าง ๆ ด้วย

ซูซีย์ สมิททิไกร (2553) ได้อธิบายถึงวิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIO คือ วิธีการที่มุ่งค้นหาว่าผู้บริโภคกระทำกิจกรรมอะไร มีความสนใจเรื่องอะไร และมีความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ อย่างไร ดังนั้น AIO จึงประกอบด้วยข้อคำถามต่าง ๆ ที่มุ่ง 3 ประเด็นหลักดังนี้

- 1) กิจกรรมที่ทำ เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดเผยสิ่งที่ทำ สิ่งที่ชอบ รวมทั้งการใช้เวลาว่าง
- 2) ความสนใจ เป็นคำถามที่วัดความชอบ และการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภค
- 3) ความคิดเห็น เป็นคำถามที่มุ่งเน้นความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อโลก เศรษฐกิจ สังคม และประเด็นอื่น ๆ

Well and Tiger (1971) ได้อธิบายถึงการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs ไว้ดังนี้

- 1) A : Activities คือคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำ เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดเผยสิ่งที่ทำ สิ่งที่ชอบ รวมทั้งการใช้เวลาว่าง
- 2) I : Interests คือคำถามเกี่ยวกับความสนใจ เป็นคำถามที่วัดความชอบ และการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภค
- 3) O : Opinions คือคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น เป็นคำถามที่มุ่งเน้นความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อโลก เศรษฐกิจ สังคม และประเด็นอื่น ๆ

Assael (1986) ได้อธิบายถึงความหมายของวิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต แบบ AIOs ไว้ดังนี้

- 1) กิจกรรม (Activities) หมายถึงการแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถแสดงออกให้เห็นได้ แต่ก็ยังเป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำโดยตรง

2) ความสนใจ (Interests) เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง หมายถึง ระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

3) ความคิดเห็น (Opinions) เป็นคำตอบของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นคำถามในลักษณะการตีความความคาดหวัง และการประเมินผล เช่น ความคาดหวังในเหตุการณ์ และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากที่กล่าวมาข้างต้น AIOs เป็นตัวแปรด้าน โครงสร้าง จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ ซึ่งมุ่งความสำคัญที่กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) ของผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะดังตัวอย่างในตารางที่ 2-1 ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นมิติสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวัดองค์ประกอบของ AIOs ตลอดจนข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

**ตารางที่ 2.1** การจัดพวก AIOs เพื่อการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Plummer, 1974)

กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	ประชากรศาสตร์
(A : Activities)	(I : Interest)	(O : Opinion)	(Demographic)
งาน (Work)	ครอบครัว	ต่อตนเอง	อายุ (Age)
งานอดิเรก (Hobbies)	(Family)	(Themselves)	การศึกษา
กิจกรรมสังคม	บ้าน (Home)	ปัญหาสังคม	(Education)
(Social Event)	งาน (Job)	(Social Issues)	รายได้ (Income)
การใช้เวลาว่าง (Vacation)	การร่วมกิจกรรม	การเมือง (Politics)	อาชีพ
การพักผ่อน (Entertainment)	ชุมชน	ธุรกิจ (Business)	(Occupation)
สมาชิกคลับ	(Community)	เศรษฐกิจ	ขนาดครอบครัว
(Club Membership)	ความนิยม	(Economy)	(Family Size)
การร่วมกิจกรรมชุมชน	(Fashion)	การศึกษา	ที่อยู่อาศัย
(Community)	อาหาร (Food)	(Education)	(Dwelling)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อ (Media)	ผลิตภัณฑ์ (Product)	ขนาดเมืองที่อาศัย
กีฬา (Sport)	ความสำเร็จ	อนาคต (Future)	(City Size)
	(Achievement)	วัฒนธรรม (Culture)	ขั้นตอนวงจรชีวิต
			(Life Cycle)

จากตารางลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ ที่ช่วยให้สามารถจัดกลุ่มของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้ โดยอาศัยข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กันในเชิงจิตวิทยา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้การวัดแบบ AIOs มาเป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อใช้วัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยยึดแนวทางของ Shufeldt, Oates and Vought (1998) เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่ศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้วิธีการศึกษาแบบ AIO ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ วิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน และผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ออกเป็นกลุ่ม ๆ จำนวน 5 กลุ่ม

นอกจากนี้ การใช้คำถามเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น หรือเรียกว่า AIO Statement เพื่อใช้วัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น ยังสามารถเลือกศึกษาได้ทั้งในลักษณะกว้าง (General Approach) เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตทั่วไป และในลักษณะที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (Product Specific Approach) ซึ่งทำได้โดยการเลือกใช้ข้อความเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการที่ต้องการศึกษา

### 2.1.3.2 วิธีการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALs (Value & Lifestyle)

การวัดค่านิยม และการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ VALs ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยสถาบันวิจัยแอสตันฟอร์ด (SRI) ในพ.ศ. 2521 และมีการแก้ไขเพิ่มเติมใน พ.ศ. 2532 จึงทำให้ VALs มี 2 ชนิด คือ VALs1 และ VALs2 สำหรับแนวคิดของ VALs 1 นั้นอิงทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Need) ซึ่งเป็นแรงขับเบื้องต้น ในการดำเนินชีวิตมนุษย์ และทฤษฎีพัฒนาทางจิตวิทยา ส่วน VALs2 ออกแบบขึ้นมาเพื่อวัดรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องการซื้อของผู้บริโภคชาวอเมริกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Moven and Minor, 1988 อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญญา, 2545)

#### 1. การแบ่งประเภทผู้บริโภคตามแบบ VALS (หรือ VALS1)

Moven and Minor (1988) ได้อธิบาย VALS ว่าได้ถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1978 โดยยึดถือทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ ที่ว่าความต้องการของคนมีลำดับขั้นตอน และแนวความคิดของไรต์แมน ที่จัดแบ่งประเภทของคน เป็นกลุ่มที่ยึดถือตัวเองเป็นหลัก (inner-oriented) และกลุ่มที่ยึดถือผู้อื่นเป็นหลัก (outer-oriented) และได้แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่และแบ่งเป็นย่อยรวมได้ 9 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มมุ่งเน้นความต้องการเพื่อการยังชีพ (Need Driven Group) ได้แก่กลุ่มบุคคลที่มีฐานะยากจน จึงสนใจที่ความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการยังชีพเป็นสำคัญ แบ่งเป็นกลุ่มย่อย 2 กลุ่มคือ

1.1 ผู้ขอเพียงมีชีวิตรอดอยู่รอด (Survivors) ได้แก่ผู้ยากจน ขับแค้น คนชรา สุขภาพไม่ดี และการศึกษาต่ำ

1.2 ผู้ประคองชีวิต (Sustainers) ได้แก่พวกยากจน แต่เพียงรู้สึกลัวว่าไม่มีอะไร แต่ก็ไม่สิ้นหวังเสียทีเดียว มีการวางแผน และคาดหวังอนาคตมากกว่าพวกแรก

2) กลุ่มยึดถือผู้อื่น เป็นแบบอย่าง (Outer Oriented Group) ได้แก่กลุ่มที่ยึดถือความคิดของผู้อื่นเป็นหลัก และดำเนินชีวิตของตนเองไปตามแบบอย่าง ที่มองเห็น แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย 3 กลุ่ม คือ

2.1 ผู้เป็นสมาชิกในสังกัด (Belongers) ได้แก่คนอเมริกาชั้นกลาง ส่วนมากเป็นพวกผิวขาว มีรายได้ระดับกลาง อายุกลางคนหรือมากกว่า รักสถาบัน บันครอบครัว ไปโบสถ์ และรักชาติ

2.2 ผู้เลียนแบบผู้อื่น (Emulator) ได้แก่คนหนุ่มสาวขยันขันแข็งเพื่อความสำเร็จ ในอาชีพการงาน โดยถือผู้ประสบความสำเร็จเป็นแบบอย่าง มีความทะเยอทะยานสูง ชอบใช้จ่ายมากกว่าอดออม

2.3 ผู้ประสบความสำเร็จ (Achievers) ได้แก่พวกร่ำรวย รายได้สูง ประกอบอาชีพส่วนตัว มีความเชื่อมั่นในตนเอง อายุกลางคน

3) กลุ่มยึดตนเองเป็นหลัก (Inner Directed Group) ได้แก่พวกยึดถือความคิดของตนเองเป็นหลัก เป็นตัวของตัวเอง แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย 3 กลุ่ม คือ

3.1 กลุ่มฉันคือฉัน (I-am-me-group) ได้แก่พวกวัยรุ่น คนหนุ่มสาว ที่ยังไม่แต่งงาน มีอารมณ์ ความรู้สึก และคิดเห็นเปลี่ยนแปลงง่าย มีความกระตือรือร้น กล้าหาญ ชอบแสวงหาความคิดใหม่ และความเป็นเจ้าของในสิ่งใหม่

3.2 พวกชอบมีประสบการณ์ใหม่ๆ (Experientials) ได้แก่พวกที่ชอบเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี และกีฬา เป็นต้น พวกนี้ได้รับการศึกษาสูง ต้องการประสบการณ์ใหม่ ชอบซื้อรถยนต์ต่างประเทศ หรือวิดีโอเกมส์ เป็นต้น

3.3 พวกสนใจปัญหาสังคม (Society Conscious) ได้แก่พวกที่มีฐานะร่ำรวย ได้รับการศึกษาสูง มีความเป็นอิสระ มีความสนใจทางด้านปัญหาสังคม และสิ่งแวดล้อมมาก กลุ่มนี้เทียบได้กับกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จ

4) กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต (Integrated Group) เป็นกลุ่มพลเมืองกลุ่มเล็ก เป็นผู้ใหญ่ที่บรรลุผลสำเร็จในชีวิต มีวุฒิภาวะสูง สามารถนำลักษณะบุคลิกภาพที่ดีที่ยึดถือตนเอง และยึดถือผู้อื่นมารวมเข้าด้วยกัน แม้ว่ากลุ่มนี้จะมีรายได้สูงที่สุด แต่เนื่องจากมีจำนวนน้อย จึงไม่สามารถจัดเป็นส่วนตลาดที่ได้ผลได้ เพราะขนาดเล็กเกินไป

## 2. การแบ่งประเภทผู้บริโภคตามแบบ VALS 2

Kotler (2003) ได้อธิบายวิธีการศึกษาลักษณะรูปแบบของการดำเนินชีวิตแบบ VALS (Value and Lifestyle System) ว่าเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งผู้บริโภคโดยอาศัยตัวชี้วัดทางจิตวิทยา แบ่งผู้บริโภค พิจารณาได้ 2 แกน คือ Self-orientation ในแนว X กับ Resources ในแนว Y

กลุ่ม Self – orientation ประกอบด้วย

- 1) ผู้บริโภคมุ่งในหลักการ (Principle-oriented Consumers) เป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าโดยอิงกับทัศนคติของเขาที่มีต่อโลกล้อมรอบตัว
- 2) ผู้บริโภคประเภทมุ่งในสถานะ (Status – oriented Buyers) เป็นผู้ซื้อสินค้า โดยอิงกับปฏิภพ และความคิดเห็นของผู้อื่น
- 3) ผู้บริโภคประเภทมุ่งก่อปฏิภพ (Action – oriented Buyers) เป็นผู้ถูกผลักดันให้มีการซื้อสินค้า เพราะความปรารถนาที่จะทำกิจกรรม ปรารถนาในความหลากหลาย และต้องการจัดการกับความเสี่ยง

SRIC-BI (SRI Consulting Business Intelligence) จัดกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่ม Self – orientation กลุ่มที่ 1-4 ถูกจำแนกเป็นกลุ่มที่มีทรัพยากรมาก และกลุ่มที่ 5-8 เป็นกลุ่มทรัพยากรน้อย นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีทรัพยากรที่อยู่ในระดับสูงมาก และต่ำมากจะถูกจำแนกโดยไม่คำนึงว่าจะเป็นกลุ่ม Self-orientation หรือไม่ กลุ่ม VALS 8 กลุ่มมีลักษณะดังภาพที่ 2-3 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

คุณสมบัติหลักของผู้มีทรัพยากรสมบัติมากมี 4 กลุ่ม คือ

1) ผู้ชอบเข้าสังคม (Actualizers) ประกอบด้วยบุคคลที่มีรายได้สูงที่สุด และทรัพยากรจำนวนมากที่ทำให้เขาสามารถอยู่ในกลุ่ม Self-orientation ได้ภาพพจน์เป็นเรื่องสำคัญต่อเขา ไม่ใช่เพื่อแสดงฐานะแต่เพื่อขยายให้เห็นถึงรสนิยมความเป็นอิสระและทำให้เขามีความสนใจกว้างขวาง เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มที่จะซื้อ “สิ่งที่สวยสดสำหรับชีวิต”

2) ผู้ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Fulfilled) เป็นพวก “มืออาชีพ” ที่มีการศึกษาคดี มีความรับผิดชอบ และสูงด้วยวุฒิภาวะ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนมุ่งที่บ้านของพวกเขาเป็นผู้มีข่าวสารพร้อมมูล และยังเปิดรับความคิดเห็นใหม่ๆ อีกด้วย เป็นพวกที่มีรายได้สูงแต่เป็นผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมตามค่านิยม

3) ผู้มีความทะเยอทะยาน (Achievers) ประกอบด้วยบุคคลที่อนุรักษ์นิยมทางการเมืองมุ่งทำงาน รักความสำเร็จ แสวงหาความพอใจจากงานและครอบครัว ยกย่องในอำนาจ และยึดมั่นในฐานะ นิยมสินค้า "ติดตลาด" ที่แสดงถึงความสำเร็จ

4) ผู้มีประสบการณ์ (Experiences) เป็นผู้บริโภคที่ “หิว” และใช้จ่ายเป็นอย่างมากกับเสื้อผ้า ฟาสต์ฟู้ด คนตรี และของ โปรคของวัยรุ่น เนื่องจากเป็นเด็กมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ พวกเขาจึงใช้พลังงานมากให้กับการออกกำลังกาย และกิจกรรมทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกนี้ชอบสิ่งใหม่ๆ



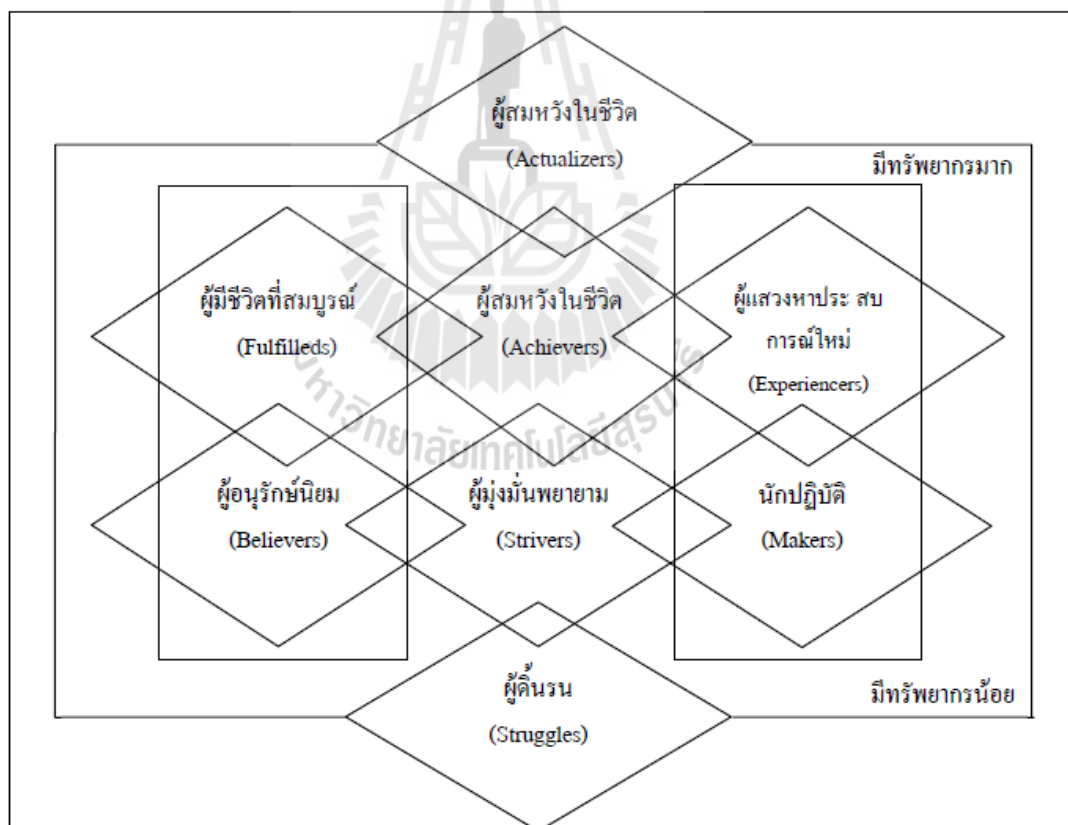
5) ผู้ยึดมั่น (Believers) เป็นพวกอนุรักษนิยม รายได้พอประมาณ นิยมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ และเป็นตราที่ “ติดตลาด” ชีวิตมุ่งที่ครอบครัว วัด ชุมชน และประเทศชาติ

6) ผู้มีความพยายาม (Strivers) ประกอบด้วยบุคคลที่มีค่านิยมคล้ายกับ Achievers แต่มีทรัพยากรทางจิตวิทยา สังคม และเศรษฐกิจน้อยกว่า สไตล์มีความสำคัญต่อคนพวกนี้ เพราะเขาพยายามเลียนแบบผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มที่มีทรัพยากรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

7) ผู้ปฏิบัติการ (Makers) ประกอบด้วยบุคคลที่ชอบก่ออิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติการต่าง ๆ พวกเขานิยมความเพียงพอในตนเอง มุ่งแต่สิ่งที่ตนคุ้นเคย ครอบครัว งาน และการพักผ่อนร่างกาย นิยมสินค้าที่ดูง่ายหรือแสดงหน้าที่ให้เห็นง่าย

8) ผู้ต่อสู้ดิ้นรน (Struggles) ประกอบด้วยบุคคลที่มีรายได้ได้น้อยที่สุดและมีทรัพยากรน้อยที่สุดในกลุ่ม Self-orientation เนื่องจากมีทรัพยากรจำกัด พวกเขาจึงมักเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสตัชต์ต่อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ

ภาพที่ 2.2 แสดงกลุ่มผู้บริโภค 8 กลุ่มของ VALS



ที่มา : ปรับปรุงจาก Kotler (2003)

### 2.1.4 ความสำคัญของการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้องค์กรธุรกิจต่าง ๆ พยายามศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น

1. การตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) หมายถึง การทำการตลาดที่ให้ความสำคัญกับวิถีของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มุ่งเน้นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจจะต้องสอดคล้อง และเหมาะสมกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้า หรือบริการ หรือการจัดกิจกรรมการตลาด

2. การแบ่งส่วนตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Segmentation) ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค นั้น มีเกณฑ์ในการแบ่งได้หลายเกณฑ์ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส) หรือเกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ (พื้นที่ที่อยู่อาศัย) ส่วนการแบ่งส่วนตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเป็นพื้นฐานในการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มผู้บริโภคที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้อาจมีเพศ อาชีพ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่มีความคล้ายคลึงกันในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น นักวิชาการเรียกการแบ่งส่วนตลาดนี้ว่าการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) อาจจะได้มาจากโครงการสำรวจวิจัย ที่เรียกว่า การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค (Lifestyle Survey) หรืออาจได้มาจากการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ประวัติการซื้อ ข้อมูลการเข้ารับบริการ ประวัติการติดต่อที่บันทึกจากศูนย์บริการ หรือ Call Center เป็นต้น ข้อมูลที่มีคุณภาพ และปริมาณมากเพียงพอที่จะสามารถนำมาใช้ทำการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตได้โดยจะตั้งคำถามหลัก ๆ สองคำถามตามลำดับ คือ 1) สามารถใช้ตัวแปรนี้แยกกลุ่มลูกค้าได้หรือไม่ และ 2) ควรแยกกลุ่มลูกค้าออกเป็นกี่กลุ่ม (Cluster Analysis) หลังจากนั้น นักการตลาดก็จะระดมความคิดเพิ่มเติมภาพของแต่ละกลุ่ม (Segment) ให้เต็มว่าเป็นใคร รุนราวคราวไหน ค่านิยมของชีวิตคืออะไร เป็นต้น

3. การสร้างตราสินค้าตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Branding) คือการสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคทราบว่า เป็นตราสินค้าสำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใดแบบหนึ่ง การที่ผู้บริโภคแต่ละคนต่างมีวิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของตน ตราสินค้าที่อิงตามรูปแบบการดำเนินชีวิตคือสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้แสดงเอกลักษณ์ของตนออกมาโดยผ่านตราสินค้านั้น

### 2.1.5 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Characteristics)

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการจัดกลุ่มผู้บริโภค ที่มีความต้องการที่คล้ายกัน หรือเหมือนกัน ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยจำแนกตามลักษณะการใช้ชีวิต ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งมีการแบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

Reimer (1995) ได้แบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะมุ่งเน้น วัฒนธรรม (Cultural Orientation) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรม หรือ ประเพณีในแต่ละสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรมระดับชาวบ้านหรือ วัฒนธรรมระดับสูง เช่น การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การสนใจนิทรรศการทางศิลปะ

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะมุ่งเน้น ด้าน สังคม (Social Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องรอบตัว ที่เห็นว่าสำคัญ นอกเหนือจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป และเป็นสิ่งที่ควรค่าต่อการที่บุคคลจะเข้าไปร่วมทำ เพื่อส่วนรวม เช่น เรื่องการเมือง สังคม และสภาพแวดล้อม เป็นต้น

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะมุ่งเน้น ด้านบันเทิง (Entertainment Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ และความบันเทิงของตนเองมากกว่าสิ่งอื่น ๆ เช่น การชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะมุ่งเน้น ด้าน บ้านและครอบครัว (Home and Family Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีลักษณะของความใกล้ชิด และเป็นเรื่องส่วนตัวที่เกี่ยวกับตนเอง บ้าน และคนในครอบครัว ของตนเอง เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในครอบครัว

5. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะมุ่งเน้น ด้าน กีฬา กิจกรรมกลางแจ้ง และสุขภาพ (Outdoor Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นถึง กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง เช่น การเล่นกีฬา สุขอนามัยในการรับประทานอาหาร รวมไปถึงการใช้ชีวิตกลางแจ้ง

อดุลย์ จาคูรงค์กุล (2534) ได้อธิบายรูปแบบของการใช้ชีวิตโดยจำแนกตามลักษณะได้ดังนี้

1. ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น แบบตื่นตัว ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬา หรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด ส่วนแบบไม่ตื่นตัวนั้น ผู้บริโภคดูโทรทัศน์หรือฟังเพลงอยู่กับบ้าน

2. ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบโอ้อวดกับส่วนตัว (Ostentatious Versus Private) เช่น แบบโอ้อวดจะแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบส่วนตัว ผู้บริโภคจะแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว

3. ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบครอบครัวกับอาชีพ (Family Versus Career) เช่น แบบครอบครัวจะมีบุตรและใช้เวลากับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบอาชีพจะไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

4. ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) เช่น แบบท้องถิ่นจะเข้าร่วมกับกิจกรรมในชุมชน กับแบบนครหลวงจะเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่า

Berkman, Lindquist and Sirgy (1997) ได้อธิบายลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ดังนี้

1. ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย โดยกลุ่มทางสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วย นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลเป็นอย่างมาก เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว บุคคลสำคัญในชีวิต ดังกรณีตัวอย่างต่อไปนี้ พนักงานบริษัทสองคนที่มีตำแหน่งและเงินเดือนเท่ากัน แต่ทั้งคู่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน คนหนึ่งอาจชอบสังคม มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หรูหรา แต่อีกคนหนึ่งอาจชอบทำกิจกรรมครอบครัว เนื่องจากสองคนนี้มีครอบครัวที่แตกต่างกัน มีเพื่อนคนละกลุ่ม จบการศึกษาจากคนละสถาบัน เป็นต้น

2. ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เป็นการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต เมื่อเราทราบรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถคาดคะเนพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลนั้นได้ เช่น คนที่มีแนวคิดแบบเสรีนิยม รักความอิสระ มักชอบเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถบอกจุดศูนย์กลางความสนใจของบุคคล (Center of Interest) ทำให้เราสามารถคาดคะเนความสนใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียงกันกับความสนใจที่เป็นจุดศูนย์กลาง เช่น คนที่ให้ความสนใจในเรื่องครอบครัว ก็มักจะใส่ใจในหน้าที่การงาน งานอดิเรก และเรื่องเกี่ยวกับศาสนาด้วย เป็นต้น

4. ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตแปรผันตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น สังคมในปัจจุบันที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้หญิงออกทำงานนอกบ้าน หาเลี้ยงครอบครัวได้เหมือนผู้ชาย ดังนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงในปัจจุบันย่อมแตกต่างไปจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ผู้หญิงในยุคปัจจุบันใช้ชีวิตแบบผู้ชายมากขึ้น ทำกิจกรรมที่ผู้ชายทำมากขึ้น เช่น ออกกำลังกาย ติ๊กอล์ฟ ใส่อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น

จากความหมายต่าง ๆ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต คือ การจำแนกหรือการแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะการใช้ชีวิต ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล โดยลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มทางสังคม พฤติกรรมที่แสดงออก ความสนใจต่อสิ่งต่าง ๆ และจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมก่อให้เกิดลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น โดยยึดแนวทางของ Shufeldt, Oates and Vought (1998) เป็นแนวทางในการศึกษาเนื่องจากเป็นงานวิจัยที่ศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้สูงอายุ โดยศึกษาเกี่ยวกับ

กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ เพื่อวิเคราะห์หาลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน และผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งส่วนตลาดผู้สูงอายุตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้เป็นกลุ่ม ๆ จำนวน 5 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1. กลุ่มที่เน้นครอบครัว (Family Oriented) เป็นกลุ่มที่นิยมใช้เวลาอยู่กับครอบครัว ทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว และรู้สึกภูมิใจในการทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อครอบครัว

กลุ่มที่ 2. กลุ่มที่เน้นความแข็งแรงและความมั่นคง (Young and Secure) เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ชอบท่องเที่ยว และออกกำลังกายทุกวัน

กลุ่มที่ 3. กลุ่มที่ยังตื่นตัว (Active Retiree) เป็นกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับการเมือง ความเป็นไปในสังคม ชอบเล่นหุ้น และลงทุนทางการเงิน

กลุ่มที่ 4. กลุ่มที่เน้นความน่าเชื่อถือ (Self-Reliant) เป็นกลุ่มที่มีการวางแผนชีวิตล่วงหน้าเสมอ ชอบอุทิศตนเพื่อสังคม เป็นอาสาสมัคร เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน

กลุ่มที่ 5. กลุ่มที่ชอบเก็บตัวหรือไม่มีสังคม (Quiet Introvert) เป็นกลุ่มที่จะซื้อสินค้าก็ต่อเมื่อต้องออกไปทำกิจกรรมบางสิ่ง หรือเมื่อมีโอกาส นิยมซื้อสินค้าตามแหล่งที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และชอบเปลี่ยนหรือลองซื้อสินค้าใหม่ ๆ ไม่ยึดติดกับสิ่งใด

#### 2.1.6 งานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาวิจัย เรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมงานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากฐานข้อมูล Emerald และ Wiley-Blackwell เป็นฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจัดการ การบริหาร และสาขาที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

จิรวุฒิ หลอมประ โคม และประพล เปรมทองสุข (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสอบถามจากผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-49 ปีที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และวิเคราะห์หองค์ประกอบเพื่อจัดกลุ่มตัวแปร ผลการศึกษพบว่าสามารถจัดกลุ่มลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานใน กทม. ได้จำนวน 8 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจเรื่องความบันเทิงและกิจกรรมนอกบ้าน กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาววัยทำงานนักพัฒนาใส่ใจเรื่องธรรมชาติและการทำงาน กลุ่มที่ 3 กลุ่มสาววัยทำงานนักประชาธิปไตย ยึดหลักทางสายกลาง กลุ่มที่ 4 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจในการเลือกชุดชั้นใน กลุ่มที่ 5 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจสุขภาพ กลุ่มที่ 5 กลุ่มสาววัยทำงานใส่ใจสุขภาพ กลุ่มที่ 6 กลุ่มสาววัยทำงานรักครอบครัว กลุ่มที่ 7 กลุ่มสาววัยทำงานรับประทานอาหารเช้า กลุ่มที่ 8 กลุ่มสาววัยทำงานชอบเรื่องการทำนายทายทัก

Krishnan (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อเข้าใจพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค โดยเน้นให้ความสำคัญในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และอิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้า ในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใช้วิธีการศึกษาแบบ AIO ศึกษาเชื่อมโยงกับการตัดสินใจเลือกตราสินค้า โดยใช้สถิติ Cluster Analysis ด้วยวิธี Non Hierarchal หรือ K-mean ในการจัดกลุ่มตัวแปร ผลจากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า (Purchase interested lifestyle cluster) 2. กลุ่มที่เน้นครอบครัว (Family oriented lifestyle cluster) 3. กลุ่มที่สนใจนวัตกรรม (Innovative lifestyle cluster) พบว่า ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตมีผลกระทบในทางที่ดีต่อการการจัดกลุ่มพฤติกรรม การซื้อสินค้า ในสภาพแวดล้อมของการบริโภค การเลือกสินค้า และตราสินค้า ผู้บริโภคจะเลือกที่ชอบมากที่สุดซึ่ง บ่งบอกถึงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคผ่านสินค้าและตราสินค้าที่ถูกเลือก โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน กล่าวคือ กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้าจะเลือกตราสินค้าที่ตัวเองรู้จักดี และจะไม่เลือกตราสินค้าใหม่ กลุ่มที่เน้นครอบครัวจะมีพฤติกรรมเลือกตราสินค้าโดยคำนึงถึงครอบครัวเป็นหลัก จะซื้อทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อครอบครัวโดยส่วนใหญ่ และกลุ่มสนใจนวัตกรรมจะมีพฤติกรรมเลือกตราสินค้าโดยชอบลองซื้อสินค้าใหม่ ๆ และไม่เฉพาะเจาะจงตราสินค้าที่ซื้อ

Mahalakshmi and Chitra (2013) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีผลต่อคุณลักษณะของร้านค้า โดยสอบถามจากกลุ่มผู้สูงอายุวัย 65 ปีขึ้นไป จำนวน 550 กลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย สอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ (AIO) และสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะร้านค้าโดยเลือกวิธีการซื้อสินค้าผ่านเคาเตอร์ยา จากผลจากศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจำนวน 62 คำถามโดยใช้วิธีการ Varimax Rotation เพื่อแบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุได้ 5 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มคนรักครอบครัว (Family Oriented) มีจำนวนร้อยละ 25.6 กลุ่มที่รักความอ่อนเยาว์และความปลอดภัย (Young and secure) มีจำนวนร้อยละ 19.4 กลุ่มที่มีความกระตือรือร้น (Active Retiree) มีจำนวนร้อยละ 18.1 กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Reliant) มีจำนวนร้อยละ 20 และกลุ่มที่เก็บตัวไม่เข้าสังคม (Quiet Introvert) มีจำนวนร้อยละ 18.9 และผลการวิเคราะห์คุณลักษณะร้านค้าจำนวน 35 คำถาม สอบถามเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้าและร้านค้า ลักษณะของที่ตั้ง นโยบายขายการให้ส่วนลดต่าง ๆ และการบริการ จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ พบว่า คุณลักษณะของร้านค้า และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะ สำคัญเมื่อพิจารณาจากคุณภาพของสินค้า และร้านค้า แต่ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับคุณลักษณะของร้าน นโยบายการให้ส่วนลด หรือการบริการ

Shufeldt , Oates and Vaught (2006) ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีต่อการเลือกร้านขายยาโดยสอบถามจากกลุ่มผู้สูงอายุอายุ 65 ปีขึ้นไปโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในการศึกษาพบว่าการแบ่งส่วนตลาดโดยอิงรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งได้ 5 กลุ่มคือกลุ่มคนรักครอบครัว (Family Oriented) กลุ่มที่รักความอ่อนเยาว์และความปลอดภัย (Young and Recure) กลุ่มที่มีความกระตือรือร้น (Active Retiree) กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Reliant) และกลุ่มที่เก็บตัวไม่เข้าสังคม (Quiet Introvert) และศึกษาคูณลักษณะของร้านค้า ได้แก่ คุณภาพในด้านต่าง ๆ ลักษณะร้านค้า นโยบายการให้ส่วนลด และการบริการ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มมีผลต่อความชอบลักษณะร้านค้าแตกต่างกัน

Tai and Tam (1997) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงในกลุ่มประเทศของจีน โดยศึกษาเปรียบเทียบลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิง 3 กลุ่มโดยแบ่งตามที่อยู่อาศัย คือ ฮองกง มณฑลทกวาง ไ้้วของจีน และ ไ้หวัน โดยศึกษาความเปรียบเทียบความแตกต่างของพื้นที่อยู่อาศัยจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไร โดยวิเคราะห์ตัวแปรหาค่าเฉลี่ย โดยมีรายละเอียดกลุ่มตัวแปรดังนี้ 1) การรับรู้ และบทบาทของผู้หญิง 2) ความใส่ใจในครอบครัว 3) การทำความสะอาดบ้าน 4) ความใส่ใจในตราสินค้า 5) ความใส่ใจในราคาสินค้า 6) ความเชื่อมั่นในตนเอง 7) ความชอบในการทำงาน 8) การตระหนักถึงสุขภาพ 9) การตระหนักถึงสภาพแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า ศาสนามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตต่อผู้หญิงทั้ง 3 กลุ่มอย่างมากและวัฒนธรรมตะวันตกมีผลกระทบต่อผู้หญิงทั้ง 3 กลุ่มโดยผู้หญิงใน ฮองกงมีลักษณะการใช้ชีวิตที่ทันสมัยมากกว่าจีน และ ไ้หวัน แต่อย่างไรก็ตามผู้หญิงในจีน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเริ่มมีแนวโน้มยอมรับค่านิยมและความคิดสมัยใหม่มากขึ้น จากการศึกษาจึงสรุปได้ว่าพื้นที่อาศัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมที่แตกต่าง

## 2.2 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อเป็นวิธีการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของผู้บริโภคที่สะท้อนถึงความต้องการ ความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตให้มา (Kotler, 2000)

### 2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจซื้อ

คิวฤทธิ์ พงศ์กรรังศิลป์ (2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตอบสนองจากสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกตัวผู้บริโภคจนเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจะประเมินผลทางเลือกและเลือกตราสินค้าที่ดีที่สุด จนในที่สุดผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

ชูชัย สมितिไกร (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง เมื่อผู้บริโภคประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าใด โดยการตัดสินใจเลือกนี้ ผู้บริโภคกระทำโดยการอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการประเมินทางเลือกอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนมักมีรูปแบบการตัดสินใจ (Decision Making Styles) ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล การมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหมือนกันก็ตาม

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นการพิจารณาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาและประเมินอย่างดีแล้ว โดยนำมาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด แต่การตัดสินใจซื้อจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน และจากการถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภคเอง ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าที่สนใจมากที่สุด

### 2.2.2 รูปแบบการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคมีรูปแบบและขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน สำหรับสินค้าบางประเภทผู้บริโภคใช้เวลาในการตัดสินใจนาน และต้องการข้อมูลมาก ได้แก่ สินค้าราคาแพง อายุการใช้งานนาน ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง แต่สำหรับสินค้าบางประเภทกลับใช้เวลาสั้น ไม่ต้องการข้อมูลมากนักในการตัดสินใจ หรือบางครั้งผู้บริโภคอาจจะตัดสินใจในทันทีโดยไม่ต้องพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) ซึ่งการซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกันตามลักษณะการตัดสินใจในการซื้อ ซึ่งอาจแบ่งออกพฤติกรรมการซื้อตามความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อ และระดับความแตกต่างระหว่างตราสินค้า ได้ดังนี้

1. การตัดสินใจแบบสลับซับซ้อน (Complex Decision Making) มักเกิดในสินค้าที่ผู้บริโภคมองมีความเกี่ยวพันสูง และต้องใช้กระบวนการตัดสินใจที่สลับซับซ้อน เช่น การตัดสินใจซื้อซื้อสินค้า



ประเภทรถยนต์ ผู้บริโภคต้องใช้การตัดสินใจอย่างรอบคอบ มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการประเมินทางเลือกก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อสินค้า

2. ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า จะเกิดเมื่อผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับสินค้า แต่การซื้อสินค้านั้นเป็นการซื้อซ้ำที่ผู้บริโภค ได้เรียนรู้จากประสบการณ์เดิมที่มีอยู่แล้ว จึงใช้ช่วงเวลาในการตัดสินใจค่อนข้างน้อย แม้ว่าสินค้าที่ซื้อจะมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสูง แต่ผู้บริโภคมีความสามารถในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นอย่างรวดเร็ว โดยใช้ความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือใช้ความภักดีในตราสินค้านั้นเป็นการตัดสินใจ

3. การตัดสินใจแบบมีเวลาจำกัด (Limited Decision Making) เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องต่ำ แต่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการตัดสินใจอย่างรอบคอบ เพราะสินค้านั้นเป็นสินค้าใหม่ที่ผู้บริโภคไม่คุ้นเคย จึงจำเป็นต้องใช้เวลา และกระบวนการในการเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจทดลองใช้สินค้านั้น

4. การตัดสินใจแบบเฉื่อย (Inertia) เป็นรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าต่ำ และไม่มี ความแตกต่างอย่างสำคัญระหว่างตราสินค้า เช่น ในการเลือกซื้อเกลือ ถ้าผู้บริโภคซื้อเกลือตราเดิม ไม่ได้เป็นผลจากความภักดีต่อตราสินค้าแต่จะเลือกซื้อสินค้า เพราะความใกล้ชิด และหลังจากที่การซื้อผ่านไปก็ไม่มี การประเมินสินค้า ดังนั้น สำหรับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องต่ำ กระบวนการตัดสินใจเริ่มจากความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า ซึ่งมาจากการเรียนรู้ที่เฉื่อย ตามด้วยการตัดสินใจซื้อ และอาจมีการประเมินสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kotler, 1997)

### 2.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยที่อยู่ในภายในของบุคคล และปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ปัจจัยภายในของบุคคล ประกอบด้วย

- ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งที่เป็นใจๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพ หรือจิตใจหรือกล่าวอีกนัยได้ว่าความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

- แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้รู้ถึงความต้องการ และเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการ

- บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้น ในตัวของบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลกระทำในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

- การรู้ (Awareness) หมายถึง การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้าซึ่งการรู้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก ในขณะที่บุคลิกภาพเป็นเรื่องของการมองเห็นสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวของบุคคล และการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นมองเห็นที่อยู่ภายนอกของผู้บริโภคที่ต้องมีการตีความหมายสำหรับสิ่งที่ผู้บริโภคได้เห็น ได้ยิน ได้รู้ สึก

- การรับรู้ การสัมผัสรู้ (Perception) หมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาททั้ง 5

- การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนอง หรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ

- ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีภายในใจของมนุษย์ หรือ ความเห็นที่เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล

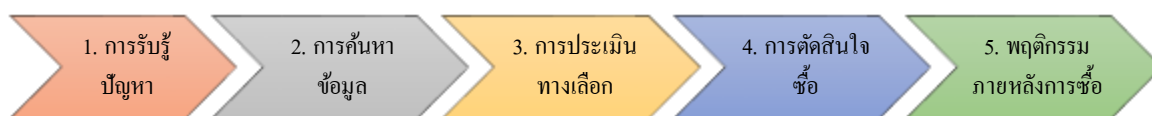
## 2. ปัจจัยภายนอกของบุคคล หรืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

- อิทธิพลของครอบครัว เป็นอิทธิพลที่เกิดจากสมาชิกภายในครัวเรือน
- อิทธิพลของสังคม เป็นผลลัพธ์จากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับคนอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากครอบครัว
- อิทธิพลของธุรกิจ การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจ ร้านค้า หรือโดยผ่านทางการขายโดยใช้บุคคล และการโฆษณา
- อิทธิพลของวัฒนธรรม เป็นเรื่องของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของบุคคล และการลงโทษในสังคมที่พัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้น
- อิทธิพลทางเศรษฐกิจ หรืออิทธิพลของรายได้ เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงิน และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

### 2.2.4 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า 5 ขั้นตอนดังรูปภาพข้างล่าง ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้า ตามขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอน หรือไม่ครบทั้งหมดขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า ถ้าเป็นสินค้าหรือบริการที่มีราคาแพงกระบวนการใช้ซับซ้อนมาก ผู้บริโภคต้องใช้เวลาและการตัดสินใจนานเพราะสินค้านี้มีราคาแพง และผู้บริโภคต้องการได้สิ่งที่ดีที่สุด เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป แต่ถ้าเป็นสินค้าแบบสะดวกซื้อที่ไม่จำเป็นต้องใช้การตัดสินใจมากนัก และมีราคาไม่สูงเกินไป ผู้บริโภคอาจมีการตัดสินใจไม่ครบทั้ง 5 ขั้นตอน โดยขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมีดังนี้

### ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buying Decision Process)



1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการที่ได้รับการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความจำเป็นที่ต้องมีเครื่องนุ่ง-ห่มร่างกาย เมื่อผู้บริโภคเดินผ่านร้านขายเสื้อผ้า ความจำเป็นนี้ถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น การจั่ววงสินค้า การโฆษณา การลดราคา เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ รับรู้ปัญหาว่าต้องการอะไร ขึ้นต่อไป ผู้บริโภคจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นว่าจะซื้อที่ไหน อย่างไร ถ้าผู้บริโภคเคยรับรู้หรือรู้จัก หรือใช้สินค้านั้นมาก่อน ผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลภายในความทรงจำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ แต่ถ้าข้อมูลจากความทรงจำไม่เพียงพอ ผู้บริโภคจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น แหล่งด้านบุคคล แหล่งการค้า แหล่งสาธารณะ แหล่งทดลอง แหล่งเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับมาประเมินผลทางเลือกว่าจะใช้บริการหรือซื้อสินค้าใด โดยเกณฑ์ประเมินผลจะเป็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ราคา การบริการ การจัดส่ง เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผู้บริโภคทำการประเมินผลทางเลือก และได้ตราสินค้าที่ดีที่สุด ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าอะไร ตราสินค้าใด จากที่ไหน

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เมื่อผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้ว จะเกิดผลสองทาง คือ พึงพอใจและไม่พอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ภายลักษณะของสินค้า และความจงรักภักดีในตราสินค้า

#### 2.2.5 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

Kotler (1997 อ้างถึงใน ดารา ทีปะ ปาล, 2546) ได้แบ่งความแตกต่างของบทบาทของบุคคลที่อาจเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจในบทบาทต่าง ๆ แยกออกเป็น 5 บทบาทดังนี้ คือ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) คือบุคคลผู้เสนอแนะความคิดเกี่ยวกับซื้อสินค้าและบริการเป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) คือบุคคลผู้ซื้อความคิดเห็น หรือคำแนะนำของเขามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
3. ตัดสินใจ (Decider) คือบุคคลผู้ตัดสินใจอันเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจซื้อ
4. ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลผู้ซึ่งทำการซื้อเองอย่างแท้จริง

5. ผู้ใช้ (User) คือบุคคลผู้บริโภคหรือใช้สินค้าและบริการ

**2.2.6 ระดับของการตัดสินใจซื้อ** (Level of Consumer Decision Making) แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับการตัดสินใจซื้อสูงอยู่ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการข้อมูลจำนวนมากเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า
2. ระดับการตัดสินใจที่ผู้บริโภครู้จักสินค้า และตราสินค้าต่างๆ อยู่บ้าง แต่ก็ยังต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
3. ระดับการตัดสินใจในกรณีที่ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์ จากการใช้สินค้าหรือบริการประเภทนั้นอยู่แล้ว แต่ต้องการข้อมูลเพื่อทบทวนสิ่งที่ตนรู้ และย้ำการตัดสินใจว่าไม่ผิดพลาด

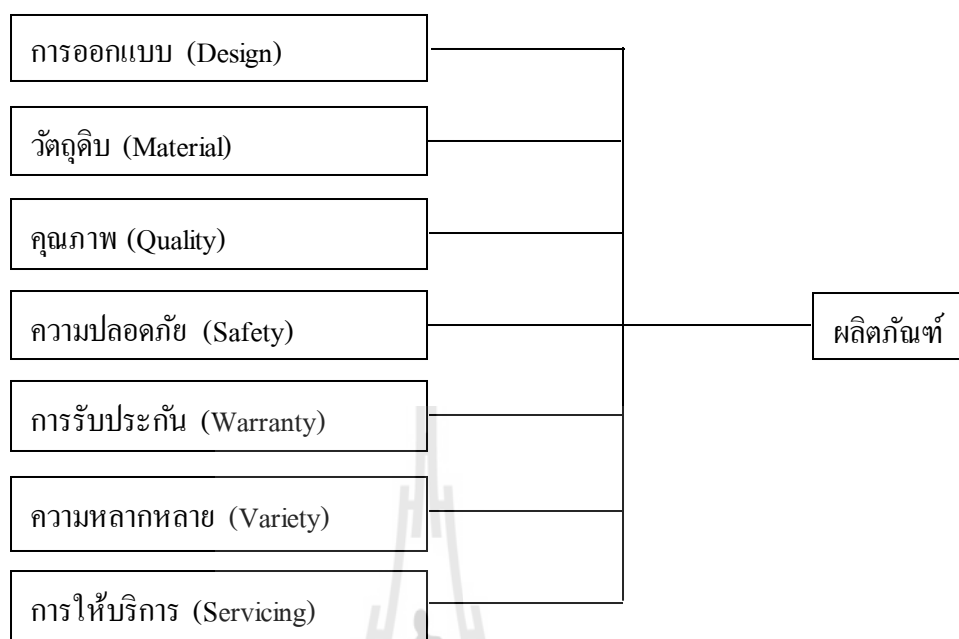
### 2.2.7 สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมีดังนี้

1. ระดับความต้องการ ซึ่งผู้บริโภคต้องรู้ว่า ตนเองต้องการอะไร
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ
3. ชนิดของผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงรายได้ อาชีพ สถานภาพ และบทบาททางสังคม
4. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับ ราคา ความชอบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
5. ตราผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับความเชื่อ และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ความมีชื่อเสียงของสินค้า และการให้บริการ
6. ผู้ขาย ถ้ามีผู้ขาย หรือตัวแทนจำหน่ายหลายรอบ ผู้บริโภคจะเลือกรายใด ขึ้นอยู่กับบริการที่ผู้ขายเสนอ หรือความรู้จักคุ้นเคย
7. ปริมาณที่จะซื้อ ผู้บริโภคต้องตัดสินใจว่า จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนเท่าใด การตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับปริมาณ ขึ้นอยู่กับความจำเป็น และอัตราการใช้
8. เวลา เมื่อตัดสินใจได้แล้วว่าจะซื้อจำนวนเท่าไร ก็มาตัดสินใจเรื่องเวลาที่จะซื้อ โอกาสในการซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล และภาวะทางเศรษฐกิจ
9. วิธีการชำระเงิน วิธีการชำระเงินของผู้บริโภคว่าจะจ่ายเป็นเงินสด หรือเงินผ่อน

### 2.2.8 การตัดสินใจเลือกสินค้า

ศุกร เสรีรัตน์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2534) ได้อธิบายเกี่ยวกับสินค้าซึ่งมีลักษณะต่าง ๆ หลายอย่าง โดยจะพิจารณาเฉพาะลักษณะที่สำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ และใช้บ่อยในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ นักการตลาดจะต้องพยายามสร้างลักษณะดังกล่าว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังรูปภาพที่ 2-3 ดังนี้

ภาพที่ 2.4 แสดงถึงลักษณะคุณสมบัติที่สำคัญ 7 ประการของผลิตภัณฑ์



1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค เพื่อดึงดูดความสนใจ และให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

2. วัตถุดิบ หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต (Material) ผู้ผลิตมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบ หรือวัสดุในการผลิตสินค้าหลายอย่าง ซึ่งผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ

3. คุณภาพ (Quality) เป็นการวัดการทำงาน และ วัดความคงทน ของผลิตภัณฑ์ ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำ ผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ ถ้าสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจซื้อของผู้บริโภคสินค้าก็ขายไม่ได้

4. ความปลอดภัย (Safety) สินค้าบางชนิดความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญมาก การให้รายละเอียดวิธีการใช้ไม่เพียงพอจะมีผลต่อชื่อเสียงของบริษัท ผู้ผลิตจึงต้องให้ความสำคัญต่อการออกแบบ และการทดสอบความปลอดภัยก่อนการนำออกมาจำหน่าย

5. การรับประกัน (Warranty) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแข่งขัน เป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าของลูกค้า และรวมทั้งการสร้างเชื่อมั่น

6. ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้ซื้อส่วนมากพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปของ สี กลิ่น รส ชนิด ขนาด การบรรจุหีบห่อ แบบ ลักษณะ คุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน

7. การให้บริการ (Servicing) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายการให้บริการ แก่ลูกค้าของผู้ขาย หรือผู้ผลิต

### 2.2.9 การตัดสินใจเลือกตราสินค้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544) ได้อธิบายเกี่ยวกับ ตราสินค้า หรือที่เรียกกันว่า “ตราฮีห้อ” หรือ “ฮีห้อ” นั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะ การที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะเป็นที่รู้จักของตลาดได้ จำเป็นต้องมีตราสินค้าที่จะเป็น สัญลักษณ์ของสินค้า เนื่องจากมีสินค้ามากมาย ดังนั้นตราสินค้าจึงถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

#### ระดับความนิยมตราสินค้า

ผู้บริโภคจะมีความนิยมตราสินค้าแตกต่างกันตามความชอบ การยอมรับ หรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้านี้ 4 ระดับ ดังนี้

1. ระดับไม่สังเกต (Non-Recognition) ผู้บริโภคอาจไม่สนใจในผลิตภัณฑ์ หรือไม่สังเกต เพราะมีผลิตภัณฑ์อยู่มากมายในท้องตลาด
2. ระดับสังเกตเห็นตรา และ บางครั้งจดจำ (Brand Recognition) เป็นการแสดงความสนใจเบื้องต้นของผู้บริโภคว่าสามารถสังเกตเห็น และ บางครั้งจดจำเมื่อพบเห็นผลิตภัณฑ์อีกครั้งก็ระลึกถึงได้จากตราสินค้า
3. ระดับความนิยมตราผลิตภัณฑ์ (Brand Preference) เป็นระดับที่ต้องเอาใจใส่ โดยการโฆษณา และพร้อมในการจัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้ ผู้บริโภคมักจะซื้อตราที่นิยมเพราะเชื่อมั่น มีประสบการณ์ที่ดีในผลิตภัณฑ์นั้น
4. ระดับยืนหยัดการใช้ผลิตภัณฑ์ (Brand Insistence) ระดับนี้เป็นระดับที่ต้องการที่สุด เพราะผู้บริโภคยืนหยัดในตราสินค้าไม่ยอมเปลี่ยนแปลง มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

### 2.2.10 การตัดสินใจเลือกร้านค้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544) ได้กล่าวเกี่ยวกับการเลือกร้านค้าในฐานะที่เป็นกระบวนการซื้อ (Store Selection As a Purchasing Process) เป็นการตัดสินใจที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้บริโภคกระทำเมื่อได้เลื่อนตำแหน่งเข้าไปใกล้ปฏิริยาขั้นสุดท้ายเกี่ยวกับการซื้อ การเลือกร้านค้าโดยตัวมันเองก็เป็นกระบวนการซื้อ เป็นการแสดงแนวความคิดเกี่ยวกับเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงทำการเลือกร้านค้า ดังที่เขาได้กระทำลงไป กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ 4 ตัวแปร คือ

1. เกณฑ์ในการประเมินค่า
2. คุณสมบัติต่าง ๆ ที่นึกเห็นภาพพจน์ได้ของร้านค้าที่ผู้บริโภคกำลังทำการพิจารณาอยู่
3. กระบวนการเปรียบเทียบ
4. การจำแนกร้านค้า

### กระบวนการเลือกร้านค้า

เมื่อผู้บริโภคทำการเลือกร้านค้าจนกระทั่งทำการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านที่เลือกดังกล่าวแล้วนั้น การเรียนรู้ของผู้บริโภคก็ดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ นั่นก็คือ ถ้าประสบการณ์ในการจ่ายของภายใน “ร้านค้าที่ยอมรับได้” ปรากฏผลว่ามีความพอใจ การเลือกดังกล่าวจะได้รับการเสริมแรง หรือยืนยันว่าการเลือกเป็นไปโดยถูกต้อง ผลที่จะเกิดขึ้นก็คือเมื่อเวลาผ่านไปความจำเป็นการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับร้านค้าชนิดนี้ก็จะลดน้อยลงเป็นอย่างมาก และก็จะอาจถึงจุด ๆ หนึ่ง เมื่อผู้บริโภคเกิดตระหนักถึงความต้องการขึ้นมา ก็จะเลือกร้านค้าที่ต้องการเท่านั้น

ภาพที่ 2.5 กระบวนการเลือกร้านค้า (Store-Choice Process)

มาตรการในการประเมินค่า	คุณสมบัติต่าง ๆ ของร้านค้าที่นึกเห็นภาพพจน์ได้
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำเลที่ตั้ง (ระยะทาง)</li> <li>2. ความกว้างและลึกในการจัดสินค้า</li> <li>3. ราคา</li> <li>4. พนักงานขายในร้านค้า</li> <li>5. โฆษณาและส่งเสริมการขาย</li> <li>6. บริการ</li> <li>7. อื่น ๆ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำเลที่ตั้ง (ระยะทาง)</li> <li>2. การจัดพวกสินค้า</li> <li>3. ราคา</li> <li>4. พนักงานขายในร้านค้า</li> <li>5. โฆษณาและส่งเสริมการขาย</li> <li>6. บริการอื่นๆ</li> </ol> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">       } ภาพพจน์ของร้านค้า (Store Image)     </div>

จากแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่กล่าวมานี้ สามารถสรุปได้ว่า เมื่อผู้บริโภครับสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาในความรู้สึกนึกคิดโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ทั้งจากภายนอกและภายในตัวผู้บริโภคเอง จนเกิดความต้องการซื้อสินค้า และในที่สุดผู้บริโภคจึงตัดสินใจเลือกสินค้า ตรายี่ห้อ และผู้ขาย ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดแนวทางในการศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในส่วนของการเลือกซื้อสินค้า ผู้วิจัยยึดแนวทางของ Miller, Russell and Kissling (2003) ซึ่งให้ข้อมูลปัจจัยต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผู้บริโภคจะพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในส่วนของการตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อผู้วิจัยยึดแนวทางของ Erdem and Swait (2004) ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อที่ต้องการมากที่สุด และในส่วนของ การตัดสินใจเลือกร้านค้าผู้วิจัยยึดแนวทางของ Tan and Freathy (2011) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นำแนวทางวิจัยดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางกำหนดโครงสร้างคำถามในแบบสอบถามของผู้วิจัย

### 2.2.11 ความสำคัญของการศึกษาการตัดสินใจซื้อ

การศึกษาการตัดสินใจซื้อเพื่อผู้วิจัยจะได้รู้จัก และเข้าใจผู้บริโภค มากยิ่งขึ้น และสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด และหาหนทางแก้ปัญหาทางการตลาด ๆ ให้ประสบผลสำเร็จอย่างดีที่สุด

ประโยชน์ของการศึกษาสามารถจำแนกได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. ช่วยให้เข้าใจถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค และแนวโน้มความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมการตลาด

2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และการลงทุน

3. ช่วยให้การพัฒนาตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น โดยการศึกษาความต้องการ การกระตุ้น และการตอบสนองของผู้บริโภค

4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ ตรงกับปริมาณที่ต้องการ ตรงกับเวลาและสถานที่

5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง

### 2.2.12 งานวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมงานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากฐานข้อมูล Emerald, Wiley-Blackwell เป็นฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจัดการ การบริหาร และสาขาที่เกี่ยวข้อง สรุปเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ดังนี้

จินดา บุญช่วย เกื้อกุล และคณะ (2543) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพบว่าประชาชนในพื้นที่เขตเมืองในประเทศไทยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่เลือกซื้อให้ทั้งตนเองและผู้อื่น กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มธัญพืช ชนิดใยอาหาร แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ และแพทย์เป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือมากที่สุด สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด คือ ร้านขายยา เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อบำรุงร่างกาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา รายได้ และการมีเครื่องหมายรับรองจากหน่วยงานราชการ เช่น เครื่องหมาย อย. และจากการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใน



การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกันเกี่ยวกับอายุ อาชีพ และรายได้ แต่ไม่พบความแตกต่างกันเกี่ยวกับ เพศ การศึกษา และภาวะสุขภาพ

ณรงค์ ศรี โยธิน (2550) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ โดยมีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ส่วนมากมีอายุระหว่าง 41-45 ปี มีอาชีพรับราชการและทำธุรกิจส่วนตัวในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกัน ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุแตกต่างกัน เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถหาซื้อได้ง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุแตกต่างกัน และสื่อที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ไม่มีผลต่อทัศนคติการประเมินความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มผู้สูงอายุแตกต่างกัน

พันธ์ทิพย์ สิทธิปัญญา (2553) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ที่รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ด จำนวน 312 พบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินซีมากที่สุด โดยเลือกซื้อจากศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความถี่ในการเลือกซื้อเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการซื้อประมาณ 500 - 1000 บาท โดยซื้อเพื่อรับประทานเองมากที่สุด เหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อความงาม โดยรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเพื่อน และญาติเป็นผู้แนะนำ ตนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด

ภาวินี ตันติผาติ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลและความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้แบบสอบถามกับประชากรที่มีคุณสมบัติ 4 ด้าน ได้แก่ อาศัย และหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุตั้งแต่ 15 ปีเป็นต้นไป มีอาชีพและรายได้ที่แน่นอน และมี

ประสบการณ์การบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ทุกปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เหตุผลในการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และ ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เลือกซื้อมารับประทานบ่อยที่สุด มีผลและความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ

รัศมีเกียรติ จิรินธร และคณะ (2550) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยเก็บแบบสอบถามจากประชาชนในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 63.26 โดยเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีเหตุผลในการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อชดเชยสารอาหารที่ได้รับไม่เพียงพอในแต่ละวัน โดยการโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ และเพื่อนเป็นบุคคลที่ให้คำแนะนำในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาสินค้า และประสบการณ์เดิมในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ

Chamhuri and Batt (2013) ศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งส่วน ผู้บริโภคชาวมาเลเซียโดยศึกษาพฤติกรรมการเลือกร้านค้าในการซื้อสินค้าประเภทเนื้อสด ผัก และผลไม้ โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน ประเทศมาเลเซีย พบว่าการ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสดสามารถวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster analysis) กลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Retail Stores) และกลุ่มที่ซื้อสินค้าจากตลาดท้องถิ่น (Traditional Market) แต่เมื่อศึกษาจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผัก และผลไม้สดพบว่าสามารถวิเคราะห์จัดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกทันสมัย (Modern Retail Shoppers) กลุ่มที่ซื้อสินค้าแบบชั่วคราว (Transient Shoppers) และกลุ่มที่ซื้อสินค้าจากตลาดท้องถิ่น (Traditional Market Shoppers) และจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกร้านค้ามีพื้นฐานมาจากสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อเนื้อจากร้านที่มีราคาแพงเพื่อลดความเสี่ยงจากการได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพมากกว่าซื้อจากร้านค้าท้องถิ่น เนื่องจากเนื้อเป็นอาหารที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเจ็บป่วย และ ผู้บริโภครับรู้ว่าจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกทันสมัยใหม่มีแนวโน้มที่ราคาจะสูงกว่าร้านค้าตลาดท้องถิ่น แต่จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่า

Erdem and Swait (2004) ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การพิจารณา และการเลือกตราสินค้า โดยศึกษาถึงผลกระทบของความน่าเชื่อถือของตราสินค้าที่มีผลต่อการพิจารณาตราสินค้าของผู้บริโภคจนถึงการตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่ต้องการ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าจะพิจารณาจากความไว้วางใจในตราสินค้าพบว่า ได้รับการยอมรับจากการลงใช้สินค้า ได้ผลตามที่คาดหวัง และความเชี่ยวชาญ คือผลลัพธ์ของสินค้าที่สามารถส่งผลตามที่ระบุไว้พบว่าความไว้วางใจตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้ามากกว่าความเชี่ยวชาญของตราสินค้า และความน่าเชื่อถือในตราสินค้าจะผ่านการพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง การรับรู้ถึงคุณภาพ และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนการตัดสินใจเลือกตราสินค้า

Dickinson and Mackay (2014) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยด้านสุขภาพ และลักษณะอื่น ๆ ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยศึกษากับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชาวอเมริกาซึ่งพบว่ามีจำนวนผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถึงร้อยละ 50 – 65 ของจำนวน ประชากรวัยผู้ใหญ่ พบว่าผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความต้องการให้ตนเองมีสุขภาพที่ดีขึ้น และกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีแนวโน้มของการศึกษาและรายได้ที่ค่อนข้างดีมากกว่าผู้ที่ไม่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อีกทั้งปัจจัยที่สนับสนุนให้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือ การตระหนักถึงการดูแลสุขภาพ และพบว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงมีแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากกว่าผู้ชาย ผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ การควบคุมน้ำหนัก การออกกำลังกาย ทำให้ร่างกายขาดสารอาหารจึงเลือกทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อดูแลสุขภาพของตนเอง

Ghazali, Mutum and Ching (2006) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และบุคลิกภาพผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชาวมาเลเซีย พบว่า อายุ สถานภาพ จำนวนบุตร และรายได้แตกต่างกัน ส่งผลต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำ และไม่ประจำอย่างมีนัยยะสำคัญ แต่ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์อื่น ไม่ส่งผลต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำ และไม่ประจำ ส่วนบุคลิกภาพของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะด้วยกัน โดยผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำจะให้ความสำคัญกับราคาและตราสินค้า

Lin, Shih and Lin (2006) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติด้านการเงินที่มีต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีค่านิยมส่วนบุคคลและตัวกระตุ้นทางการตลาดเป็นตัวแปรส่งผ่าน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักศึกษาใน 24 มหาวิทยาลัยประเทศไต้หวัน ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การเลือกซื้อสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ผลจากการศึกษาพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อ

Miller, Russell and Kissling (2003) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของกลุ่มผู้หญิงอายุระหว่าง 25 – 45 ปีที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างน้อยสี่ครั้งต่อ

อาชีพ และศึกษาเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่าเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ ราคา ปริมาณบรรจุภัณฑ์ ปริมาณของการทานต่อวัน ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาณของสารวิตามินต่อหนึ่งเม็ด ลักษณะของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และตราสินค้า และวิเคราะห์จัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะการตัดสินใจเลือกซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ชอบสินค้าแบรนด์เนม (Brand Shopper) กลุ่มที่ชอบการต่อรอง (Bargain Shopper) กลุ่มที่ชอบความสะดวกสบาย (Convenience Shopper) กลุ่มที่ชอบค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อสินค้า (Information Gatherer) และกลุ่มที่ชอบสินค้ามีคุณภาพ (Quality Shopper) ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะการเลือกซื้อ

Tan and Freathy (2011) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค และพฤติกรรมการเลือกร้านขายจีนในประเทศสิงคโปร์ ศึกษาถึงคุณลักษณะของร้านค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้ามีทั้งหมด 14 ปัจจัยด้วยกัน คือ ความรู้ของพนักงานขาย คุณภาพของสินค้า ราคาของสินค้า ชื่อเสียงของร้านค้า การมีผู้เชี่ยวชาญ การจัดเรียงสินค้า การค้นหาสินค้าสะดวก การบริการของพนักงาน ตราสินค้าของร้านค้า การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ที่ตั้งของร้านค้า การตกแต่งทันสมัย ความหลากหลายของร้านค้าใกล้เคียง และลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในร้านขายยาจีน เนื่องจากงานวิจัยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับร้านขายยาจีนทำให้ปัจจัยด้านความสามารถในการรักษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคต้องการ ในการเลือกร้านค้าผู้บริโภคจึงต้องการร้านขายยาจีนที่มีพนักงานที่มีความรู้ และมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือได้มากที่สุด

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ที่ผู้บริโภคแสวงหาเพื่อต้องการมีสุขภาพดี เหตุผลของการรับประทานอาจเป็นเพราะวิตกกังวลว่าร่างกายได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน ต้องการป้องกันไม่ให้เกิดโรค ซึ่งผู้บริโภคมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีสรรพคุณช่วยรักษาโรคได้ และช่วยให้ร่างกายสมส่วน ผิวพรรณสวยงามขึ้น จึงเลือกทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามความต้องการและความเชื่อ (กระทรวงสาธารณสุข, 2546 อ้างถึงใน เรืองฤทธิ์ สัมพันธ์, 2556)

### 2.3.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จันทนา เวสพันธ์ และคณะ (2547) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง สารอาหารที่ได้นำมาเพิ่มเติมในอาหารที่เรารับประทานตามปกติ เพื่อให้ได้รับสารอาหารครบตามที่ร่างกายต้องการ

ทัศนีย์ แน่นอุดร (2544) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทานเพื่อเสริมอาหารหลักที่เราได้กินตามปกติ โดยส่วนมากรูปแบบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่พบในปัจจุบัน คือสารสกัดที่มาจากพืชพรรณธรรมชาติ สัตว์น้ำ สัตว์ทะเล เป็นต้น โดยจัดอยู่ในรูปของแคปซูลเม็ด หรือของเหลว และยังรวมถึงสารเคมีที่มีการสังเคราะห์จากกลุ่มแร่ธาตุ โดยวิตามินที่อยู่ในรูปสารสกัดเข้มข้นซึ่ง ไม่จัดเป็นอาหารแต่จัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทยาแทน

เปรมจิตต์ สิทธิศิริ (2542) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง สารอาหารในปริมาณที่มีความเข้มข้น ซึ่งเป็นสารอาหารที่มีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นต่อสุขภาพร่างกาย ได้แก่ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน วิตามิน เกลือแร่ และยังรวมถึงสารอาหารในกลุ่มที่ช่วยย่อยเอ็นไซม์ และกากใย โดยอาจจะผลิตขึ้นในรูป ผง เม็ด เกล็ด แคปซูล และของเหลว เพื่อประโยชน์ในการรับประทาน สรรพคุณเพื่อเพิ่มเติมเพื่อป้องกัน หรือเพื่อบำบัด โดยในแต่ละคนอาจมีความต้องการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่แตกต่างกันออกไป อันเนื่องมาจากหลากหลายสาเหตุที่ต่างกันไปตามวิถีชีวิต สภาพความเป็นอยู่ และสภาพร่างกายของคน ๆ นั้น

เปรมจิตต์ สิทธิศิริ และ สุธิติน เกตุแก้ว (2542) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง อาหารที่เรารับประทานเสริมหรือรับประทานเพิ่มเติมเข้าไป ที่นอกเหนือไปจากที่ร่างกายได้รับอย่างปกติในทุกวัน

เพลินใจ ดั่งคณะกุล (2547 อ้างถึงใน ภาวินี ต้นติผาดิ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2554, หน้า 2) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรับประทานโดยตรง โดยนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลัก ได้โดยกันตามปกติมักจะอยู่ในลักษณะที่เป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคล โดยทั่วไป โดยที่มีสุขภาพปกติ มีไข้ผู้ป่วย

โดยความหมายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หมายถึง สารอาหารที่ใช้รับประทานเข้าไปโดยตรง นอกเหนือจากการรับประทานอาหารปกติ เพื่อเติมเสริม ป้องกัน หรือบำบัด โดยมีสารอาหาร หรือสารอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบ อาจอยู่ในรูปของเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อผู้บริโภคโดยทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ มีไข้ผู้ป่วย โดยมีการคาดหวังประโยชน์ในทางส่งเสริมสุขภาพให้ดีขึ้น

### 2.3.2 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีส่วนช่วยให้ร่างกายได้รับโภชนาการที่เหมาะสม เนื่องจากทุกคนมีความต้องการที่เหมือนกัน คือ สุขภาพสมบูรณ์ปราศจากโรคร้าย จึงคิดค้นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อช่วยเพิ่มในส่วนที่ร่างกายขาด ซึ่งจะ มีประโยชน์มากสำหรับผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพ เพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะเสริมในส่วนที่ร่างกายขาดได้ครบถ้วน ในส่วนของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน มีประโยชน์ต่อร่างกายหลายด้าน เช่น วิตามินเอ ช่วยในการมองเห็น และการเจริญเติบโตของ

กระดูก อีกทั้งยังช่วยในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน และซ่อนแซมส่วนที่สึกหรอ แต่อย่างไรก็ตามควรคำนึงถึงความเหมาะสมต่อร่างกายด้วย พิจารณาปัญหาสุขภาพให้ตรงจุด เพื่อไม่ให้เกิดผลข้างเคียงต่อร่างกาย (Bishop, 2010 อ้างถึงใน วาสนา ขาววิชัย และคณะ, 2557)

**2.3.3 ลักษณะของผู้ที่ควรทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (เปรมจิต สิทธิศิริ และสุทิน เกตุแก้ว, 2542)**

1. ผู้ที่มีโรคประจำตัวทุกชนิด นับแต่โรคผิวหนัง เบาหวาน เกาต์ ตลอดจนถึงโรคหัวใจ
2. ผู้ที่สูบบุหรี่จัด ผู้ที่ดื่มสุรา หรือของมีแอลกอฮอล์
3. สตรีที่รับประทานยาคุมกำเนิด หรือฉีดยาคุมกำเนิด
4. สตรีมีครรภ์
5. ผู้ที่รับประทานยาที่ทำลายล้าง หรือป้องกันการดูดซึมสารอาหารวิตามินเข้าสู่ร่างกาย
6. ผู้ที่ดื่มน้ำประปาที่มีคลอรีนสูง
7. สตรีวัยหมดประจำเดือน และผู้สูงอายุ
8. ผู้ที่ควบคุมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก และรับประทานอาหารที่มีน้ำมันพืชน้อย
9. ผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง หรือเมืองใหญ่ ล้วนเป็นชุมชนแออัด มีมลภาวะจากสิ่งแวดล้อมหรือจากอาหาร

### **2.3.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร**

เพลินใจ ดังคณะกุล (2547) ได้มีการจำแนกประเภทตามคุณสมบัติและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

1. อาหารบำรุงสุขภาพ โดยมีประสิทธิภาพในการใช้เป็นอาหารบำรุงร่างกาย เช่น ชูปโก้ สกัด เห็ดหลินจือ รังนก และวิตามินต่าง ๆ
2. อาหารป้องกัน และรักษาโรค มีคุณสมบัติในการป้องกัน และรักษาโรคในบางชนิด เช่น น้ำมันปลา ช่วยในเรื่องไขมันอุดตันในเส้นเลือดได้
3. อาหารลดน้ำหนัก เป็นอาหารประเภทที่เพิ่มปริมาณ เมื่อได้มีการบริโภคแล้วจะรู้สึกอิ่มท้อง แต่มีคุณค่าทางอาหารน้อย โดยช่วยเพิ่มปริมาณกากอาหาร ทำให้ท้องไม่ผูก
4. อาหารเสริมนักกีฬา เป็นอาหารเสริมประเภทที่มีการให้พลังงานอย่างรวดเร็ว เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่ ฟรุคโตส และเครื่องดื่มเกลือแร่ชนิดต่าง ๆ
5. ผลิตภัณฑ์ที่เสริม หรือเติมสารอาหารบางชนิดให้มากขึ้น เช่น โยเกิร์ต แคลเซียม เพื่อเสริมอาหารบางชนิดที่ได้รับไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

เพลินใจ ดังคณะกุล (2547) ได้จำแนกประเภทตามแหล่งที่มา ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพืช มีต้นกำเนิดจากพืช เช่น น้ำมันดอกอัญชัน พริมโรสสกัดจากดอกอัญชันพริมโรส

2. ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น น้ำมันปลา สกัดจากปลาทะเล
3. ผลิตภัณฑ์จากจุลินทรีย์ เช่น ยีสต์ซึ่งมีวิตามินสูง เช่น ยาคูลท์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2548) จำแนกประเภทตามสูตรส่วนประกอบหรือขนาดการใช้ ดังนี้

1. วิตามิน หรือแร่ธาตุ

- วิตามิน หรือแร่ธาตุที่มีอยู่ในบัญชีสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุ 6 ปีขึ้นไป หากขนาดใช้ต่อวันไม่ถึงขนาดยาจะจัดเป็นประเภทอาหาร และหากขนาดใช้ต่อวันถึงขนาดยา จะจัดเป็นประเภทยา

- วิตามิน หรือแร่ธาตุไม่อยู่ในบัญชีสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุ 6 ปีขึ้นไป หากขนาดใช้ต่อวันถึงขนาดยา และได้รับความเห็นชอบจาก อย. จึงจะจัดเป็นประเภทอาหาร และหากขนาดใช้ต่อวันถึงขนาดยา จะจัดเป็นประเภทยา

2. เชื้อจุลินทรีย์

- ใช้เชื้อจุลินทรีย์เป็นส่วนประกอบหลัก จัดเป็นประเภทยา

- ใช้เชื้อจุลินทรีย์เป็นวัตถุเจือปนอาหาร หรือเป็นส่วนประกอบของอาหาร และปริมาณไม่ถึงขนาดยา จะจัดเป็นประเภทอาหาร

3. เอนไซม์

- ใช้เอนไซม์เป็นส่วนประกอบหลัก จัดเป็นประเภทยา

- ใช้เอนไซม์เป็นวัตถุเจือปน จึงจะจัดเป็นประเภทอาหาร

4. ฮอร์โมน จัดเป็นประเภทยา

5. สารหรือส่วนประกอบใช้เป็นตัวตั้งอาหาร และยา

- สารหรือส่วนประกอบที่มีขนาดยานั้น ได้มีการกำหนดไว้แต่ขนาดที่ใช้ต่อวันไม่ถึงขนาดยา และไม่มีขนาดยาที่กำหนดไว้จัดเป็นประเภทอาหาร

- สารหรือส่วนประกอบที่มีขนาดยานั้น ได้กำหนดไว้ขนาดใช้ต่อวันถึงขนาดยา จัดเป็นประเภทยา

6. สารหรือส่วนประกอบได้มาจากการพัฒนาสารตั้งต้นที่ใช้เป็นอาหารแต่ไม่ถึงขั้นเป็นสารบริสุทธิ์ มีข้อมูลความปลอดภัยตามประเภทอาหาร จะจัดเป็นประเภทอาหาร

7. สารหรือส่วนประกอบไม่มีการใช้เป็นอาหาร

- สารหรือส่วนประกอบ มีใช้ในทางยา หากมีขนาดใช้ต่อวันถึงขนาดยาจัดเป็นประเภทยา แต่ถ้าขนาดใช้ต่อวันไม่ถึงขนาดยามี chronic toxicity data จะจัดเป็นประเภทอาหาร

- สารหรือส่วนประกอบ ไม่มีใช้ในทางมี chronic toxicity data จะจัดเป็นประเภทอาหาร

อาณัติ นิติกรรมยง (2547) ได้มีการจำแนกประเภทตามวัตถุประสงค์ของการใช้ดังนี้

1. อาหารบำรุงสุขภาพทั่วไป จำหน่ายในลักษณะอาหารบำรุงร่างกายช่วยในเรื่องสุขภาพ เช่น ชุปไก่สกัด น้ำมันปลา วิตามิน แร่ธาตุ เป็นต้น
  2. อาหารที่หวังผลเฉพาะทาง ส่วนใหญ่เสนอในลักษณะการป้องกัน และการรักษาโรคบางชนิด เช่น น้ำมันปลา กระจะเทียม แปะก๊วย เลซิดิน สารต้านปฏิกิริยาออกซิเดชั่น โยอาหาร เป็นต้น
  3. อาหารควบคุม หรือลดน้ำหนัก เป็นพวกเส้นใยอาหาร
  4. อาหารสำหรับนักกีฬา กลุ่มอาหารให้พลังงานเร็วหรือทดแทนหรือเสียแร่ธาตุ ๆ เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่
  5. อาหารเพื่อความงาม มุ่งเป้าหมายที่ผู้หญิงเน้นการป้องกันหรือลดริ้วรอยบนใบหน้า
- จากการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในข้างต้น สามารถที่จะสรุปได้ว่าประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในการวิจัยครั้งนี้ จะจัดจำแนกกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามคุณสมบัติ และวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงสุขภาพ

### 2.3.5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีลักษณะหลากหลาย เช่น เป็นเม็ดกลืนหรือเคี้ยว แคปซูล ของเหลว ผง ทิงเจอร์ ยาขง และเจล

1. เม็ด และแคปซูล ขึ้นอยู่กับสูตรของแต่ละผลิตภัณฑ์ เม็ด หรือแคปซูลอาจไม่ได้มีเพียงแต่สารวิตามิน เกลือแร่ หรือสารสำคัญที่สกัดจากสมุนไพร แต่บางครั้งอาจจะมีสารอื่น ๆ ที่เรียกว่า กระจะยา อันหมายถึงสารที่ใส่ในกระบวนการทำผลิตภัณฑ์ชนิดเม็ด หรือแคปซูล กระจะยาอาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ

- 1) สารเพิ่มเนื้อ (Fillers) ช่วยเพิ่มปริมาณเนื้อที่ประกอบเป็นเม็ดหรือแคปซูล ยกตัวอย่างเช่น น้ำมันพืช ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินอาจจะมีปริมาณวิตามิน น้อยมาก หากเป็นเม็ดหรือแคปซูลโดยไม่เติมสารเพิ่มเนื้อ จะได้เม็ด หรือแคปซูลขนาดเล็กมากจนไม่สามารถหยิบจับได้
- 2) สารยึดจับ (Binders) ช่วยยึดจับเนื้อผลิตภัณฑ์ให้ติดกันเป็นเม็ด หากไม่มีสารยึดจับผลิตภัณฑ์ชนิดเม็ดจะแตกเป็นผงหล่นร่วง
- 3) สารช่วยกระจะยาตัว (Disintegrants) ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชนิดเม็ดละลายในกระบวนทางเดินอาหารได้ดีขึ้น ทำให้สารสำคัญที่มีฤทธิ์ถูกดูดซึมเข้าร่างกายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) สารหล่อลื่น (Lubricants) หรือสารช่วยไหล ช่วยทำให้แกะเม็ดออกจากพิมพ์ได้ง่ายในขั้นตอนการผลิต

นอกจากนี้ มีสารชนิดปลดปล่อยตัวยาเป็น ระยะ ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้พัฒนาไปถึงขั้นที่จะผลิตเม็ดยาที่สามารถปลดปล่อยตัวยาสำคัญออกมาเป็น ระยะอย่างต่อเนื่อง (Time-Release หรือเรียกว่า Sustained Release หรือ Continuous Release) สารสำคัญของผลิตภัณฑ์



จะปล่อยออกมาอย่างต่อเนื่องจากวัสดุที่ใช้จับตัวยา แทนการปล่อยออกมาทั้งหมดครั้งเดียว ซึ่งเหมาะสำหรับวิตามินที่ละลายในน้ำ เพราะร่างกายไม่สามารถสะสมไว้ได้ ขณะที่ระบบการย่อยของร่างกายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ยาเม็ดก็就会被ถูกกัดกร่อน สลายตัวอย่างช้า ๆ ปล่อยสารสำคัญออกมาเป็นระยะตลอดเวลาไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมง

2. ทิงเจอร์ และน้ำมัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และสมุนไพรสกัดจะอยู่ในรูปของ ทิงเจอร์ น้ำมัน น้ำเชื่อม และชาสมุนไพร ซึ่งกินและดื่มได้ง่าย

3. ผง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรูปแบบนี้เหมาะกับผู้ป่วยที่มีปัญหาเรื่องการกลืนอาหาร ผงสามารถผสมน้ำ น้ำผลไม้ หรือสามารถโรยในอาหารได้

### 2.3.6 แนวคิดเกี่ยวกับสารอาหารประเภทวิตามิน

ความหมายของสารอาหารประเภทวิตามิน

สรจักร ศิริบริรักษ์ และสุรศักดิ์ รักษมาน (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า วิตามิน หมายถึง สารอินทรีย์ที่สำคัญสำหรับร่างกาย การขาดวิตามินก่อให้เกิดโรคที่สืบเนื่องจากการขาดวิตามิน การได้รับวิตามินในขนาดที่เหมาะสมสามารถช่วยบำรุงรักษาสุขภาพ อีกทั้งชะลอความแก่ได้

ปรีชา หมวดหลู (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า วิตามิน หมายถึง สารอินทรีย์ที่ร่างกายต้องการในปริมาณน้อย แต่จำเป็นต่อการทำงานของร่างกายนับตั้งแต่การหายใจของเซลล์ การนำโปรตีน ไขมัน และคาร์โบไฮเดรตไปใช้ในการสร้างเนื้อเยื่อและผลิตพลังงานสำหรับการดำรงชีวิต นอกจากนี้ วิตามินยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เช่น การสร้างเม็ดเลือดแดง การแข็งตัวของเลือด การสร้างกระดูก การมองเห็น และการทำงานของระบบประสาท วิตามินจึงเป็นตัวจักรเล็ก ๆ ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและร่างกายจะขาดเสียไม่ได้

โดยความหมายวิตามินข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า วิตามิน หมายถึง สารอินทรีย์ที่ร่างกายต้องการ ช่วยในกระบวนการทำงานต่างๆ ของเซลล์ภายในร่างกาย แม้ร่างกายต้องการในปริมาณน้อยแต่มีความจำเป็นอย่างมาก ร่างกายไม่สามารถขาดได้

**วิตามินแบ่งออกเป็น 2 จำพวก คือ**

1. วิตามินที่ละลายในไขมัน ได้แก่ A, D, E, K
2. วิตามินที่ละลายในน้ำ ได้แก่ B, C

### 2.3.7 ความสำคัญของสารอาหารประเภทวิตามินกับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุจำเป็นต้องได้รับสารอาหารประเภทวิตามินที่สมดุลเพื่อการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง สม่าเสมออันสืบเนื่องมาจากสาเหตุ 3 ประการ (เริงฤทธิ สัปพันซ์, 2556)

1. ร่างกายของผู้สูงอายุสามารถดูดซึมสารอาหารเข้าร่างกายได้น้อยเพราะเอนไซม์ที่ช่วยในการย่อย อยู่ในระดับต่ำกว่าที่ร่างกายต้องการจึงทำให้ดูดซึมสารอาหารลดลง ดังนั้นการรับประทานวิตามินให้มากขึ้นจะช่วยให้ร่างกายเปลี่ยนแปลงการดูดซึมสารอาหารได้มากขึ้น

2. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความอยากอาหารน้อยลง อีกทั้งยังเบื่อก่อนหน้าต่อการเตรียมและการจัดทำอาหาร ประกอบกับสมาชิกในครอบครัว ลูก ๆ ได้ย้ายออกไปสร้างครอบครัวใหม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าการประกอบอาหารง่าย ๆ จะ สะดวกสบายกว่า ดังนั้นอาหารแต่ละมื้อจึงไม่ได้คุณค่าทางโภชนาการเพียงพอ ผลคือทำให้ร่างกายมีแคร์โบไฮเดรต โดยขาดสารอาหารอื่น ๆ ที่ร่างกายต้องการ

3. ผู้สูงอายุมักมีกิจกรรมที่ต้องทำไม่มากนัก ทำให้ระบบการเผาผลาญในร่างกายจึงลดน้อยลง หากจะกล่าวอีกนัยหนึ่งคือร่างกายผู้สูงอายุไม่ต้องการพลังงานหรือแคลอรีมาก และเมื่อผู้สูงอายุตกอยู่ในสภาพนี้ การรับประทานอาหารจะลดลง ร่างกายก็จะได้รับสารอาหารน้อยลงด้วย

### 2.3.8 ประโยชน์ของสารอาหารประเภทวิตามิน

สารอาหารประเภทวิตามินให้ประโยชน์ต่อร่างกายไม่เหมือนกัน และร่างกายมีความจำเป็นต้องสารอาหารทุกประเภท อาจจะมีมากน้อยแตกต่างกันตามความเหมาะสมของร่างกายแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงควรเรียนรู้ถึงประโยชน์ของสารอาหารแต่ละชนิดก่อนบริโภคเพื่อประโยชน์ และเหมาะสมกับร่างกายมากที่สุด (สรจักร ศิริบริรักษ์ และสุรศักดิ์ รักษมาน, 2548)

1. วิตามินเอ หรือชื่อทางเคมีคือ เรตินอล (Retinal) เรตินอล พาลมิเนต (Retinal Palmitate) และ เรตินอล อะซิเตต (Retinal Acetate) สรรพคุณช่วยเสริมสุขภาพผิว และการมองเห็นภาพในเวลากลางคืน เพิ่มความแข็งแรงของระบบภูมิคุ้มกัน โรค และช่วยรักษาสิว ร่างกายมีความต้องการวิตามินเอเพื่อการผลิต โรดโอปซิน ซึ่งเป็นสารสีที่ช่วยให้มองเห็น ในความมืด ทั้งยังจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อรักษาเยื่อช่องปาก และ ปอดให้ชุ่มอยู่เสมอ ทำให้เนื้อเยื่อร่างกายเจริญอย่างเหมาะสม และบำรุงกระดูกให้แข็งแรงเสมอ วิตามินเอช่วยรักษาสมดุลระบบสืบพันธุ์ และ ระบบสุขภาพผิวที่ดี และยังมีบทบาทในระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ช่วยต่อสู้กับโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย ไวรัส และปรสิต

2. วิตามินบี 1 หรือชื่อทางเคมี ไทอะมิน (Thiamin) สรรพคุณช่วยทำให้ความจำดีขึ้น บำรุงประสาท และช่วยลดความอยากน้ำตาล ซึ่งจำเป็นสำหรับการส่งผ่านสัญญาณประสาทบางชนิดระหว่างสมองกับไขสันหลัง และมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อการทำงานของเอนไซม์บางตัวที่ทำหน้าที่ผลิตพลังงานให้ร่างกาย ร่างกายสะสมวิตามินบี 1 ไว้ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับวิตามินอื่น ๆ ร่างกายจึงจำเป็นต้องได้รับสม่ำเสมอเพราะจำเป็นอย่างยิ่ง

3. วิตามินบี 2 หรือชื่อทางเคมี โรโบฟลาวิน (Riboflavin) สรรพคุณช่วยเพิ่มระดับพลังงาน บำรุงรักษาสุขภาพผิว ผม และเล็บ และบรรเทาอาการตะคริวขณะตั้งครรภ์ ร่างกายมีความต้องการวิตามินบี 2 เพื่อสร้างสาร 2 ชนิดที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการเปลี่ยนพลังงานจากโปรตีน ไขมัน และคาร์โบไฮเดรตในอาหารให้อยู่ในรูปที่เซลล์สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สารสองตัวดัง

กล่าวคือ FAD ซึ่งย่อมาจาก Flavin Adenine Dinucleotide และ FMN ซึ่งย่อมาจาก Flavin mononucleotide การขาดสารอาหารวิตามินบี 2 ในร่างกายทำให้ระดับพลังงานลดลง

4. วิตามิน บี 3 หรือชื่อทางเคมี ใน อะซิน (Niacin) กรดนิโคตินิก (Nicotinic Acid) และ นิคอนตินาไมด์ (Nicotinamide) สรรพคุณของวิตามินบี 3 ช่วยบรรเทาคอเลสเตอรอลสูง มีประโยชน์กับผู้ที่ดื่มสุราจัด ช่วยบรรเทาผิวหนังอักเสบเป็นผื่นแดง ซึ่งร่างกายต้องใช้วิตามินบี 3 ในการผลิตเอ็นไซม์สองตัวชื่อ เอ็นเอดี และเอ็นเอดีพี ซึ่งช่วยปล่อยพลังงานจากอาหารที่ย่อยแล้วและความต้องการวิตามินบี 3 จะเพิ่มขึ้นหากมีการออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมมากขึ้น ร่างกายสามารถผลิตวิตามินบี 3 เองได้ โดยใช้หน่วยย่อยที่เป็นองค์ประกอบของ โปรตีนตัวหนึ่งที่ชื่อ ทริปโทเฟน ซึ่งวิตามิน บี 3 จะมีส่วนช่วยให้ผิวหนังเจริญตามปกติ การสร้างเส้นประสาทสมบูรณ และช่วยบำรุงรักษาระบบย่อยอาหารให้คืออยู่เสมอ

5. วิตามิน บี 5 หรือชื่อทางเคมี กรดแพนโทเทนิค (Pantothenic acid) สรรพคุณช่วยเร่งแผลหายเร็ว และช่วยบรรเทาอาการข้ออักเสบ วิตามินบี 1 ช่วยทำให้ร่างกายมีพลังงานสม่ำเสมอเพียงพอส่งผ่านถึงทุกเซลล์ ช่วยผลิตโมเลกุลซึ่งจะเปลี่ยนไขมันและน้ำตาลในอาหารให้อยู่ในรูปแบบที่เซลล์สามารถนำไปใช้ได้ และยังช่วยเสริมการเจริญเติบโตให้เป็นปกติช่วยให้ร่างกายต่อสู้กับการติดเชื้อโดยการผลิตสารภูมิคุ้มกันทาน อีกทั้งวิตามิน บี 5 เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์ฮอร์โมนที่ด้านความเครียดในต่อมหมวกไต

6. วิตามิน บี 6 หรือชื่อทางเคมีว่า ไพริดอกซีน (Pyridoxine) สรรพคุณช่วยบรรเทาอาการก่อนระดู บรรเทาอาการคาร์พาลทันเนลและบรรเทาอาการอารมณ์ขุ่นมัว และอ่อนเพลีย ร่างกายใช้วิตามิน บี 6 ในกระบวนการสร้างและสลายโปรตีนเพื่อการสร้าง และซ่อมแซมกล้ามเนื้อและเนื้อเยื่ออื่น ๆ และในการผลิตเอ็นไซม์หลายชนิด อีกทั้งยังมีบทบาทในการสร้างสมดุลของฮอร์โมนเพศ

7. วิตามิน บี 12 หรือชื่อทางเคมีว่า โคบาลามิน (Cobalamin) สรรพคุณป้องกันการเกิดโรคโลหิตจาง เสริมการเจริญเติบโต บำรุงรักษาสุขภาพระบบประสาท และลดความรู้สึกหงุดหงิด วิตามิน บี 12 มีความจำเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการรีไซเคิลเอ็นไซม์ คือการนำเอ็นไซม์ที่สำคัญหลายตัวกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งช่วยในการบำรุงสุขภาพเส้นประสาท และเซลล์อื่น ๆ

8. โฟเลต หรือกรดโฟลิก สรรพคุณป้องกันความพิการของทารกในครรภ์ ลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจ มีประโยชน์ในการรักษาโรคโลหิตจางชนิดเมกะ โลบลาสต์ โฟเลตมีอยู่ในอาหารมากมายหลายชนิด เช่น ถั่ว บีทรูท ข้าวซ้อมมือ กรมโฟลิกคือโฟเลตที่เกิดจากการสังเคราะห์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเสริมและใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารเพื่อเสริมโฟเลต โฟเลตมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อพัฒนาไขสันหลังที่สมบูรณ์ของตัวอ่อน ในช่วง 2 - 3 เดือนแรกของการตั้งครรภ์

ช่วยป้องกัน โรคกระดูกสันหลัง โท่ว ช่วยสร้างเม็ดเลือดแดงที่มีคุณภาพ และช่วยสร้างระดับโฮโมซิสเทอีน ซึ่งหากมีระดับสูงจะเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคหัวใจ

9. วิตามินซี สรรพคุณช่วยให้แผลหายเร็ว ช่วยดูดซึมธาตุเหล็ก ช่วยชะลอความชรา อาจช่วยป้องกัน โรคต่อกระจาก วิตามินซีมีความจำเป็นสำหรับร่างกายในการผลิต และบำรุงรักษาสารคอลลาเจนให้มีประสิทธิภาพสมบูรณ์เสมอ สารคอลลาเจนทำหน้าที่หลักในการยึดเซลล์ผิวหนังเห็งือก และเอ็นไว้ด้วยกัน วิตามินซียังช่วยเซลล์เม็ดเลือดขาวต่อสู้กับเชื้อโรค ช่วยให้แผลหายเร็ว วิตามินซีในฐานะสารต้านอนุมูลอิสระ สามารถช่วยลดฤทธิ์อนุมูลอิสระ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดภาวะชรา และเกิดเซลล์มะเร็ง วิตามินซีจะไหลเวียนไปตามกระแสเลือดส่วนที่เกินก็จะขับออกทางปัสสาวะ

10. วิตามินดี สรรพคุณช่วยป้องกัน โรคกระดูก ช่วยรักษาภาวะกระดูกพรุนในผู้สูงวัย รักษาโรคสะเก็ดเงิน ป้องกันกระดูกเสื่อม และการสูญเสียเนื้อฟันในผู้ป่วยโรคปริทันต์ วิตามินดีมีบทบาทคล้ายฮอร์โมน หมายความว่า จะถูกผลิตขึ้นในที่หนึ่งแต่จะถูกลำเลียงไปอีกส่วนหนึ่งของร่างกาย วิตามินดีส่วนใหญ่จะถูกสร้างขึ้นใต้ผิวหนังเมื่อเราได้รับแสงแดด รังสีอัลตราไวโอเล็ตจะเปลี่ยนวิตามินดีจากรูปแบบที่ไม่มีฤทธิ์ให้เป็นรูปแบบที่มีฤทธิ์ วิตามินดียังจำเป็นอย่างยิ่งในการกระตุ้นการดูดซึมแคลเซียมจากอาหาร จะช่วยเร่งอัตราการสะสมเกลือแร่ในกระดูกโดยตรง หากมีวิตามินดีไม่เพียงพอ ร่างกายไม่สามารถสร้างหรือบำรุงรักษากระดูกไว้ให้แข็งแรงได้

11. วิตามินอี สรรพคุณช่วยลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจ และ โรคมะเร็ง วิตามินอีเป็นวิตามินที่มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยหยุดยั้งทำลายล้างอนุมูลอิสระในร่างกาย ยังมีความจำเป็นอย่างมากในการช่วยให้ผนังเซลล์อยู่ในภาวะปกติ ช่วยบำรุงสุขภาพผิวหนัง ประสาทกล้ามเนื้อ เม็ดเลือดแดง การไหลเวียนของโลหิตทั่วร่างกายและหัวใจ วิตามินอียังช่วยในการทำงานของวิตามินเอในร่างกาย และต่างจากวิตามินที่ละลายในน้ำมันตัวอื่น ๆ วิตามินอีจะสะสมในร่างกายในช่วงเวลาสั้น ๆ แปลว่าร่างกายจำเป็นต้องได้รับวิตามินอีสม่ำเสมออย่างยิ่ง

12. วิตามินเอช สรรพคุณช่วยเสริมการรักษาโรคเบาหวาน ช่วยลดน้ำหนัก การออกผื่น และโรคผิวหนังอักเสบ และบรรเทาโรคผิวหนังอักเสบ ไบโอตินหรือวิตามินเอช ทำงานควบคู่ไปกับวิตามินบีชนิดอื่น ๆ ช่วยให้ร่างกายเผาผลาญโปรตีน คาร์โบไฮเดรต และไขมันในอาหาร และเปลี่ยนให้เป็นพลังงาน เพื่อให้เซลล์สามารถใช้ประโยชน์ได้ ไบโอตินยังมีบทบาทสำคัญเป็นพิเศษในการผลิตกรดไขมันเพื่อสุขภาพผิว เส้นประสาท เส้นผม และหน้าที่อื่น ๆ ทั่วร่างกาย กล่าวกันว่ายังช่วยป้องกันผมร่วงก่อนวัย

13. วิตามินเค สรรพคุณช่วยเพิ่มความแข็งแรงของกระดูกในผู้ป่วยภาวะกระดูกพรุน อาจลดอาการอาเจียน คลื่นไส้ในหญิงมีครรภ์ การออกฤทธิ์ของวิตามินเคเกิดจากแบคทีเรียสร้างวิตามินเคในลำไส้ใหญ่แล้วดูดซึมกลับผ่านผนังของลำไส้ใหญ่เข้าสู่กระแสเลือด และกลายเป็นสาร

ที่ช่วยทำให้เลือดแข็งตัวอีกชนิดหนึ่งในบรรดาหลาย ๆ ชนิด ร่างกายต้องใช้วิตามินเคเพื่อผลิตโปรตีนหลายตัวที่ช่วยบำรุงรักษากระดูกและฟันให้แข็งแรงสุขภาพดี

จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าสารอาหารประเภทวิตามินมีประโยชน์โดยตรงต่อร่างกายผู้บริโภครวม แต่ควรรับประทานในปริมาณที่เหมาะสม และ ตรงกับความต้องการของร่างกาย ซึ่งผู้บริโภคต้องเรียนรู้ถึงประโยชน์ของสารอาหารแต่ละชนิดก่อน การบริโภค และทำความเข้าใจสรรพคุณที่เหมาะสมกับสุขภาพของผู้รับประทานเอง เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องให้ข้อมูลในบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน ให้รายละเอียดข้อบ่งชี้ต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงยึดแนวทางของ Miller, Russell and Kissling (2003) ซึ่งระบุถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคจะพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (Elderly People)

### 2.4.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

ชูศรี วงเครือ (2543, อ้างถึงใน เลิศหญิง หิรัญญา, 2545). ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง วัยที่อยู่ในระยะสุดท้ายของชีวิต ลักษณะของพัฒนาการในวัยนี้จะตรงข้ามกับวัยเด็ก คือมีแต่ความเสื่อมโทรมและสึกหรอ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้จะดำเนินอย่างค่อยเป็นค่อยไป

### 2.4.2 นิยามคำว่าผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ หรือเรียกว่า ผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่ามีอายุมากโดยนิยามนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด (Chronological Age) หรือทั่วไปเรียกว่า คนแก่ หรือคนชราโดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า คนแก่คือ มีอายุมาก หรืออยู่ในวัยชรา และให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนั้นยังมีการเรียกผู้สูงอายุว่า ราษฎรอาวุโส (Senior Citizen) ส่วนองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older Person or Elderly Person (ชมพูนุช พรหมภักดิ์, www, 2556)

ผู้สูงอายุ องค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามคำว่าผู้สูงอายุว่าประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยาม นับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และ สภาพร่างกาย (Functional markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้วมักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกายโดยผู้สูงอายุอยู่ในช่วง 45 - 55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55 - 75 ปี

ผู้สูงอายุสำหรับประเทศไทยตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 หมายความว่าบุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย (กระทรวงการพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์, www, 2546)

สรุปนิยามต่าง ๆ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า คนแก่หรือคนชรา ซึ่งเป็นประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปโดยนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด บางประเทศที่เจริญแล้วนับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป บางประเทศนิยามผู้สูงอายุกำหนดตามเกษียณงาน คือ 50 หรือ 60 ปี หรือนิยามตามสภาพร่างกายโดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45 - 55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55 - 75 ปี ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มผู้สูงอายุ 50 ปีขึ้นไปทั้งชาย และ หญิงตามสภาพร่างกายที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง

### 2.4.3 ประเภทของผู้สูงอายุ

Hall (1976 อ้างถึงใน แสงเดือน มุสิกธรรมณี, 2545) ได้แบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การสูงอายุตามวัย (Chronological Aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป และบอกได้ทันทีว่า ใครมีอายุน้อยเพียงใด

2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological Aging) เป็นการพิจารณาการสูงอายุจากสภาพร่างกายและสรีระของบุคคลที่เปลี่ยนไป เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายลดน้อยลง เป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมตามกระบวนการสูงอายุซึ่งเป็นไปตามอายุขัยของแต่ละบุคคล

3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงใน หน้าที่การรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้เข้าวัยปัญญา และ ลักษณะ บุคลิกภาพ ที่ปรากฏใน ระยะต่าง ๆ ของชีวิตแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

4. การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological Aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงใน บทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม รวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้น ซึ่งเกี่ยวกับอายุ การแสดงออกตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

ทั้งนี้ ผู้สูงอายุไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่จะมีความแตกต่างกัน ไปตามช่วงอายุ องค์การอนามัยโลกจึงได้แบ่งเกณฑ์อายุ ตามสภาพของการมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ (Elderly) มีอายุระหว่าง 60 – 74 ปี
2. คนชรา (Old) มีอายุระหว่าง 75 – 90 ปี
3. คนชรามาก (Very Old) มีอายุ 90 ปีขึ้นไป

การแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 ช่วงดังกล่าว สำหรับในสังคมไทยยังมีได้มีข้อสรุปว่าจะมีการจัดประเภท ของผู้สูงอายุในลักษณะใด การจัดโดยใช้เกณฑ์อายุก็ยังมีข้อถกเถียงว่ายังไม่เหมาะสม นักวิชาการบางท่าน จึงใช้เกณฑ์ความสามารถของผู้สูงอายุแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้ดี
2. กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้บ้าง
3. กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้เนื่องจากมีปัญหาสุขภาพ มีความพิการ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มผู้สูงอายุในการศึกษาให้เริ่มต้นตั้งแต่อายุ 50 ปี โดยกำหนดจากกลุ่มที่ยังช่วยเหลือตนเองได้ และเริ่มดูแลสุขภาพตัวเองก่อนถึง วัยเกษียณมากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, www, 2556ข)

#### 2.4.4 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ แบ่ง "สังคมผู้สูงอายุ" ออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) และ สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super - Aged Society) โดยให้นิยามของระดับต่างๆ ซึ่งทั้งประเทศไทย และรวมทั้งประเทศต่างๆ ทั่วโลก ใช้ความหมายเดียวกัน ในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุ ดังนี้ (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2553)

1. การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่า 10% ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ
2. สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 หรือ ประชากรอายุ 65 ปี เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ของประชากรโดยรวมทั้งหมดของทั้งประเทศ
3. สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super - aged society) คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม ทุกประเทศทั่วโลกมีการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในช่วงเวลาแตกต่างกันตามความเจริญ มั่งคั่ง ซึ่งมีผลต่อสุขภาพ และการมีอายุยืนของประชาชน

#### 2.4.5 สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย

จากรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2553 สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมสูงวัยสามารถที่จะพิจารณาได้จากกรณีที่สังคมนั้นมีประชากรสูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ใน ประชากรทุก ๆ 10 คนจะเป็นผู้สูงอายุ 1 คน (มูลนิธิสถาบันและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2553)

รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2553 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประชากรสูงอายุของประเทศไทยมีถึงประมาณ 8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ของประชากรทั้งประเทศที่มีอยู่ประมาณ 67.3 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553 อ้างถึงใน มูลนิธิสถาบันและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2553) ข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นชัดว่าสังคมไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยแล้ว แม้ว่าสัดส่วนประชากรสูงอายุของประเทศไทยยังไม่มากเท่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งในปัจจุบันมีถึง

ประมาณ 1 ใน 4 หรือ 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมด แต่การเปลี่ยนเป็นประชากรสูงวัยของประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นในระยะเวลาที่สั้นกว่ามาก กล่าวคือการเพิ่มของประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป จากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 14 ใช้เวลาเพียงประมาณ 22 ปี ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หรือประเทศในยุโรป ใช้เวลากว่าครึ่งศตวรรษหรือเป็นศตวรรษ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ ช่อมหมายความว่าประเทศไทยจะมีเวลาน้อยมากที่จะเตรียมการ ทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการเตรียมการในด้านสวัสดิการ การบริการ และการสร้างหลักประกันต่างๆ เพื่อรองรับประชากรสูงอายุ

ตารางที่ 2.2 ขนาดและแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุปี 2503 - 2573

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากรรวม	จำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป	ร้อยละของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป
2503	26,257,916	1,506,000	5.40
2513	34,397,371	1,680,900	4.90
2523	44,824,540	2,912,000	6.30
2533	54,509,500	4,014,000	7.40
2543	60,916,441	5,792,970	9.50
2553	67,313,000	8,011,000	11.90
2563	70,100,000	12,272,000	17.50
2573	70,629,000	17,793,000	25.10

ที่มา : ข้อมูลปี พ.ศ.2503-2543 คำนวณจากสำมะโนประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2503-2533 สำนักงานสถิติแห่งชาติ ข้อมูลปี 2553 – 2573 การคาดประมาณประชากรของไทย 2543 – 2573 (ข้อสมมติภาวะเจริญพันธุ์ปานกลาง) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 อ้างถึงใน มูลนิธิสถาบันและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2553)

#### 2.4.6 การเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุ

ร่างกายของผู้สูงอายุจะเกิดการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่อายุยังไม่มาก เริ่มมีการทำงานลดลงตั้งแต่อายุประมาณ 30 - 40 ปี เช่น ความหนาแน่นของเนื้อกระดูก กำลังกล้ามเนื้อ การทำงานของไต ความคล่องตัวและปราดเปรียวของสมองอาจเริ่มลดลง ความชัดเจนในการมองเห็น อย่างไรก็ตาม อวัยวะต่าง ๆ ยังสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ๆ เหล่านี้ได้จนเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จะเกิดมากขึ้นอย่างรวดเร็วและถึงจุดที่เกินความสามารถของร่างกายจะรองรับได้ จึงอาจทำให้มีอาการเจ็บป่วยด้วยโรคต่าง ๆ ตามมา (วีรศักดิ์ เมืองไพศาล, 2553)



ปัญหาสุขภาพทางกายของผู้สูงอายุ ได้แก่ โรคประจำตัวของผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน ต่อมลูกหมากโต นอกจากนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยในผู้สูงอายุ เช่น การหกล้ม เดินเซ กลั้นปัสสาวะไม่อยู่ ภาวะโภชนาการ การมองเห็น การได้ยิน ปัญหาในช่องปาก โรคทางระบบไหลเวียนเลือด และปัญหาทางจิตประสาทของผู้สูงอายุ ได้แก่ ความจำเสื่อม และโรคซึมเศร้า

การเปลี่ยนแปลงของระบบต่าง ๆ ในร่างกายของผู้สูงอายุตามธรรมชาติ ได้แก่

1. ส่วนประกอบของร่างกาย ในร่างกายของผู้สูงอายุจะมีส่วนประกอบที่เป็นน้ำลดลงร้อยละ 7 ในขณะที่สัดส่วนไขมันสูงขึ้นจากร้อยละ 33 เป็น 45 (เมื่อเทียบกับผู้หญิงอายุ 20 ปี และ 70 ปี) นอกจากนั้นผู้สูงอายุจะมีส่วนสูงลดลง จากการที่กระดูกสันหลังเริ่มยุบตัวลง และหลังโค้งงอมากขึ้น ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น คือ เมื่อผู้สูงอายุได้รับยาที่ละลายตัวในน้ำได้ดี จะทำให้ระดับยาสูงกว่าปกติ

2. ผิวหนัง ผม และเล็บ เส้นใยคอลลาเจนของผิวหนังของผู้สูงอายุจะลดลง และเรียงตัวไม่ดี ทำให้หนังเหี่ยวย่น มีจ้ำเลือดตามผิวหนังได้ง่าย ต่อมไขมันและต่อมเหงื่อลดลง น้ำในชั้นผิวหนังลดลง ทำให้ผิวแห้ง คัน ตัวร้อนง่าย การไหลเวียนของเลือดในหลอดเลือดฝอยที่ผิวหนังลดลง

3. หัวใจ และหลอดเลือด เมื่ออายุมากขึ้น เซลล์กล้ามเนื้อหัวใจจะเริ่มตาย ทำให้จำนวนเซลล์ลดลง มีพังคืด และไขมันเข้ามาแทรกแทนที่ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดจุดกระตุ้นการเต้นของหัวใจที่ผิดปกติขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุที่แม้ไม่มีโรคหลอดเลือดหัวใจก็อาจเกิดหัวใจเต้นผิดปกติได้

4. ระบบหายใจ เซลล์เยื่อปอดทางเดินหายใจลดจำนวนลง ทำให้การสร้างเมือกเพื่อดักจับเชื้อโรค และสิ่งแปลกปลอมลดลง ร่วมกับปฏิกิริยาการไอเมื่อมีสิ่งแปลกปลอมในทางเดินหายใจลดลง การฟัดโบกสิ่งแปลกปลอมของขนในเซลล์เยื่อปอดทางเดินหายใจลดลง ทำให้มีโอกาสติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจได้ง่าย

5. ระบบทางเดินอาหาร ผนังช่องปากของผู้สูงอายุจะฝ่อไป ต่อมรับรสชาติของอาหารลดลง ฟันโยกคลอน หรือหลุด น้ำลายลดลง ทำให้ผู้สูงอายุปากคอแห้ง และรับรสชาติได้ไม่ดีเกี่ยวกับอาหารได้ไม่ดี มีผลให้ความอยากอาหารลดลง

กระเพาะอาหารของผู้สูงอายุจะบีบตัวไล่อาหารในกระเพาะได้ช้าลง ทำให้อิ่มง่าย ท้องอืด ท้องเฟ้อได้ง่าย กลไกการป้องกันผนังกระเพาะอาหารลดลงทำให้เกิดแผลในกระเพาะอาหารได้ง่ายขึ้น การสร้างกรดน้ำดีในตับลดลง จึงเกิดนิ่วได้ง่าย กลไกการกำจัดไขมันในร่างกายของผู้สูงอายุโดยตับทำงานได้น้อยลง ทำให้ไขมันในร่างกายสูงขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น

6. ระบบทางเดินปัสสาวะ หน่วยไต ซึ่งทำหน้าที่ในการคัดกรองของเสียออกจากร่างกาย จะมีจำนวนลดน้อยลงร้อยละ 30-50 เปรียบเทียบระหว่างคนอายุ 25 ปี และ 85 ปี การกรองของเสียที่ลดลงครึ่งหนึ่งเมื่อเทียบกับอายุ 20 ปี และ 90 ปี และการไหลเวียนเลือดเลี้ยงไตก็ลดน้อยลง ทำให้ผู้สูงอายุมีโอกาสเกิดไตวายได้ง่ายกว่าคนหนุ่มสาว และอาจเกิดการคั่งค้างของยาในร่างกายได้ง่ายขึ้น

เนื่องจากร่างกายขับยาออกได้น้อยลง ชายสูงอายุมีต่อมลูกหมากโตขึ้น ทำให้รู้สึกขัดเวลาปัสสาวะ นอกจากนั้นผู้สูงอายุมักปัสสาวะบ่อยขึ้น อาจต้องตื่นมาปัสสาวะตอนกลางคืน เพราะความจุของกระเพาะปัสสาวะลดลง ทำให้ผู้สูงอายุได้น้อยลง หากมีอาการมาก อาจลั้นปัสสาวะไม่อยู่

7. ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก เมื่ออายุมากขึ้น เส้นใยกล้ามเนื้อจะลดลง ทำให้กำลังกล้ามเนื้อลดลงกระดูกอ่อนนุชข้อมีการเสื่อมและถูกทำลายไปมากขึ้น การสร้างเซลล์กระดูกอ่อน และคอลลาเจนเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณน้ำในผิวข้อลดลง และเยื่อข้อเกิดพังพืดทำให้ข้อเสื่อม และเกิดอาการปวดข้อได้ นอกจากนั้นมวลกระดูกโดยเฉพาะในส่วนแกนกระดูกจะลดลง โดยผู้หญิงจะลดลงมากกว่าผู้ชาย จากการที่สร้างวิตามินดีที่ออกฤทธิ์ได้ลดลง ตัวรับวิตามินดีลดลง และการทำงานของเซลล์สร้างกระดูกลดลงทำให้กระดูกบาง และพรุน

8. ระบบประสาท เมื่ออายุมากขึ้น น้ำหนักของสมองจะลดลง โดยลดลงประมาณ 200 กรัมเมื่อเทียบจากคนอายุ 30 กับ 60-70 ปี เซลล์สมองจะมีการเสื่อมสลายไปในสมองบางส่วน เช่น บริเวณฮิปโปแคมปัส ซึ่งเป็นสมองที่ทำหน้าที่บรรจุความจำ สารสื่อประสาทชนิดต่าง ๆ ในสมองลดลง ทำให้เกิดอาการของโรคต่าง ๆ เช่น สารโดพามีนลดลง ทำให้เกิดอาการพาร์กินสัน คือมีอาการแข็งเกร็ง สารอะซีทิลโคลีนลดลง ทำให้ความจำลดลง นอกจากนั้นการไหลเวียนเลือดไปเลี้ยงสมองก็จะลดลง เซลล์กล้ามเนื้อลดลง ผู้สูงอายุก็ยังพอออกแรงได้ปกติ แต่กำลังการบีบมืออาจลดลงร้อยละ 20-30 และมีการเสื่อมของเส้นประสาท และปลอกหุ้มเส้นประสาท ทำให้การนำกระแสประสาทเปลี่ยนแปลงไป ความสามารถในการรับรู้การสั่น และการสัมผัสลดลง

ด้านความสามารถของสมอง ผู้สูงอายุจะมีความสามารถในการจำเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดไม่นานได้ไม่มากเท่าเดิม และความคิดช้าลง

สำหรับการรับรู้ โดยการมองเห็น การได้ยิน และการได้กลิ่นก็มีการเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ สายตามักมองใกล้ไม่ชัด อาจเกิดต่อกระจกและต้อหิน หรือจอประสาทตาเสื่อม ซึ่งภาวะเหล่านี้เป็นโรคที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุไทยมีโรคของเลนส์ประมาณร้อยละ 80 โรคของจอประสาทตาร้อยละ 14 และต้อหินร้อยละ 6 ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงการได้ยิน โดยมีการลดลงของเซลล์ที่อยู่ในอวัยวะรับเสียง ผู้สูงอายุมีความผิดปกติในการได้ยินร้อยละ 16

9. ระบบเมตาบอลิซึม และฮอร์โมน เมื่ออายุมากขึ้น ต่อมไทรอยด์จะมีการฝ่อลง และมีพังผืดมากขึ้น ทำให้ระดับฮอร์โมนไทรอยด์เปลี่ยนแปลงไป มีโอกาสเกิดการอักเสบของต่อมไทรอยด์จากภูมิคุ้มกันได้ง่ายขึ้น ในผู้หญิงจะมีฮอร์โมนเพศหญิงลดลงทำให้อวัยวะสืบพันธุ์และเต้านมเหี่ยวเล็กลง กระดูกบางและพรุน และมีโอกาสเกิดโรคหลอดเลือดตีบสูงขึ้น สำหรับผู้ชายจะมีฮอร์โมนเพศโทสเทอโรนซึ่งเป็นฮอร์โมนเพศชายลดลง ทำให้เกิดอาการต่าง ๆ ได้แก่ความต้องการทางเพศลดลง อวัยวะทางเพศไม่แข็งตัว กำลังกล้ามเนื้อลดลง และอารมณ์เปลี่ยนแปลงไป

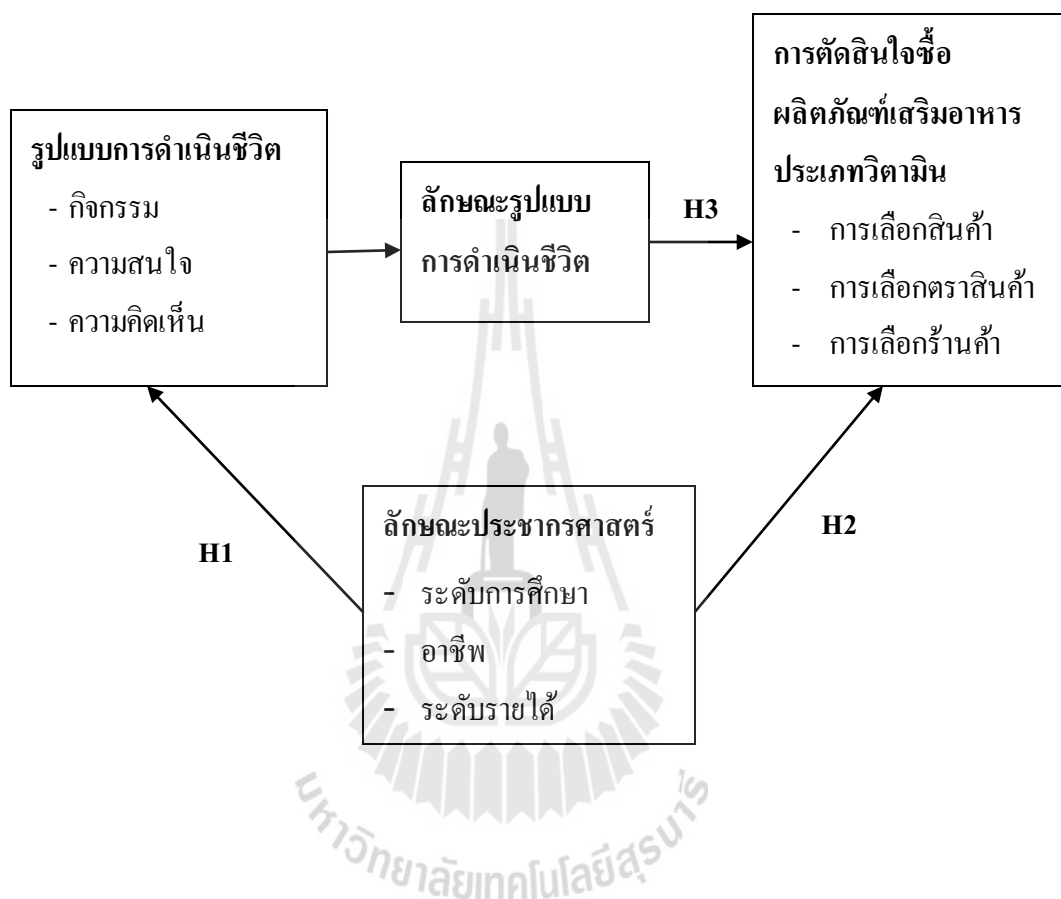
10. ระบบภูมิคุ้มกัน ภูมิคุ้มกันของผู้สูงอายุจะต่ำลง ความสามารถในการกำจัดสิ่งแปลกปลอมในร่างกายลดลง ผันง่เยื่อต่างๆ มีความสามารถในการป้องกันโรคได้ลดลงทำให้เกิดการติดเชื้อได้ง่าย และมีอาการรุนแรง เช่น ติดเชื้อไข้วัดใหญ่ ปอดอักเสบ เชื้อโรคต่างๆ ที่หลบซ่อนอยู่จะกำเริบขึ้นได้ในวัยนี้ เช่น วัณโรค หรืออสุวัด การฉีดวัคซีนก็จะกระตุ้นภูมิคุ้มกันได้ไม่ดีเท่ากับวัยหนุ่มสาว

จากความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าตลาดผู้สูงอายุจะกลายเป็นตลาดที่จะขยายใหญ่ขึ้นตาม ซึ่งปัญหาที่ผู้สูงอายุจะพบมากที่สุดคือสุขภาพที่กำลังเสื่อมลงไปตามวัย การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ทำให้ผู้สูงอายุเริ่มดูแลตัวเองมากขึ้นซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เริ่มดูแลตัวเองตั้งแต่อายุ 50 ดังนั้นแนวโน้มการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มบริโภคมากขึ้น โดยงานวิจัยครั้งนี้สนใจศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ นำไปใช้เพื่อวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับผู้สูงอายุที่กำลังจะเป็นตลาดขนาดใหญ่ในอนาคตต่อไป



## 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดวัตถุประสงค์ขอบเขตของการวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งแสดงได้ดังต่อไปนี้



ที่มา : ปรับปรุงจากแนวคิดของ Shufeldt et al. (1998); Miller et al. (2003); Erdem and Swat (2004) และ Tan and Freathy (2011)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำวิจัย

##### 3.2.1 ประชากร

ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 50 – 70 ปีที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

##### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ซื้อเพื่อรับประทานเอง มีอายุระหว่าง 50 – 70 ปี

งานวิจัยนี้ได้ศึกษากลุ่มผู้สูงอายุเริ่มต้นจากอายุ 50 ปี เนื่องจากพบว่า ผู้ที่มีอายุ 50 - 59 ปี ส่วนใหญ่จะเตรียมดูแลสุขภาพตัวเองก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) และศึกษากลุ่มผู้ที่มีอายุ 60 - 70 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังคงสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีสุขภาพที่ดีกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า (สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย, 2555) ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ซื้อสินค้า

##### 3.2.3 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ เนื่องจากจากไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนของประชากรได้ จึงใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรแบบไม่ทราบประชากรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$P$  = สัดส่วนของประชากร ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้  $P$  มีค่าเท่ากับ 0.5

$e$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่น ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %  
ดังนั้น  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ

$$= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนอย่างน้อย 385 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลไม่ได้ตามจำนวนที่กำหนด และเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งเก็บข้อมูลเป็นแบบโควต้า (Quota Sample) ซึ่งแบ่งตามลักษณะของผู้ซื้อ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเพศชาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) อายุระหว่าง 50 – 60 ปีจำนวน 100 คน และ 2) อายุระหว่าง 61 - 70 ปีจำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน
2. กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) อายุระหว่าง 50 – 60 ปีจำนวน 100 คน และ 2) อายุระหว่าง 61 - 70 ปีจำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน

เพื่อให้ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 คือ เปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

### 3.2.4 การเลือกสุ่มตัวอย่าง

การทำวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาโดยซื้อเพื่อรับประทานเอง อายุระหว่าง 50 – 70 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3.2.5 สถานที่ทำการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทวิตามิน ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากรายได้ของผู้สูงอายุใน

เขตกรุงเทพมหานครมีรายได้เฉลี่ยต่อคนสูงสุด เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น โดยรายได้เฉลี่ยต่อคนของผู้สูงอายุ ปี 2553 ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดเท่ากับ 26,259 บาทต่อเดือน รองลงมาคือ ภาคกลางมีรายได้เฉลี่ย 6,198 บาทต่อเดือน ส่วนภาคเหนือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุดเท่ากับ 4,032 บาทต่อเดือน (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2553)

ผู้วิจัยได้กำหนดสถานที่ที่จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ห้างสรรพสินค้า เพราะประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกสถานที่จัดจำหน่ายกับปัจจัยความสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไปมากที่สุด (ภาวินี ดันติผาติ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2554) โดยเลือกห้างสรรพสินค้าที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระดับกลาง จนถึงระดับสูง และเลือกช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในวันเสาร์และอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 – 21.00 น. เนื่องจากการใช้บริการห้างสรรพสินค้าของผู้สูงอายุมากที่สุดคือวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลากลางวัน (ขวัญกมล ดอนขวา, 2553) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2558 จนถึง 17 เมษายน พ.ศ. 2558 รวมใช้ระยะเวลาทั้งหมด 80 วัน

### 3.3 ตัวแปรที่ทำการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

**3.3.1 ตัวแปรที่ 1** คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว

**3.3.2 ตัวแปรที่ 2** คือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษาจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายปิด แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม และตัวเลือกคำตอบ แบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองและสิ่งรอบตัว (Shufeldt, Oates and Vought, 1998) เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งมี 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำตอบมีดังนี้

- 5 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมาก
- 3 หมายถึง ความคิดเห็นระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยที่ได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยที่วัดได้	ความหมาย
4.21 - 5.00	ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 - 4.20	ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมาก
2.61 - 3.40	ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นปานกลาง
1.81 - 2.60	ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อย
1.00 - 1.80	ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน (Miller, Russell and Kissling, 2003) การเลือกตราสินค้า (Erdem and Swait, 2004) และการเลือกร้านค้า (Tan and Freathy, 2011) เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ซึ่งมี 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละคำตอบมีดังนี้

- 5 หมายถึง การให้ความสำคัญระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง การให้ความสำคัญระดับมาก
- 3 หมายถึง การให้ความสำคัญระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การให้ความสำคัญระดับน้อย
- 1 หมายถึง การให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ดังนี้



$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยที่ได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยที่วัดได้	ความหมาย
4.21 - 5.00	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก
2.61 - 3.40	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแบบเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 3.5 การสร้าง และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

#### 3.5.1 การสร้างเครื่องมือในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 ศึกษาข้อมูลรายละเอียดจากแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Characteristics) ผลกระทบที่เสริมอาหารประเภทวิตามิน การตัดสินใจซื้อ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า

3.5.1.2 ทำความเข้าใจเนื้อหาจากการศึกษา การจัดกลุ่ม และปรับปรุงแบบวัดให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบถึงความถูกต้องของข้อคำถาม ทั้งด้านเนื้อหา และความเหมาะสม หรือความสำคัญในการนำมาใช้ในการตั้งคำถาม

3.5.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมา นำไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ โดยนำเสนอผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 2 ท่าน คือ ท่านรองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา และท่านอาจารย์ ดร. วรพจน์ สุทธิสัย ซึ่งเป็นอาจารย์สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักเทคโนโลยีสังคม ช่วยตรวจทานและให้คำแนะนำเกี่ยวกับแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.5.1.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากข้อที่ 3.5.1.3 ไปทดสอบกับกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30

ราย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยได้หาค่าอำนาจความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิต มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.215 – 0.781 และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.201 – 0.904 ซึ่งสอดคล้องกับ Kline (1993) ที่ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.20 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพที่เหมาะสมในการ Tests นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อมีคุณภาพด้านอำนาจจำแนก (Discrimination) สามารถจำแนกกลุ่มได้ตามคุณลักษณะที่ต้องการวัด และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .830 – .861 และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .823 – .936 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2006) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่ายอมรับได้ เพราะแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นใกล้ 1.00 นั้น หมายถึงแบบสอบถามนั้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง และเหมาะสมที่จะเป็นแบบสอบถามในงานวิจัย

3.5.1.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปจัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์ นำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

### 3.5.2 การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือในการวิจัย

แบบสอบถามที่นำมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จึงต้องมีการวัดความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน โดยการหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค และการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-Total Correlation

#### 3.5.2.1 สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach'alpha coefficient)

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1+\bar{r}(k-1)}$$

โดยที่  $\alpha$  = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k = จำนวนคำถาม

$\bar{r}$  = ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของทุกคำถาม

3.5.2.2 สูตรหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้วิธี Item – total Correlation ใช้สูตรสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อ กับผลรวมคะแนนของข้อคำถาม

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	$r_{xy}$	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของค่าตัวแปร X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของค่าตัวแปร Y
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y
	N	แทน	จำนวนคู่ของค่าตัวแปรหรือจำนวนสมาชิกกลุ่ม

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามจากการ Pretest

ปัจจัยที่ศึกษา	Cronbach's Alpha Coefficient (n = 30)
รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ	.929
กิจกรรม	.840
ความสนใจ	.830
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	.861
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน	.931
การเลือกสินค้า	.936
การเลือกตราสินค้า	.823
การเลือกร้านค้า	.911

จากตาราง 3.1 ผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นจากการนำเสนอแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เมื่อจำแนกตัวแปรพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ค่าความเชื่อมั่น รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมีค่าอยู่ระหว่าง .830 – .861 และค่าสัมประสิทธิ์ค่าความเชื่อมั่นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินมีค่าอยู่ระหว่าง .823 – .936 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) และแหล่งข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

**3.6.1 แหล่งข้อมูล ปฐมภูมิ** เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามภาคสนาม และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะสอบถามจากกลุ่มผู้สูงอายุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา และซื้อเพื่อรับประทานเอง มีอายุระหว่าง 50 – 70 ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2558 จนถึง 17 เมษายน พ.ศ. 2558 รวมใช้ระยะเวลาทั้งหมด 80 วัน

**3.6.2 แหล่งข้อมูล ทุตติภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เกี่ยวกับการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด รูปแบบการดำเนินชีวิต การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า อันได้แก่บทความ หนังสือ สถิติงานวิจัย และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนข้อมูลปฐมภูมิเพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย จะทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

**1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม** ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์

**2. การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** ประกอบด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยใช้สถิติการจัดกลุ่ม (Cluster analysis) เพื่อจัดกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 200 ตัวอย่าง จึงใช้วิธีการรวมกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-Means Cluster) โดยใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance เพื่อจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน และวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในแต่ละกลุ่มเพิ่มเติมโดยวิเคราะห์แจกแจงแบบไขว้ (Crosstabs) เพื่อความชัดเจนในการพิจารณาลักษณะของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม

3. การวิเคราะห์วัตถุดิบประสงค์ข้อที่ 2 ประกอบด้วย การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกซื้อสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และวิเคราะห์แยกกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

4. การวิเคราะห์วัตถุดิบประสงค์และสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ดังนี้

วัตถุดิบประสงค์ที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 ใช้การทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับความคิดเห็นของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงจะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเซฟเฟ (Scheffe' s method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด และมี Power ต่ำสุด ซึ่งเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทำการเปรียบเทียบทีละคู่

วัตถุดิบประสงค์ที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 ใช้การทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงจะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเซฟเฟ (Scheffe' s method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด และมี Power ต่ำสุด ซึ่งเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทำการเปรียบเทียบทีละคู่

วัตถุดิบประสงค์ที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 ใช้การทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ที่แตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงจะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเซฟเฟ (Scheffe' s method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด และมี Power ต่ำสุด ซึ่งเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทำการเปรียบเทียบทีละคู่

5. การวิเคราะห์ข้อเสนอนี้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ 4) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

สมมติฐานข้อที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

สมมติฐานข้อที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

ในการวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2558 จนถึง 17 เมษายน พ.ศ. 2558 รวมใช้ระยะเวลาทั้งหมด 80 วัน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามภาคสนาม จำนวน 400 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 ซึ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐาน ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	200	50.00
หญิง	200	50.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
อายุ 50 – 60 ปี	200	50.00
อายุ 61 – 70 ปี	200	50.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	42	10.50
สมรส	292	73.00
หม้าย	42	10.50
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	24	6.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	143	35.80
ปริญญาตรี	171	42.80
สูงกว่าปริญญาตรี	86	21.40
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	140	35.00
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	118	29.50
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	125	31.25
อื่น ๆ	17	4.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ส่วนบุคคล)</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	72	18.00
15,000 – 29,999 บาท	93	23.25
30,000 – 44,999 บาท	87	21.75
45,000 บาทขึ้นไป	148	37.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่าเป็นเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิงร้อยละ 50 มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปีร้อยละ 50 และอายุระหว่าง 61-70 ปี ร้อยละ 50 เท่ากัน ๆ กัน จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพส่วนใหญ่ คือ สมรสร้อยละ 73 รองลงมาคือ โสดร้อยละ 10.50 และหม้ายร้อยละ 10.50 ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือ ระดับปริญญาตรีร้อยละ 42.80 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 35.80 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 21.40 ตามลำดับ ประกอบอาชีพส่วนใหญ่คือ รับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 35 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายร้อยละ 31.25 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างร้อยละ 29.50 ตามลำดับ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ 45,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 37 รองลงมาคือ 15,000 – 29,999 บาท ร้อยละ 23.25 และ 30,000 – 44,999 บาทร้อยละ 21.75 ตามลำดับ



## 4.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ วิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้สถิติการจัดกลุ่ม (Cluster analysis) เพื่อจัดกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 200 ตัวอย่าง จึงใช้วิธีการรวมกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-Means Cluster) โดยใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance เพื่อจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกัน อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

รูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
ด้านกิจกรรม	2.93	0.53	ปานกลาง
ด้านความสนใจ	3.48	0.51	ปานกลาง
ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	3.44	0.52	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.45</b>	<b>ปานกลาง</b>

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นด้านความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว และด้านกิจกรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์รายด้านของรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว

รูปแบบการดำเนินชีวิต	X	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
<b>ด้านกิจกรรม</b>	<b>2.93</b>	<b>0.53</b>	<b>ปานกลาง</b>
ปรับปรุงพัฒนาการทำงาน	3.74	0.95	มาก
อ่านหนังสือเป็นงานอดิเรก	3.34	1.07	ปานกลาง
ซื้อสื่อเตอร์	2.52	1.23	ปานกลาง
บันทึกวิดีโอเก็บสิ่งที่สนใจไว้	2.20	1.06	น้อยที่สุด
เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม	3.07	0.99	ปานกลาง
เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการทำงานทำกิจกรรมในชุมชน	2.94	1.04	ปานกลาง
อ่านหนังสือพิมพ์	3.34	1.20	ปานกลาง
ดูการแสดง เช่น ละครเวที คอนเสิร์ต ดนตรี	2.63	1.09	ปานกลาง
เดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.30	1.03	ปานกลาง
มีความสุขเมื่อทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น	3.68	0.81	มาก
สมาชิกชมรม เช่น ชมรมกีฬา ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมที่เกี่ยวกับงานอดิเรกที่ชื่นชอบ	2.47	1.18	ปานกลาง
สมาชิก นสพ. หรือนิตยสารอย่างน้อย 1 เล่ม	2.28	1.25	น้อยที่สุด
เข้าร่วมงานบุญตามประเพณีกิจกรรมทางศาสนา	3.60	0.91	มาก
ออกจากบ้านเพื่อซื้อสินค้าและทำกิจกรรมอย่างอื่น	3.40	1.01	ปานกลาง
ซื้อสินค้าในร้านค้าขนาดใหญ่	3.81	1.00	มาก
ซื้อสินค้าที่มีบริการส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์	1.86	0.98	น้อยที่สุด
เปลี่ยนสถานที่ใหม่ ๆ ในการซื้อสินค้า	2.57	0.97	ปานกลาง
ออกกำลังกายสม่ำเสมอ	3.00	1.07	ปานกลาง
ดูกีฬาจากสถานที่จริง	2.01	1.06	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์รายด้านของรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
<b>ด้านความสนใจ</b>	<b>3.48</b>	<b>0.51</b>	<b>ปานกลาง</b>
ใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว	3.72	0.97	มาก
ติดตั้งระบบความปลอดภัยภายในบ้าน	2.51	1.22	น้อยที่สุด
มีเพื่อนที่สามารถช่วยเหลือกันได้	3.57	0.86	มาก
แต่งตัวไม่แตกต่างจากเพื่อน	3.28	0.84	ปานกลาง
ให้ความสำคัญกับการแต่งตัว	2.85	1.01	ปานกลาง
ระมัดระวังความปลอดภัยของอาหารที่รับประทาน	3.76	0.84	มาก
ลองรับประทานอาหารในร้านอาหารใหม่ ๆ	3.02	0.97	ปานกลาง
ติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง และความเป็นไปทางสังคมทางสื่อต่าง ๆ	3.94	0.85	มาก
อาสาช่วยเหลือผู้อื่น	3.23	1.00	ปานกลาง
จัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้	3.74	0.79	มาก
ภูมิใจในสิ่งที่สร้าง และทำด้วยตนเอง	4.15	0.75	มาก
ชีวิตในปัจจุบันดีกว่าที่ผ่านมา	4.04	0.78	มาก
<b>ด้านความคิดเห็นต่อตนเอง และสิ่งรอบตัว</b>	<b>3.44</b>	<b>0.52</b>	<b>ปานกลาง</b>
คู่อ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน	3.37	0.82	ปานกลาง
เชื่อมั่นในตนเอง	3.74	0.72	มาก
วางแผนชีวิตล่วงหน้า	3.77	0.78	มาก
ความสามารถยังไม่ถึงขีดสูงสุด	3.52	0.83	ปานกลาง
วางแผนจัดการชีวิตหลังวัยเกษียณอายุ	3.47	0.92	ปานกลาง
ซื้อหุ้น หรือลงทุนในพันธบัตรเพื่อออมเงินใช้ในอนาคต	2.73	1.23	ปานกลาง
ฐานะทางการเงินดี	3.23	0.73	ปานกลาง
ปกป้องและอนุรักษ์ต้นไม้ สัตว์ป่า	3.86	0.98	มาก
การเมืองเป็นเรื่องที่ต้องติดตาม	3.64	0.92	ปานกลาง
แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง	3.09	1.06	ปานกลาง

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า

**ด้าน กิจกรรม** ผู้สูงอายุมีความคิดเห็น ด้าน กิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกิจกรรมที่ปฏิบัติมากที่สุดคือ มักจะซื้อสินค้าในร้านค้าขนาดใหญ่ รองลงมาคือ การปรับปรุงพัฒนาการทำงาน และมีความสุขเมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น ตามลำดับ

**ด้าน ความสนใจ** ผู้สูงอายุมีความคิดเห็น ด้าน ความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสนใจมากที่สุดคือ ภูมิใจในสิ่งที่ตนเองสร้างและทำด้วยตนเอง รองลงมาคือ ปัจจุบันมีชีวิตที่ดีกว่าที่ผ่านมา และติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปทางสังคมทางสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ

**ด้าน ความคิดเห็นต่อตนเอง และสิ่งรอบตัว** ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ การปกป้องอนุรักษ์ต้นไม้ และสัตว์ป่า รองลงมาคือ การวางแผนชีวิตล่วงหน้า และเชื่อมั่นในตนเอง ตามลำดับ



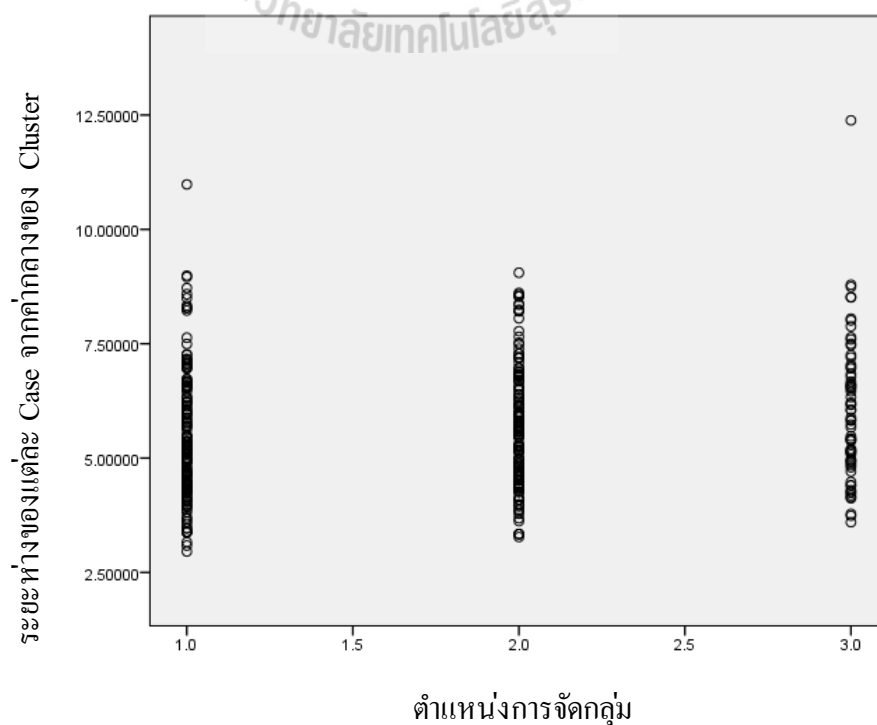
#### 4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ การจัดกลุ่ม (Cluster analysis) โดยการจัดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อต้องการจัดกลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกันอยู่กลุ่มเดียวกัน โดยการวิเคราะห์จะใช้คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว จำนวน 41 คำถามเป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนั้นมีจำนวนมากกว่า 200 ตัวอย่าง จึงใช้วิธีการรวมกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (K-Means Cluster) และใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance เพื่อจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน พบว่าการจำแนกกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเป็นจำนวนที่เหมาะสมที่สุด โดยแต่ละกลุ่มมีสมาชิก ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเมื่อจัดกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่	จำนวน	ร้อยละ
1	168	42.00
2	165	41.25
3	67	16.75
รวม	400	100.00

ภาพที่ 4.1 แสดงตำแหน่งผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่ม 1 กลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 โดยแกนตั้งแสดงระยะห่างของแต่ละ Case จากค่ากลางของ Cluster ที่ Case จะอยู่



#### 4.2.1.2 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม

พิจารณาถึงลักษณะของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ค่าเฉลี่ยค่ากลางของตัวแปรที่ Standardized แล้วของแต่ละกลุ่มนำมาจัดลำดับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังแสดงในตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.2

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และจัดเป็น 3 กลุ่มของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

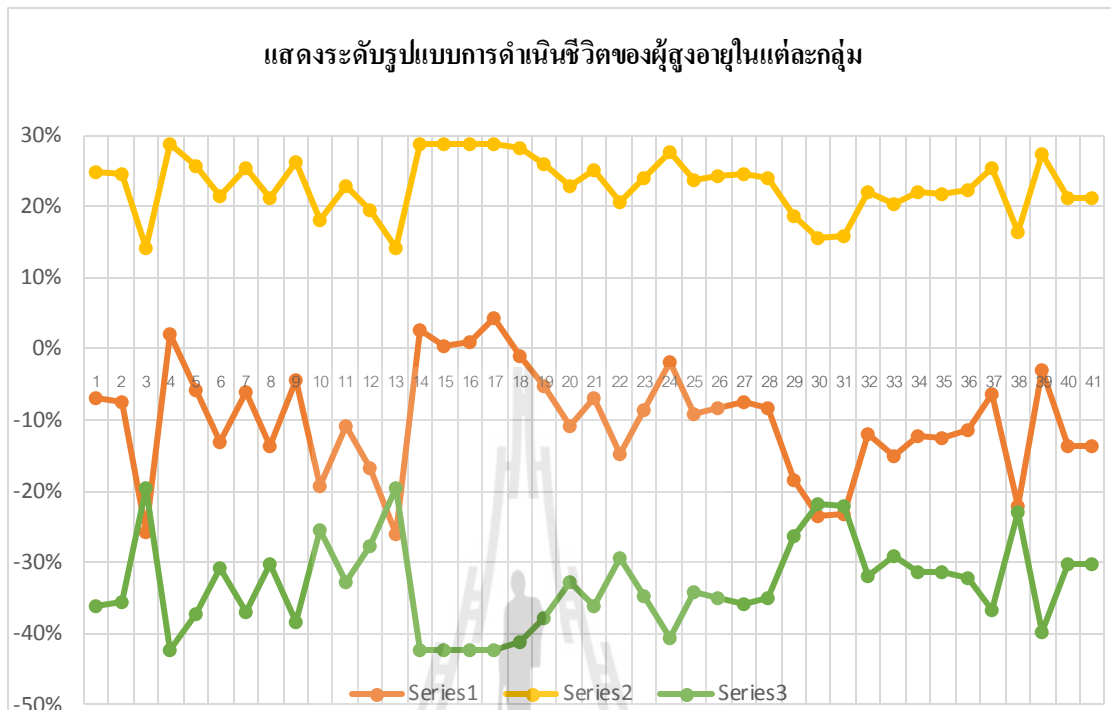
ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง		
	1	2	3
<b>ด้านกิจกรรม</b>			
1. Zscore: ปรับปรุงพัฒนาการทำงาน	-.10839	.49638	-.95063
2. Zscore: อ่านหนังสือ	-.11411	.48920	-.91863
3. Zscore: ซื่อสัตย์ต่อตัว	-.13677	.21212	-.17945
4. Zscore: บันทึกวีดีโอ	.02152	.27771	-.73787
5. Zscore: เข้าร่วมกิจกรรม	-.09269	.50981	-1.02307
6. Zscore: เป็นคณะกรรมการ	-.17990	.47864	-.72764
7. Zscore: อ่านหนังสือพิมพ์	-.09168	.48079	-.95414
8. Zscore: ดูการแสดง	-.11076	.28187	-.41643
9. Zscore: เดินทางท่องเที่ยว	-.06103	.41974	-.88064
10. Zscore: ทำกิจกรรมกับคนอื่น	-.25607	.49578	-.57888
11. Zscore: เป็นสมาชิกชมรม	-.13867	.42995	-.71112
12. Zscore: เป็นสมาชิกหนังสือ	-.22202	.47871	-.62221
13. Zscore: ร่วมงานบุญ	-.25756	.39843	-.33539
14. Zscore: ซื้อสินค้าและทำกิจกรรม	.03313	.33991	-.92018
15. Zscore: ซื้อสินค้าร้านขนาดใหญ่	.00297	.25355	-.63186
16. Zscore: ซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์	.00668	.22063	-.56010
17. Zscore: เปลี่ยนร้านซื้อสินค้าใหม่	.04072	.23881	-.69023
18. Zscore: ออกกำลังกายสม่ำเสมอ	-.01438	.40530	-.96206
19. Zscore: คู่มือกีฬาที่จริง	-.05118	.30887	-.63231

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และจัดเป็น 3 กลุ่มของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (ต่อ)

ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง (Cluster)		
	1	2	3
<b>ด้านความสนใจ</b>			
20. Zscore: ใช้เวลากับครอบครัว	-.12411	.38329	-.63271
21. Zscore: ติดตั้งระบบความปลอดภัย	-.10329	.47568	-.91247
22. Zscore: มีเพื่อนที่ช่วยเหลือ	-.21401	.50970	-.71859
23. Zscore: ไม่แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน	-.08254	.31252	-.56268
24. Zscore: ให้ความสำคัญกับการแต่งตัว	-.02579	.39069	-.89747
25. Zscore: ระมัดระวังความปลอดภัยอาหาร	-.11122	.40156	-.71004
26. Zscore: ลองรับประทานอาหารใหม่ๆ	-.10744	.42162	-.76892
27. Zscore: ติดตามข่าวสาร	-.09894	.42731	-.80424
28. Zscore: อาสาทำงานช่วยเหลือผู้อื่น	-.15544	.59902	-1.08546
29. Zscore: จัดการปัญหาต่าง ๆ	-.28467	.57206	-.69502
30. Zscore: ภูมิใจในสิ่งที่สร้าง	-.32092	.53495	-.51271
31. Zscore: ชีวิตปัจจุบันดีกว่าที่ผ่านมา	-.32175	.54151	-.52678
<b>ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว</b>			
32. Zscore: คู่อ่อนเยาว์กว่าเพื่อน	-.11837	.33806	-.53571
33. Zscore: เชื่อมั่นในตนเอง	-.18908	.44436	-.62021
34. Zscore: วางแผนชีวิตล่วงหน้า	-.20951	.57962	-.90208
35. Zscore: ความสามารถยังไม่ถึงขีดสุด	-.16421	.44907	-.69415
36. Zscore: วางแผนเกษียณ	-.19116	.56574	-.91392
37. Zscore: ซื้อหุ้นลงทุนพันธบัตร	-.09057	.44796	-.87608
38. Zscore: มีฐานะทางการเงินดี	-.33479	.58271	-.59555
39. Zscore: ต้นไม้ สัตว์ป่าควรปกป้อง	-.02991	.30880	-.68549
40. Zscore: การเมืองเรื่องที่ต้องติดตาม	-.18775	.47552	-.70028
41. Zscore: นโยบายทางการเมือง	-.19017	.48587	-.71969

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

ภาพที่ 4.2 แสดงระดับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุเกี่ยวกับ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม



หมายเหตุ ลำดับที่ 1-19 = กิจกรรม, ลำดับที่ 20-31 = ความสนใจ และลำดับที่ 31-41 = ความคิดเห็น

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์รายด้านค่าเฉลี่ยมาตรฐานตัวแปรของรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ในแต่ละกลุ่มของผู้สูงอายุ พบว่า

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขาย** มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้

ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อขาย รองลงมาคือ มักจะออกจากบ้านเพื่อซื้อขาย และทำกิจกรรมอย่างอื่นด้วย และมักจะบันทึกวิดีโอเก็บสิ่งที่สนใจไว้ ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มักจะให้ความสำคัญกับการแต่งตัวและมีความสุขเมื่อได้สนทนาพูดคุยเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งตัว รองลงมาคือจะไม่แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน และมักจะติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปของสังคม ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้



ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ มักจะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม รองลงมาคือ ปรับปรุงพัฒนาการทำงาน และมักจะมีความสุขเมื่อทำกิจกรรมกับคนอื่น ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ อาสาทำงานช่วยเหลือผู้อื่น รองลงมาคือมักจะจัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้ และมีชีวิตในปัจจุบันที่ดีกว่าที่ผ่านมา ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

### **กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้**

ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ มักจะซื้อเสื้อผ้าเป็นประจำ รองลงมาคือ เข้าร่วมงานบุญตามประเพณี และกิจกรรมทางศาสนา อยู่เสมอ และมักจะดูการแสดง เช่น ละครเวที คอนเสิร์ต คนตรีตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ ภูมิใจในสิ่งที่สร้างหรือทำด้วยตนเอง รองลงมาคือมีชีวิตในปัจจุบันที่ดีกว่าที่ผ่านมา และมักจะไม่แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

#### 4.2.1.3 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยวิเคราะห์แจกแจงแบบไขว้ (Crosstabs) เพื่อความชัดเจนในการพิจารณา ลักษณะของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>						
ชาย	79	47.00	94	57.00	27	40.30
หญิง	89	53.00	71	43.00	40	59.70
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>						
อายุ 50 – 60 ปี	89	53.00	98	59.40	13	19.40
อายุ 61 – 70 ปี	79	47.00	67	40.60	54	80.60
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพ</b>						
โสด	24	14.30	14	8.50	4	6.00
สมรส	116	69.00	129	78.20	47	70.10
หม้าย	14	8.30	14	8.50	14	20.90
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	14	8.30	8	4.80	2	3.00
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	35.70	34	20.60	49	73.10
ปริญญาตรี	77	45.80	78	47.30	16	23.90
สูงกว่าปริญญาตรี	31	18.50	53	32.10	2	3.00
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>						
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	63	37.50	69	41.80	8	11.90
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	61	36.30	44	26.70	13	19.40
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	40	23.80	49	29.70	36	53.70
อื่น ๆ	4	2.40	3	1.80	10	14.90
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>						
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	16.10	11	6.70	33	49.30
15,000 – 29,999 บาท	41	24.40	34	20.60	18	26.90
30,000 – 44,999 บาท	39	23.20	40	24.20	8	11.90
45,000 บาทขึ้นไป	61	36.30	80	48.50	8	11.90
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>	<b>165</b>	<b>100.00</b>	<b>67</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม พบว่า

**กลุ่มที่ 1** กลุ่มสนใจการซื้อขาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป

**กลุ่มที่ 2** กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป

**กลุ่มที่ 3** กลุ่มชอบการเข้าสังคม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 61 – 70 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

#### 4.2.1.4 สรุปรายละเอียดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต และลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มของผู้สูงอายุ พิจารณาจากค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปร ซึ่งหากค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรนั้นน้อยแสดงว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อย และหากมีค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรนั้นมากแสดงว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มโดยการตั้งชื่อลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ กำหนดตามกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่บ่งบอกถึงจุดศูนย์กลางความสนใจของผู้สูงอายุ โดยความหมายของลักษณะจะสามารถคาดคะเนความสนใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียงกันกับความสนใจที่เป็นจุดศูนย์กลางของผู้สูงอายุได้ดังนี้ (Berkman, Lindquist and Sirgy, 1997)

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด 168 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้า โดยมักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อขาย และเมื่อออกจากบ้านเพื่อซื้อสินค้าจะทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น รับประทานอาหาร ดูภาพยนตร์ มักจะซื้อสินค้าจากร้านค้าขนาดใหญ่ ซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ และชอบการบันทึกวิดีโอเก็บสิ่งที่น่าสนใจไว้

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.25 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นความสมบูรณ์แบบฐานะทางการเงินค่อนข้างดี มักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้าและหลังเกษียณอายุ สามารถจัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้ ปัจจุบันมีชีวิตที่ดีกว่าที่ผ่านมา มักอาสาช่วยเหลือผู้อื่น และมีเพื่อนที่สามารถช่วยเหลือซึ่งกันได้

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.75 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 61 – 70 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มนี้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการพบปะผู้คน ชอบเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และทางวัฒนธรรม ชอบดูการแสดง คิดว่าตัวเองค่อนข้างดีกว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน ซื่อสัตย์ต่อผู้อื่นเป็นประจำ และมีความรู้สึกภูมิใจในสิ่งที่สร้างมาด้วยตนเอง

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทวิตามิน	X	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
การเลือกสินค้า	3.45	0.69	มาก
การเลือกตราสินค้า	3.84	0.54	มาก
การเลือกร้านค้า	3.88	0.57	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือการเลือกตราสินค้า และการเลือกสินค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
<b>การเลือกสินค้า</b>	<b>3.45</b>	<b>0.69</b>	มาก
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อกล่อง/ขวด (1 กล่องมีกี่เม็ด)	3.30	0.85	ปานกลาง
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อการ รับประทาน 1 ครั้ง (ทานครั้งละกี่เม็ด)	3.29	0.90	ปานกลาง
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากจำนวนครั้งการ รับประทานใน 1 วัน (1 วันต้องทานกี่ครั้ง)	3.28	0.88	ปานกลาง
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสม เช่น วิตามิน เอ วิตามินอี หรือวิตามินรวม	3.72	0.85	มาก
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด เช่น วิตามินขนาด 500 มิลลิกรัม หรือ 1,000 มิลลิกรัม	3.50	0.85	มาก
- เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น วิตามินแบบเม็ด แคปซูล หรือผง	3.59	0.93	มาก
<b>การเลือกตราสินค้า</b>	<b>3.84</b>	<b>0.54</b>	มาก
- เลือกตราสินค้าตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ/เภสัชกร	3.76	0.82	มาก
- เลือกตราสินค้าที่ให้ผลตามคำเชิญชวนที่โฆษณา	3.06	0.92	ปานกลาง
- เลือกตราสินค้าที่ให้ผลตามที่คาดหวัง	3.65	0.88	มาก
- เลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ	4.05	0.82	มาก
- เลือกตราสินค้าที่ไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง	3.96	0.79	มาก
- เลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเชื่อถือได้	3.89	0.86	มาก
- เลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า	4.04	0.71	มาก
- เลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์	4.06	0.80	มาก
- เลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ	4.00	0.75	มาก
- เลือกตราสินค้าที่เลือกมาแล้วจากบ้าน	3.76	0.77	มาก
- เลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ	4.05	0.75	มาก

**ตารางที่ 4.8** ผลการวิเคราะห์รายด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล (ระดับ)
<b>การเลือกร้านค้า</b>	<b>3.88</b>	<b>0.57</b>	มาก
- เลือกร้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	3.90	0.81	มาก
- เลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย	4.02	0.79	มาก
- เลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.97	0.79	มาก
- เลือกร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป	3.72	0.94	มาก
- เลือกร้านที่มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการหาสินค้า	3.70	0.82	มาก
- เลือกร้านที่จัดวางสินค้าเรียบร้อยสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวก	3.82	0.83	มาก
- เลือกร้านที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพ อ่อนน้อม	4.08	0.80	มาก
- เลือกร้านที่มีจัดโปรโมชั่นลดราคาหรือแถมสินค้า	3.70	0.90	มาก
- เลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	4.00	0.76	มาก

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์รายด้านพบว่า

**ด้านการเลือกสินค้า** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

**ด้านการเลือกตราสินค้า** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ รองลงมาคือการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ และการเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

**ด้านการเลือกร้านค้า** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือการเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย และการเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มซึ่งแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในแต่ละ กลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

การตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 (n=168)			กลุ่มที่ 2 (n = 165)			กลุ่มที่ 3 (n=67)		
	X	S.D.	(ระดับ)	X	S.D.	(ระดับ)	X	S.D.	(ระดับ)
การเลือกสินค้า	3.35	0.62	ปานกลาง	3.70	0.64	มาก	3.05	0.74	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อกล่อง/ขวด (1 กล่องมีกี่เม็ด)	3.24	0.84	ปานกลาง	3.48	0.78	มาก	2.99	0.95	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อการ รับประทาน 1 ครั้ง (ทานครั้งละกี่เม็ด)	3.14	0.86	ปานกลาง	3.60	0.85	มาก	2.90	0.84	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากจำนวนครั้งการ รับประทานใน 1 วัน (1 วันต้องทานกี่ครั้ง)	3.21	0.83	ปานกลาง	3.53	0.84	มาก	2.82	0.87	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสม เช่น วิตามินเอ วิตามินอี หรือวิตามินรวม	3.67	0.79	มาก	3.91	0.79	มาก	3.37	0.98	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด เช่น วิตามินขนาด 500 มิลลิกรัม หรือ 1,000 มิลลิกรัม	3.40	0.79	ปานกลาง	3.76	0.77	มาก	3.09	0.98	ปานกลาง
เลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น วิตามินแบบเม็ด แคปซูล หรือผง	3.45	0.83	มาก	3.92	0.89	มาก	3.12	0.98	ปานกลาง



ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในแต่ละกลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 (n=168)			กลุ่มที่ 2 (n = 165)			กลุ่มที่ 3 (n=67)		
	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)
การเลือกตราสินค้า	3.75	0.51	มาก	4.07	0.47	มาก	3.52	0.57	มาก
เลือกตราสินค้าตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ/เภสัชกร	3.74	0.74	มาก	3.95	0.78	มาก	3.36	0.92	มาก
เลือกตราสินค้าที่ให้ผลตามคำเชิญชวนที่โฆษณา	2.96	0.95	ปานกลาง	3.27	0.84	ปานกลาง	2.76	0.91	ปานกลาง
เลือกตราสินค้าที่ให้ผลตามที่คาดหวัง	3.65	0.85	มาก	3.82	0.82	มาก	3.24	0.95	ปานกลาง
เลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ	3.91	0.84	มาก	4.30	0.70	มากที่สุด	3.78	0.88	มาก
เลือกตราสินค้าที่ไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง	3.80	0.80	มาก	4.08	0.81	มาก	3.64	1.04	มาก
เลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเชื่อถือได้	3.80	0.70	มาก	4.27	0.69	มากที่สุด	3.60	0.95	มาก
เลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า	3.90	0.70	มาก	4.28	0.64	มากที่สุด	3.81	0.76	มาก
เลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์	3.95	0.74	มาก	4.30	0.75	มากที่สุด	3.75	0.89	มาก
เลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ	3.90	0.66	มาก	4.30	0.68	มากที่สุด	3.52	0.80	มาก
เลือกตราสินค้าที่เลือกมาแล้วจากบ้าน	3.68	0.74	มาก	3.93	0.77	มาก	3.52	0.75	มาก
เลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ	3.93	0.70	มาก	4.29	0.64	มากที่สุด	3.75	0.91	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์รายด้านของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในแต่ละกลุ่มแบ่งตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ	กลุ่มที่ 1 (n=168)			กลุ่มที่ 2 (n = 165)			กลุ่มที่ 3 (n=67)		
	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)	$\bar{X}$	S.D.	(ระดับ)
การเลือกร้านค้า	3.80	0.51	มาก	4.11	0.53	มาก	3.49	0.57	มาก
เลือกร้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.85	0.69	มาก	4.14	0.73	มาก	3.45	1.05	มาก
เลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ตามกฎหมาย	3.89	0.73	มาก	4.28	0.70	มากที่สุด	3.69	0.96	มาก
เลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.93	0.71	มาก	4.20	0.76	มาก	3.46	0.82	มาก
เลือกร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป	3.59	0.69	มาก	3.96	0.80	มาก	3.43	0.87	มาก
เลือกร้านที่จัดเรียงเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการหาสินค้า	3.64	0.72	มาก	3.96	0.79	มาก	3.21	0.88	ปานกลาง
เลือกร้านที่จัดวางสินค้าเรียบร้อยเข้าถึงสินค้าได้สะดวก	3.74	0.73	มาก	4.09	0.76	มาก	3.34	0.96	ปานกลาง
เลือกร้านที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพ อ่อนน้อม	3.99	0.75	มาก	4.28	0.77	มากที่สุด	3.79	0.88	มาก
เลือกร้านที่มีจัดโปรโมชั่นลดราคาหรือแถมสินค้า	3.67	0.85	มาก	3.88	0.87	มาก	3.34	1.02	ปานกลาง
เลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	3.92	0.70	มาก	4.21	0.75	มากที่สุด	3.70	0.84	มาก

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2558 และการคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้าน ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม พบว่า

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ และการเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และการเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสม และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพเลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ และเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ และเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม และเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ตามกฎหมายมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง และเลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ เลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ และเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง และเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ตามกฎหมาย ตามลำดับ



### 4.3 ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์และสมมติฐาน

4.3.1 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับความคิดเห็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด มี Power ต่ำสุด และเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทำการเปรียบเทียบทีละคู่

สมมติฐาน 1A : รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.10 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามระดับการศึกษา

รูปแบบการดำเนินชีวิต	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวม (n=400)</b>			
กิจกรรม	28.21	.000*	(1,2) (1,3)
ความสนใจ	17.03	.000*	(1,2) (1,3)
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	45.91	.000*	(1,2)(1,3)(2,3)
รวม	38.59	.000*	(1,2) (1,3)
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า (n=168)</b>			
กิจกรรม	1.68	.189	-
ความสนใจ	0.84	.435	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	3.78	.025*	(1,2)
รวม	3.70	.027*	(1,2)

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี, 2 = ปริญญาตรี และ 3 = สูงกว่าปริญญาตรี

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n=165)</b>			
กิจกรรม	1.108	.333	-
ความสนใจ	3.276	.040	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	7.654	.001*	(1,2)(1,3)
รวม	1.098	.336	-
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n=67)</b>			
กิจกรรม	3.02	.056	-
ความสนใจ	0.73	.487	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	2.19	.120	-
รวม	3.96	.024*	(1,2)

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี, 2 = ปริญญาตรี และ 3 = สูงกว่าปริญญาตรี

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าในภาพรวมผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อขายสินค้า** ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม และความสนใจ ไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตได้แก่ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม และความสนใจไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและระดับการศึกษาได้ดังนี้

#### 4.3.1.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.69	3.05	3.11
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.69		0.37*	0.43*
2. ปริญญาตรี	3.05			0.06
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.11			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญา ตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนิน ชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.12** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน  
ความสนใจของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.30	3.56	3.65
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.30		0.26*	0.35*
2. ปริญญาตรี	3.56			0.09
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.65			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตารางที่ 4.13** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน  
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจาก  
กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.16	3.53	3.74
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.16		0.37*	0.58*
2. ปริญญาตรี	3.53			0.21*
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.74			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน 3 กลุ่มคือ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และ 3) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.14** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.98	3.31	3.42
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.98		0.34*	0.44*
2. ปริญญาตรี	3.31			0.11
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.42			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.1.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า จำนวน 168 คน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า จำนวน 168 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.22	3.30	3.40
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.22		0.08	0.18*
2. ปริญญาตรี	3.30			0.10
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.40			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.16** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจ การซื้อสินค้า จำนวน 168 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.11	3.18	3.18
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.11		0.07*	0.07
2. ปริญญาตรี	3.18			0.00
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.18			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



4.3.1.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.66	3.87	3.96
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.66		0.21*	0.30*
2. ปริญญาตรี	3.87			0.09
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.96			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.1.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		2.55	2.65	2.72
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.55		0.10	0.17*
3. สูงกว่าปริญญาตรี	2.65			0.07
2. ปริญญาตรี	2.72			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐาน 1B :** รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแตกต่างกันตามอาชีพ  
**ตารางที่ 4.19** ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามอาชีพ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	F จากการ คำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวม (n = 400)</b>			
กิจกรรม	5.63	.001*	(1,3)(1,4)
ความสนใจ	12.79	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)(2,4)(3,4)
ความคิดเห็น	12.16	.000*	(1,3)(1,4) (2,3)(2,4)
รวม	11.07	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)(2,4)
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า (n = 168)</b>			
กิจกรรม	1.74	.160	-
ความสนใจ	6.15	.001*	(1,4)(3,4)
ความคิดเห็น	1.71	.166	-
รวม	3.74	.012*	(2,4)
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n = 165)</b>			
กิจกรรม	3.89	.010*	(2,4)
ความสนใจ	0.24	.871	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	2.26	.084	-
รวม	0.27	.844	-
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n = 67)</b>			
กิจกรรม	0.16	.924	-
ความสนใจ	0.61	.609	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	2.67	.055	-
รวม	1.60	.198	-

หมายเหตุ 1 = อื่น ๆ, 2 = ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย, 3 = พนักงานบริษัท/ลูกจ้างและ 4 = ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

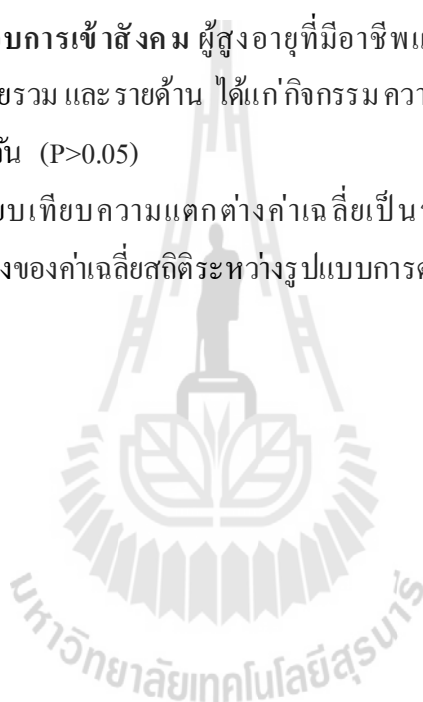
จากตารางที่ 4.19 พบว่าในภาพรวมผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และ รายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และ ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P > 0.05$ )

**กลุ่มที่ 1** กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความสนใจแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรมกรรม และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 2** กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตได้แก่ กิจกรรมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 3** กลุ่มชอบการเข้าสังคม ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและอาชีพได้ดังนี้





4.3.1.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.52	2.86	2.99	3.00
1.อื่น ๆ	2.52		0.33	0.47*	0.48*
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.86			0.14	0.14
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	2.99				0.01
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.00				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และ 2) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพอาชีพพนักงานบริษัทและลูกจ้าง

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และผู้สูงอายุที่มีอาชีพพนักงานบริษัทและลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายชื่อของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน  
ความสนใจของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงานบริษัท/ ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.98	3.40	3.44	3.64
1.อื่น ๆ	2.98	0.43*	0.47*	0.67*	
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.40		0.04	0.24*	
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.44			0.20*	
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.64				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายชื่อพบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกัน 5 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ 2) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง 3) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ 5) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจพนักงานบริษัท/ลูกจ้างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่าทุกอาชีพ และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าทุกอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.22** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน  
 ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่ม  
 ตัวอย่างจำนวน 400 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.98	3.30	3.49	3.58
1.อื่น ๆ	2.98	0.32	0.51*	0.60*	
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.30		0.19*	0.28*	
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.49			0.09	
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.58				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 2) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน 3) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และ 4) กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.76	3.12	3.24	3.32
1.อื่น ๆ	2.76	0.36*	0.48*	0.56*	
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.12		0.12	0.20*	
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.24			0.08	
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.32				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมแตกต่างกัน 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่ากลุ่มอาชีพพนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง 3) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และ 4) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าทุกอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.1.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า จำนวน 168 คนพบว่า

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน สนใจของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขาย สินค้า จำนวน 168 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		3.00	3.25	3.34	3.44
1.อื่น ๆ	3.00		0.25	0.34	0.44*
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.25			0.09	0.19*
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.34				0.10
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.44				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุของกลุ่ม ตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการ ดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกัน 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพ ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และ 2) ผู้สูงอายุที่มีพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการ ดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่แม่บ้าน พ่อบ้าน และผู้สูงอายุที่มี อาชีพพนักงานบริษัทและลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		3.09	3.10	3.15	3.20
1.อื่น ๆ	3.09	0.01	0.06	0.11	
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.10		0.05	0.10*	
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.15			0.05	
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.20				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.1.7 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและอาชีพของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คนพบว่า ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย จำนวน 165 คน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ			
		อื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย
		3.16	3.22	3.39	3.45
1.อื่น ๆ	3.16		0.06	0.23	0.29
4.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.22			0.17	0.23*
3.พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.39				0.06
2.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.45				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน 1C : รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแตกต่างกันตามระดับรายได้  
 ตารางที่ 4.27 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุตามรายได้

รูปแบบการดำเนินชีวิต	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวม(n = 400)</b>			
กิจกรรม	25.85	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)(2,4)
ความสนใจ	13.03	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)
ความคิดเห็นต่อตนเอง	24.65	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)(2,4)
รวม	29.41	.000*	(1,2)(1,3)(1,4)(2,4)
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อขายสินค้า (n = 168)</b>			
กิจกรรม	0.45	.716	-
ความสนใจ	0.71	.546	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	2.28	.086	-
รวม	2.50	.061	-
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n = 165)</b>			
กิจกรรม	2.07	.106	-
ความสนใจ	3.09	.029	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	1.66	.178	-
รวม	0.90	.443	-
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n = 67)</b>			
กิจกรรม	4.50	.006	(1,4)
ความสนใจ	0.16	.922	-
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว	1.32	.275	-
รวม	2.96	.039	-

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่า 15,000 บาท, 2 = 15,000 – 29,999 บาท, 3 = 30,000 – 44,999 บาท และ 4 = 45,000 บาทขึ้นไป

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P > 0.05$ )



**กลุ่มที่ 1** กลุ่มที่สนใจการซื้อขายสินค้า ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเอง และสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 2** กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 3** กลุ่มชอบการเข้าสังคม ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้าน ได้แก่ กิจกรรมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและรายได้ได้ดังนี้



#### 4.3.1.8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาชีพของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คนพบว่า

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกันของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาท ขึ้นไป
		2.53	2.87	3.00	3.13
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	2.53	0.33*	0.47*	0.60*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	2.87		0.13	0.26*	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.00			0.13	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.13				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมแตกต่างกัน 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือน 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาทต่อเดือน 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป และ 4) กลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาท ต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.29** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		3.17	3.49	3.55	3.59
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	3.17	0.32*	0.38*	0.42*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.49		0.06	0.10	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.55			0.04	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.59				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจแตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000-29,999 บาทต่อเดือน 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาทต่อเดือน 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น กลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.30** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน  
ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกันของ  
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาท ขึ้นไป
		3.05	3.37	3.47	3.64
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	3.05	0.32*	0.42*	0.59*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.37		0.10	0.27*	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.47			0.17	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.64				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้อันแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือน 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาทต่อเดือน 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป และ 4) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.31** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้แตกต่างกันของกลุ่มอย่างจำนวน 400 คน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		2.84	3.17	3.27	3.39
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	2.84	0.33*	0.43*	0.55*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.17		0.10	0.22*	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.27			0.12	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.39				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมแตกต่างกัน 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือน 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาทต่อเดือน 3) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป และ 4) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.1.9 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คนพบว่า

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรมของผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม จำนวน 67 คน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาท ขึ้นไป
		2.10	2.23	2.28	2.46
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	2.10	0.13	0.18	0.36*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	2.23		0.05	0.23	
3. 30,000 – 44,999 บาท	2.28			0.18	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	2.46				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ตั้งแต่ 45,000 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**4.3.2 วัตถุประสงค์ที่ 3** เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด มี Power ต่ำสุด และเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทดสอบเปรียบเทียบทีละคู่

**สมมติฐาน 2A :** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตามระดับการศึกษา

**ตารางที่ 4.33** ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>การตัดสินใจซื้อในภาพรวม (n = 400)</b>			
การเลือกสินค้า	4.59	.011*	(1,2)(1,3)
การเลือกตราสินค้า	5.06	.007*	(1,3)
การเลือกร้านค้า	1.56	.212	-
รวม	5.01	.007*	(1,2)(1,3)
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบการซื้อสินค้า (n = 168)</b>			
การเลือกสินค้า	1.09	.339	-
การเลือกตราสินค้า	0.39	.677	-
การเลือกร้านค้า	1.64	.196	-
รวม	0.71	.493	-

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี, 2 = ปริญญาตรี และ 3 = สูงกว่าปริญญาตรี

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามระดับการศึกษา (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>			
<b>การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n = 165)</b>			
การเลือกสินค้า	1.05	.351	-
การเลือกตราสินค้า	0.18	.838	-
การเลือกร้านค้า	0.89	.414	-
รวม	0.67	.511	-
<b>การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n = 67)</b>			
การเลือกสินค้า	0.30	.746	-
การเลือกตราสินค้า	1.62	.206	-
การเลือกร้านค้า	1.40	.253	-
รวม	0.19	.824	-

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี, 2 = ปริญญาตรี และ 3 = สูงกว่าปริญญาตรี

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า และการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน ( $P > 0.05$ ) แต่ส่วนการเลือกร้านค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า** ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P > 0.05$ )

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P > 0.05$ )

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P > 0.05$ )



ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่างการศึกษาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินและระดับการศึกษาได้ดังนี้

**ตารางที่ 4.34** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.30	3.50	3.55
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.30		0.20*	0.24*
2. ปริญญาตรี	3.50			0.05
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.55			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ด้านการเลือกสินค้าแตกต่างกัน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.35** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.73	3.87	3.95
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.73		0.14	0.22*
2. ปริญญาตรี	3.87			0.08
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.95			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน 1 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตารางที่ 4.36** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.66	3.80	3.85
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.66		0.14*	0.19*
2. ปริญญาตรี	3.81			0.04
3. สูงกว่าปริญญาตรี	3.85			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมแตกต่างกัน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 2) ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐาน 2B :** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตามอาชีพ  
**ตารางที่ 4.37** ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภท  
 วิตามินตามอาชีพ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารประเภทวิตามิน	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>การตัดสินใจซื้อในภาพรวม (n = 400)</b>			
การเลือกสินค้า	1.69	.168	-
การเลือกตราสินค้า	0.66	.577	-
การเลือกร้านค้า	0.20	.897	-
รวม	0.80	.494	-
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบการซื้อสินค้า (n = 168)</b>			
การเลือกสินค้า	0.53	.664	-
การเลือกตราสินค้า	0.55	.646	-
การเลือกร้านค้า	0.37	.772	-
รวม	0.19	.905	-
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n = 165)</b>			
การเลือกสินค้า	0.33	.802	-
การเลือกตราสินค้า	1.13	.337	-
การเลือกร้านค้า	2.28	.081	-
รวม	1.63	.185	-
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n = 67)</b>			
การเลือกสินค้า	1.68	.180	-
การเลือกตราสินค้า	1.08	.365	-
การเลือกร้านค้า	1.12	.346	-
รวม	1.63	.192	-

หมายเหตุ 1 = อื่น ๆ, 2 = ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย, 3 = พนักงานบริษัท/ลูกจ้างและ 4 = ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า** ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )



**สมมติฐาน 2C** : การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตามระดับรายได้  
**ตารางที่ 4.38** ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภท  
 วิตามินตามระดับรายได้

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทวิตามิน	F จากการ คำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
<b>การตัดสินใจซื้อในภาพรวม (n = 400)</b>			
การเลือกสินค้า	1.69	.168	-
การเลือกตราสินค้า	4.53	.004*	(1,3)(1,4)
การเลือกร้านค้า	4.74	.003*	(2,3)
รวม	4.99	.002*	(1,3)(1,4)
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบการซื้อสินค้า (n = 168)</b>			
การเลือกสินค้า	0.20	.900	-
การเลือกตราสินค้า	0.64	.592	-
การเลือกร้านค้า	0.62	.606	-
รวม	0.50	.681	-
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (n = 165)</b>			
การเลือกสินค้า	1.20	.353	-
การเลือกตราสินค้า	0.55	.647	-
การเลือกร้านค้า	1.65	.180	-
รวม	0.67	.575	-
<b>การตัดสินใจซื้อในกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม (n = 67)</b>			
การเลือกสินค้า	0.04	.990	-
การเลือกตราสินค้า	0.85	.472	-
การเลือกร้านค้า	2.01	.121	-
รวม	0.75	.525	-

หมายเหตุ 1 = ต่ำกว่า 15,000 บาท, 2 = 15,000 – 29,999 บาท, 3 = 30,000 – 44,999 บาท และ 4 = 45,000 บาทขึ้นไป

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมและรายด้าน ได้แก่การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้าแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนเลือกสินค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินไม่แตกต่างกัน

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า** ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมและรายด้าน ได้แก่การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมและรายด้าน ได้แก่การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมและรายด้าน ได้แก่การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่าง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินและระดับรายได้ได้ดังนี้



**ตารางที่ 4.39** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		3.67	3.77	3.90	3.94
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.67	0.10	0.23*	0.27*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.77		0.13	0.17	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.90			0.04	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.94				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

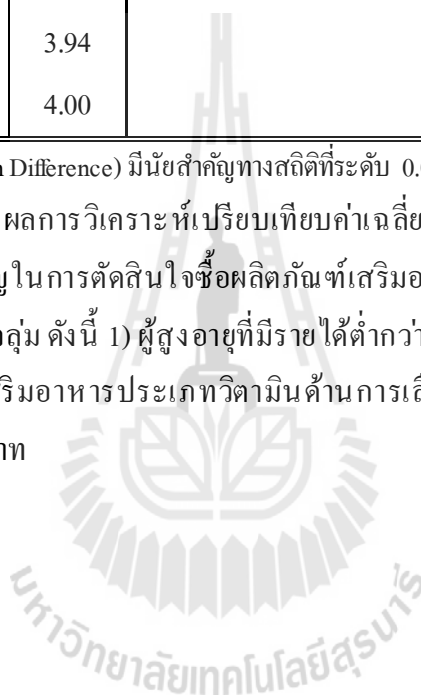


**ตารางที่ 4.40** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		3.75	3.75	3.94	4.00
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	3.75	0.00	0.19	0.25	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.75		0.19	0.25*	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.94			0.06	
3. 30,000 – 44,999 บาท	4.00				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท



**ตารางที่ 4.41** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน

ระดับรายได้	ค่าเฉลี่ย	ระดับรายได้			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 – 29,999 บาท	30,000 – 44,999 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		3.61	3.68	3.82	3.85
1. ต่ำกว่า 15,000บาท	3.61	0.07	0.21*	0.24*	
2. 15,000 – 29,999 บาท	3.68		0.14	0.17	
4. 45,000 บาทขึ้นไป	3.82			0.03	
3. 30,000 – 44,999 บาท	3.85				

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมแตกต่างกัน 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท 2) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป

ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**4.3.3 วัตถุประสงค์ที่ 4** เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

**ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุแตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม (F-test) โดยใช้ตาราง One-Way ANOVA ทดสอบระดับการให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ที่แตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบต่อโดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method) ซึ่งเป็นการทดสอบที่ Conservative ที่สุด มี Power ต่ำสุด และเหมาะสำหรับการทดสอบที่เป็นแบบ Complex Comparison มาทดสอบเปรียบเทียบทีละคู่

**ตารางที่ 4.42** ค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน	F จากการคำนวณ	P-value*	คู่ที่ต่างกัน
การเลือกสินค้า	27.33	.000*	(3,1)(3,2)(1,2)
การเลือกตราสินค้า	33.54	.000*	(3,1)(3,2)(1,2)
การเลือกร้านค้า	36.00	.000*	(3,1)(3,2)(1,2)
รวม	50.11	.000*	(3,1)(3,2)(1,2)

หมายเหตุ : 1 = กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า, 2 = กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และ

3 = กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 พบว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้าแตกต่างกัน ( $P > 0.05$ ) และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่จากการวิเคราะห์ Scheffe's Methods ซึ่งพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติระหว่างการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินและลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ดังนี้

**ตารางที่ 4.43** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต		
		กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
		3.05	3.35	3.70
กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม	3.05		0.30*	0.65*
กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า	3.35			0.35*
กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย	3.70			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าแตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า 2) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และ 3) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย

ดังนั้น ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้ามากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต		
		กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
		3.52	3.74	3.70
กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม	3.52		0.22*	0.65*
กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า	3.74			0.35*
กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย	4.07			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า 2) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และ 3) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย

ดังนั้น ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้ามากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต		
		กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
		3.49	3.80	4.11
กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม	3.49		0.31*	0.62*
กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า	3.80			0.31*
กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย	4.11			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าแตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า 2) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และ 3) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย

ดังนั้น ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้ามากกว่า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.46** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่การให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน

ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต		
		กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
		3.40	3.67	4.00
กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม	3.40		0.27*	0.60*
กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า	3.67			0.33*
กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย	4.00			

\*ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง (Mean Difference) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่พบว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินโดยรวมแตกต่างกัน 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า 2) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และ 3) ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย

ดังนั้น ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน โดยรวมมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ 4) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

สมมติฐานข้อที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

สมมติฐานข้อที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ แตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

กลุ่มตัวอย่าง คือผู้สูงอายุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาโดยซื้อเพื่อรับประทานเองมีอายุระหว่าง 50-70 ปีอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของผู้ซื้อ คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเพศชาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปีจำนวน 100 คน และ 2) มีอายุระหว่าง 61-70 ปีจำนวน 100 คน รวมตัวอย่างเพศชายทั้งสิ้น 200 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) มีอายุระหว่าง 50-60 ปีจำนวน 100 คน และ 2) มีอายุระหว่าง 61-70 ปีจำนวน 100 คน รวมกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งสิ้น 200 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทดสอบความเชื่อมั่นจากการหาค่าความสอดคล้องภายในของแอลฟาครอนบาคทุกองค์ประกอบได้ค่า 0.70 ขึ้น ไป นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) โดยนำรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างมาจัดกลุ่มแบบไม่เป็น ขั้นตอน (K-Means Cluster Analysis) โดยใช้การคำนวณหาระยะห่างด้วยวิธี Euclidean Distance เพื่อจัดกลุ่มผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายกัน อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ในส่วนนี้เป็นการสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการนำไปใช้และวิจัยต่อไป



## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้วยตัวเองใน เวลา 1 ปีที่ผ่านมา และอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าเป็น เพศชาย ร้อยละ 50 และเพศหญิง ร้อยละ 50 อายุระหว่าง 50 - 60 ปี ร้อยละ 50 อายุ ระหว่าง 61-70 ปี ร้อยละ 50 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 73.00 รองลงมา คือโสด ร้อยละ 10.50 และหม้ายร้อยละ 10.50 ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือระดับปริญญา ตรี ร้อยละ 42.80 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 35.80 และ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อย ละ 21.40 ตามลำดับ ประกอบอาชีพส่วนใหญ่คือรับข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 35 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 31.25 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ร้อย ละ 29.50 ตามลำดับ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ 45,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 37 รองลงมาคือ 15,000 – 29,999 บาท ร้อยละ 23.25 และ 30,000 – 49,999 บาท ร้อยละ 21.75 ตามลำดับ

### 5.1.2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นด้านความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านความคิดเห็นต่อ ตนเองและสิ่งรอบตัว และด้านกิจกรรม ตามลำดับ นอกจากนี้ สามารถสรุปการให้ความคิดเห็น เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านกิจกรรมให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ซื้อสินค้าในร้านค้าขนาดใหญ่มากที่สุด รองลงมาคือ การปรับปรุงพัฒนาการทำงาน และมีความสุข เมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น ตามลำดับ

ด้านความสนใจให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็น เกี่ยวกับการรู้สึกรูมใจในสิ่งที่ตนเองสร้างและทำด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาคือปัจจุบันมีชีวิตที่ดีกว่าที่ ผ่านมาและติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปทางสังคมทางสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวให้ความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปกป้องอนุรักษ์ต้นไม้และสัตว์ป่ามากที่สุด รองลงมาคือการวางแผน ชีวิตล่วงหน้า และเชื่อมั่นในตนเอง ตามลำดับ

### 5.1.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุโดยแบ่งกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผลการศึกษาพบว่า จากการแบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถจำแนกลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไปดังนี้

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า** ผู้สูงอายุในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53 มีอายุ 50-60 ปีร้อยละ 53 สถานภาพสมรสร้อยละ 69 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 45.80 อาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 37.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 36.30

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ผู้สูงอายุในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 57 มีอายุ 50-60 ปีร้อยละ 59.40 สถานภาพสมรสร้อยละ 70.10 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.30 อาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจร้อยละ 41.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 48.50

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ผู้สูงอายุในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.70 มีอายุ 61-70 ปีร้อยละ 80.60 สถานภาพสมรสร้อยละ 70.10 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 73.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขายร้อยละ 53.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 49.30

### 5.1.4 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุปีนรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ในแต่ละกลุ่มมีดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า จากการแบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถจำแนกลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่มโดยแต่ละกลุ่มจะมี กิจกรรม ความสนใจ ที่แตกต่างกัน แต่ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขายสินค้า มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้

ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญเห็นมากที่สุด คือ มักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อขายสินค้าใหม่ รองลงมาคือ มักจะออกจากบ้านเพื่อซื้อขายสินค้าและทำกิจกรรมอย่างอื่นด้วย และมักจะบันทึกวีดีโอเก็บสิ่งที่สนใจไว้ ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญเห็นมากที่สุด คือ มักจะให้ความสำคัญกับการแต่งตัวและมีความสุขเมื่อได้สนทนาพูดคุยเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งตัว รองลงมาคือมักจะไม่ได้แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน และมักจะติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปของสังคม ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้

ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ มักจะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม รองลงมาคือ ปรับปรุงพัฒนาการทำงาน และมักจะมีความสุขเมื่อทำกิจกรรมกับคนอื่น ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ อาสาทำงานช่วยเหลือผู้อื่น รองลงมาคือมักจะจัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้ และมีชีวิตในปัจจุบันที่ดีกว่าที่ผ่านมา ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** มีรูปแบบการดำเนินชีวิตรายด้านดังนี้

ด้านกิจกรรม ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ มักจะซื้อสื่อเตอร์เป็นประจำ รองลงมาคือ เข้าร่วมงานบุญตามประเพณี และกิจกรรมทางศาสนา อยู่เสมอ และมักจะดูการแสดง เช่น ละครเวที คอนเสิร์ต ดนตรีตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ ภูมิใจในสิ่งที่ท่านสร้างหรือทำด้วยตนเอง รองลงมาคือมีชีวิตในปัจจุบันที่ดีกว่าที่ผ่านมา และมักจะไม่แตกต่างแตกต่างจากเพื่อน

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 ให้ความคิดเห็นมากที่สุดคือ คิดว่าตนเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน รองลงมาคือ เป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง และมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า ตามลำดับ

## สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์

### วัตถุประสงค์ที่ 1 : เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาพบว่า จากรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถจำแนกลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันไป โดยการตั้งชื่อลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุกำหนดตาม กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีต่อตนเอง และสิ่งรอบตัวของผู้สูงอายุ ซึ่งความหมายของลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตบ่งบอกถึงจุดศูนย์กลางความสนใจของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถนำมาคาดคะเนความสนใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียงกันกับความสนใจที่เป็นจุดศูนย์กลางได้ (Berkman, Lindquist and Sirgy, 1997) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมาตรฐานตัวแปรที่มากที่สุดในแต่ละกลุ่ม สามารถสรุปลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุได้ ดังนี้

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขาย** มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย โดยมักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อขาย และเมื่อออกจากบ้านเพื่อซื้อขายจะทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น รับประทานอาหาร ดูภาพยนตร์ มักจะซื้อสินค้าจากร้านค้าขนาดใหญ่ ซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ และชอบการบันทึกวีดีโอเก็บสิ่งที่สนใจไว้

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** มีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ของกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นความสมบูรณ์แบบฐานะทางการเงินค่อนข้างดี มักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้าและหลังเกษียณอายุ สามารถจัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้ ปัจจุบันมีชีวิตที่ดีกว่าที่ผ่านมา มักอาสาช่วยเหลือผู้อื่น และมีเพื่อนที่สามารถช่วยเหลือซึ่งกันได้

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** มีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ของกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการพบปะผู้คน ชอบเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและทางวัฒนธรรม ชอบดูการแสดง คิดว่าตัวเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน ซื้อลอตเตอรี่เป็นประจำ และมีความรู้สึกภูมิใจในสิ่งที่สร้างมาด้วยตนเอง

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้สูงอายุเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ด้านการเลือกสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้า และเลือกสินค้าตามลำดับ นอกจากนี้ สามารถสรุปการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าจากส่วนผสมของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ในการรับประทานแล้วมากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ และเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ และเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพ ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือ เลือกร้านค้าที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย และเลือกร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่างรายด้านในแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า** ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ รองลงมาคือการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ และการเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และการเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสม และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพเลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ และเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์มากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ และเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม และเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ตามกฎหมายมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง และเลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินรายด้านดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากปริมาณต่อ 1 เม็ด ตามลำดับ

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ เลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ และเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด รองลงมาคือเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง และเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ตามกฎหมาย ตามลำดับ

## สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 :** เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

**สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1** รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมผู้สูงอายุที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีการศึกษาดำเนินชีวิตต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้สูงอายุที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าทุกอาชีพ

ผู้สูงอายุที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 15,000 – 29,999 บาทต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน พบว่า

### กลุ่มที่ 1 ผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้า

ผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P > 0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรมและความสนใจไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีการศึกษาดำเนินชีวิตต่ำกว่าปริญญาตรีให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีการศึกษาดำเนินชีวิตต่ำกว่าปริญญาตรีให้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ความสนใจแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) แต่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน พ่อบ้าน และผู้สูงอายุที่มีอาชีพพนักงาน บริษัทและลูกจ้าง และผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุที่สนใจการซื้อสินค้าที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

#### **ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย**

ผู้สูงอายุกลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) แต่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมและรายได้ ได้แก่ กิจกรรม และความสนใจไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุกลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุกลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )



### ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม

ผู้สูงอายุกลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้สูงอายุกลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

ผู้สูงอายุกลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรมแตกต่างกัน ( $P>0.05$ ) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวไม่แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มชอบการเข้าสังคมที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมน้อยกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ตั้งแต่ 45,000 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

**ผลการศึกษาพบว่า** ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ไม่แตกต่างกัน ส่วน ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 30,000 – 44,999 บาท และผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้าของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน พบว่า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่สนใจการซื้อสินค้า กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่เน้นความมั่นคงและความปลอดภัย และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม ที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้าและเลือกร้านค้าไม่แตกต่างกัน ( $P>0.05$ )

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 :** เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

**สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 3** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุแตกต่างกันตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

**ผลการศึกษาพบว่า** ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า เลือกตราสินค้า และเลือกร้านค้าแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า พบว่า ผู้สูงอายุมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้มีความสำคัญต่อการเลือกสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (กลุ่มที่ 2) ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสินค้ามากกว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสนใจการซื้อสินค้า (กลุ่มที่ 1) และผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบการเข้าสังคม (กลุ่มที่ 3)

ด้านการเลือกตราสินค้า พบว่า ผู้สูงอายุมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้มีความสำคัญต่อการเลือกตราสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (กลุ่มที่ 2) ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้ามากกว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสนใจการซื้อสินค้า (กลุ่มที่ 1) และผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบการเข้าสังคม (กลุ่มที่ 3)

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้มีความสำคัญต่อการเลือกร้านค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย (กลุ่มที่ 2) ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้ามากกว่าผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตสนใจการซื้อสินค้า (กลุ่มที่ 1) และผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบการเข้าสังคม (กลุ่มที่ 3)

## 5.2 การอภิปรายผล

### 5.2.1 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเมื่อเครื่องมือการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบไปด้วย 41 ข้อคำถามที่สร้างขึ้นในงานวิจัยนี้มาจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มจะพบว่าแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันไปดังนี้

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อขาย** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด 168 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย โดยมักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ๆ ในการซื้อขาย และเมื่อออกจากบ้านเพื่อซื้อขายจะทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น รับประทานอาหาร ดูภาพยนตร์ มักจะซื้อขายจากร้านค้าขนาดใหญ่ ซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ และชอบการบันทึกวิดีโอเก็บสิ่งที่น่าสนใจไว้

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัย** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.25 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50 – 60 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นความสมบูรณ์แบบฐานะทางการเงินค่อนข้างดี มักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้าและหลังเกษียณอายุ สามารถจัดการปัญหาต่างๆ ในชีวิตได้ ปัจจุบันมีชีวิตที่ดีกว่าที่ผ่านมา มักอาสาช่วยเหลือผู้อื่น และมีเพื่อนที่สามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคม** มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.75 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 61 – 70 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่มนี้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการพบปะผู้คน ชอบเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และทางวัฒนธรรม ชอบดูการแสดง คิดว่าตัวเองดูอ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน ซื้อเสื้อผ้าเป็นประจำ และมีความรู้สึกภูมิใจในสิ่งที่สร้างมาด้วยตนเอง

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้เทียบกับงานวิจัย Shufeldt, Oates and Vought (1998) ที่ศึกษาผู้สูงอายุในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งกลุ่มลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้สูงอายุได้จำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทยได้จำนวน 3 กลุ่ม การได้จำนวนกลุ่มน้อยกว่าเมื่อศึกษาในกลุ่มประชากรประเทศไทย อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุเฉพาะบริเวณห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นแบบเฉพาะเจาะจงคือ เลือกเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ประเภทวิตามินเท่านั้น ทำให้ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีรายได้ค่อนข้างสูง และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทำให้การแสดงออกทางกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นมีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการแบ่งลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตจึงได้จำนวนที่น้อยกว่าในการศึกษาครั้งนี้

### 5.2.2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในระดับมากทุกด้าน โดยให้ความสำคัญในด้านการเลือกร้านค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการเลือกตราสินค้า และด้านการเลือกสินค้า ตามลำดับ นอกจากนี้ สามารถสรุปการให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Miller, Russell and Kissling (2003) ซึ่งให้เห็นถึงการตัดสินใจเลือกสินค้า ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกสินค้าจากคุณสมบัติของสินค้ามาเป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจ โดยพบว่าปริมาณต่อ 1 เม็ดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด

ด้านการเลือกตราสินค้า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ในการรับประทานแล้ว รับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า และมีการรับประกันคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Erdem and Swait (2011) ที่พบว่าผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่ตนรับรู้ถึงคุณภาพ รับรู้ถึงความเสี่ยงของสินค้า เพื่อลดเวลาในการเลือกซื้อ แต่หากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นเลยผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับผลของงานวิจัยของ Wernerfelt (1988) ซึ่งเห็นว่าถ้าผู้บริโภคยังไม่มีตราสินค้าที่แน่นอน ผู้บริโภคจะคำนึงถึงตราสินค้าที่ตนรู้จักก่อน หรืออาจจะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนการทำการตัดสินใจ โดยการพูดคุยกับเพื่อน ครอบครัว หรือผู้ที่สามารถแนะนำได้ เช่น พนักงานขาย หรือจากสื่อต่างๆ เพราะหากผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากเพียงใด การคาดการณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าก็จะทำได้ดียิ่งขึ้น ความเสี่ยงก็จะลดลง ผู้บริโภคบางคนอาจจะตัดสินใจเลือกสินค้าที่เคยใช้แล้วรู้สึกพอใจ เพราะรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า หรือเลือกสินค้าที่มีราคาสูงเพราะความคาดหวังว่าสินค้าที่มีราคาแพงน่าจะมีคุณภาพดีกว่า หากผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์กับตัวสินค้า ก็มักจะไวใจเลือกตราสินค้าที่ตนรู้จักหรือมีการรับประกันสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัย Wangcharoen, Amornlerdpison and Mengumphan (2013) ที่พบว่าผู้บริโภคพิจารณาเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ (อ.ย.) มากที่สุดในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ด้านการเลือกร้านค้า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายที่มีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Tan and Freatthy (2011) ได้ชี้ว่าผู้บริโภค

จะให้ความสำคัญกับเลือกร้านค้าที่ความสามารถของพนักงานในการบริการ ประกอบการตัดสินใจเลือก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mazurskhy and Jacoby (1986); Levy and Weitz (2001); and Blackwell (2007) ซึ่งว่าผู้บริโภคจะประเมินจากคุณภาพของการบริการมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกร้านค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเป็นสินค้าที่ส่งผลต่อสุขภาพผู้สูงอายุโดยตรง ผู้สูงอายุอาจมีความรู้สึกเหมือนการซื้อยารับประทาน ซึ่งมีความเสี่ยงและสามารถทำให้เกิดอันตรายต่อผู้รับประทานได้ ผู้สูงอายุจึงเลือกร้านค้าที่มีผู้ให้บริการที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี และมีทักษะในการให้บริการที่สุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด

### 5.2.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ผู้สูงอายุมที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุมที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าผู้สูงอายุมที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกระทรวงสาธารณสุข (2558) กล่าวว่าผู้สูงอายุมที่มีการศึกษาสูงจะมีความสามารถในการดูแลตนเองและมีโอกาสเลือกทำกิจกรรมได้ดีและมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุมที่มีการศึกษาค่ำ และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่าการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิต ผู้ที่มีการศึกษาค่ำมักจะมิแนวโน้มการบริโภคที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุมที่มีอาชีพแม่บ้าน พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าทุกอาชีพ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้สูงอายุมที่มีงาน ทำจะมีรายได้แน่นอนและมากเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับผลวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านรายได้ของผู้สูงอายุมซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุมที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัวแตกต่างกันด้วย โดยผู้สูงอายุมที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยกว่าผู้สูงอายุมที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุมที่ยังคงประกอบอาชีพ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงก็จะส่งผลต่อความสามารถในการช่วยเหลือตนเอง มีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทำให้สามารถดำเนินชีวิตทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีความสุขซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Huguet , Kaplan and Feeny (2008) พบว่ารายได้มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุม และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุภาภรณ์ พลนิกร

(2548) กล่าวว่าร่ายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความสามารถในการใช้จ่ายและการดำรงชีวิต

#### 5.2.4 เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันตาม ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่มีการศึกษาและรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาแตกต่างกันของผู้สูงอายุส่งผลให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน ได้แก่ การเลือกสินค้า และการเลือกตราสินค้า โดยผู้สูงอายุที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้า และการเลือกตราสินค้าน้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาวินิ ดันติผาดิ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Ghazali, Mutum and Ching (2006) พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำ และผู้ที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไม่แตกต่างกัน

รายได้แตกต่างกันของผู้สูงอายุส่งผลให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินแตกต่างกัน ได้แก่ การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาวินิ ดันติผาดิ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554) พบว่าร่ายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Ghazali, Mutum and Ching (2006) พบว่า ปัจจัยร่ายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นประจำ และผู้ที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

#### 5.2.5 เปรียบเทียบลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ได้แก่ การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการเลือกสินค้า ผู้สูงอายุมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกสินค้าแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้า และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมจะให้ความสำคัญกับ

การเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมมากที่สุด ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยจะให้ความสำคัญกับการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์มากที่สุดซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ Miller, Russell and Kissling (2003) พบว่า ลักษณะของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน

**ด้านการเลือกตราสินค้า** ผู้สูงอายุมีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์มากที่สุด กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยจะให้ความสำคัญการเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพเลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ และเลือกตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์มากที่สุด และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญกับการเลือกตราสินค้าที่รับรู้ถึงคุณภาพสินค้ามากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ Krishnan (2011) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าแตกต่างกัน และ สอดคล้องกับการศึกษาของ Miller, Russell and Kissling (2003) พบว่าลักษณะของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน

**ด้านการเลือกร้านค้า** ผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้านการเลือกร้านค้าแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 กลุ่มสนใจการซื้อสินค้าให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุด กลุ่มที่ 2 กลุ่มเน้นความมั่นคงและความปลอดภัยจะให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม และต้องมีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตามกฎหมายมากที่สุด และกลุ่มที่ 3 กลุ่มชอบการเข้าสังคมให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าที่มีพนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมมากที่สุดซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษา Mahalakshmi and Chitra (2013) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน และ สอดคล้องกับการศึกษาของ Shufeldt , Oates and Vaught (2006) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการเลือกร้านค้าในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการศึกษพบว่า มีข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ ที่สนใจตลาดผู้สูงอายุ ดังนี้

5.3.1.1 นักการตลาดสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด พัฒนาการสื่อสารการตลาดให้ตรงตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่ม โดยผลการศึกษพบว่าลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเน้นความปลอดภัยและความมั่นคง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สมบูรณ์แบบกว่ากลุ่มอื่น มีฐานะทางการเงินดี มีการวางแผนชีวิตล่วงหน้าและหลังเกษียณอายุ และสามารถจัดการปัญหาต่างๆ ในชีวิตได้ ซึ่งผลการศึกษาเปรียบเทียบแต่ละกลุ่มพบว่ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุด อีกทั้งมีจำนวน มากถึงร้อยละ 41.25 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลข้างต้นไปใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด

5.3.1.2 ด้าน การเลือกร้านค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินจากผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุคาดหวังกับความสามารถในการให้บริการที่ดีของพนักงานขาย ดังนั้นห้างสรรพสินค้า รวมถึงร้านค้า ควรคัดเลือกพนักงานขายที่มีทักษะ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า จัดอบรมพนักงานขายให้มีความเป็นผู้นำให้บริการ (Service mind) และอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเป็นตัวแทนขาย เพราะพนักงานขายเป็น บุคคลที่มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5.3.1.3 ด้าน การเลือกสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินจากผลการวิจัยพบว่าส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินผู้สูงอายุให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด ดังนั้น ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ควรใส่ใจการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากการแสดงข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคในการเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อ และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหารในผลิตภัณฑ์ด้วย เพราะ หากผู้บริโภคมีปัญหาสุขภาพจะให้ความสนใจกับข้อมูลสารอาหารมากเนื่องจากต้องระมัดระวังในการรับประทาน

5.3.1.4 การเลือกตราสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน จากผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์ การซื้อแล้ว เพราะรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยตรง ทำให้ผู้บริโภคต้องใส่ใจในการเลือกซื้ออย่างมาก ดังนั้น ผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน ควรคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ และควรส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้าเปลี่ยนตราสินค้า และช่วยทำให้เกิดความภักดี



ต่อตราสินค้าด้วย นอกจากนี้ควรสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่ด้วย เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การแจกแผ่นปลิว (Leaflet) ให้ข้อมูลความรู้และประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.2.1 งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินด้วยตนเอง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุไปยังพื้นที่เมืองใหญ่ในเขตภูมิภาคอื่น ๆ เนื่องจากมีความแตกต่างในแง่ของสภาพแวดล้อม เพื่อนำผลการศึกษามาได้มาเปรียบเทียบและวางแผนการตลาด

5.3.2.2 เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินของผู้สูงอายุมากขึ้น ควรนำข้อมูลลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตจากงานวิจัยนี้มาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน (6Ws 1H) เพื่อนำผลการศึกษามาวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มมากขึ้น

5.3.2.3 ควรทำการวิจัยปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ปัจจัยด้านการรับรู้ หรือปัจจัยด้านแรงจูงใจ เป็นต้น เพื่อนำผลการศึกษามาปรับใช้ให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

5.3.2.4 ควรนำผลการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้สูงอายุมาศึกษาหาผลกระทบที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การเลือกสินค้า การเลือกตราสินค้า และการเลือกร้านค้า เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงแผนการตลาด หรือกิจกรรมทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น

## 5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย

5.4.1 ในการศึกษานี้มีข้อจำกัดในการเลือกข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นร้านค้าทันสมัยหรือสมัยใหม่ (Modern Trade) อาจทำให้ผลที่ได้ไม่สามารถใช้ได้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างจากร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ที่มีความแตกต่างกัน

5.4.2 ในการศึกษานี้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน

5.4.3 ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในการเลือกข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ผลที่ได้ไม่สามารถใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเภทอื่น ที่มีความต้องการสารอาหารแตกต่างกัน





รายการอ้างอิง

## รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารพร้อมปรุงพร้อมทาน. อุตสาหกรรมสาร. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?Fileticket=KZNkH9fTng0%3D&tabid=70>.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2546). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. ๒๕๔๖. [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.oppo.opp.go.th/info/pororbtorTH\\_46-2-53.pdf](http://www.oppo.opp.go.th/info/pororbtorTH_46-2-53.pdf).
- กระทรวงสาธารณสุข. (2558). บทบาทผู้สูงอายุต่อสังคม ครอบครัว ชุมชน. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/topic006.php>.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). สถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2553). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จงจิต ฤทธิรงค์, ศุทธิดา ชนวนวัน และปราโมทย์ ประสาทกุล. (2556). การสูงวัยของประชากรในประชาคมอาเซียน Population Ageing in ASEAN. [ออนไลน์] ได้จาก file:///C:/Users/NB/Downloads/2013-Chapter1-PopulationAgeinginASEAN.pdf.
- จินดา บุญช่วยเกื้อกุล และคณะ. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. องค์การอาหารและยา. [ออนไลน์] ได้จาก. <http://www.oryor.com/index.php/th/library/item/7605>.
- จิรวุฒิ หลอมประโคน และประพล เปรมทองสุข. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ม.อ.บด. 3(1): 145-162.
- จันทนา เวสพันธ์ และคณะ. (2547). อาหารเพื่อสุขภาพ (หน้า 153). พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. สำนักงานเลขาธิการ วุฒิสภา. [ออนไลน์] ได้จาก. [http://library.senate.go.th/document/Ext6078/607\\_0002.pdf](http://library.senate.go.th/document/Ext6078/607_0002.pdf).

- ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ ศรีโยธิน. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ดารา ทิปะปาล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ทัศนีย์ แน่นอุดร. (2544). **ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่จำเป็นหรือจำเป็นสำหรับสุขภาพ (หน้า 5)**.  
นนทบุรี: พิมพ์ดี
- ธานี นทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นงลักษณ์ สุขวานิชย์ศิลป์. (2540). ความก้าวหน้าของเภสัชวิทยาของยา และอาหารเสริม สำหรับผู้สูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ไทยมิตรการพิมพ์.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล และ ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์. (2554). จุดเปลี่ยนประชากรประเทศไทย. ประชากรและสังคม พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล 2554 : 13-22.
- ปรีชา หมวดหุล. (2549). **วิตามินที่ (ร่างกาย) คุณต้องการ (หน้า 11)**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเค็ลด์ไทยจำกัด.
- เปรมจิตต์ สิทธิศิริ. (2542). **กิน-อยู่เพื่อสุขภาพ (หน้า 39)**. กรุงเทพมหานคร: เอ็มมี เทรดั้ง.
- เปรมจิตต์ สิทธิศิริ และสุทิน เกตุแก้ว. (2542). **กิน-อยู่เพื่อสุขภาพ เล่ม 2: วิตามินและเกลือแร่ (หน้า 77)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ
- พันธ์ทิพย์ สิทธิปัญญา. (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินชนิดเม็ดของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มช. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพลินใจ ดังคณะกุล. (2547). **อาหารเสริมสุขภาพที่คุณน่าจะติดตาม**. อาหารเสริมสุขภาพ. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.ku.ac.th/magazine/april45/know/food.html>.
- ภาวิณี ต้นติผาดิ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2554). การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรังสิต. 1(1) : 1-19
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2553). รายงานประจำปีสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2553. **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย**. กรุงเทพมหานคร: บริษัททีคิวพีจำกัด

- รักษ์เกียรติ จิรันธร. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 13(2): 219-232.
- เริงฤทธิ์ สัปพันซ์. (2556). คู่มืออาหารเสริมฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็มไอเอส.
- เลิศหญิง หิรัญ โญ. (2545). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาโภชนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรจักร ศิริบริรักษ์ และ สุรศักดิ์ รักษามาน. (2548). คู่มือดูแลสุขภาพด้วยวิตามินและเกลือแร่. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โอลิสติก พับลิชชิ่ง.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2553, เมษายน). ประชาชนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น. สารสุขภาพ. 3(13).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556ก). เตรียมตัวให้พร้อมในวัยสูงอายุ ตอนที่ 1. [ออนไลน์] ได้จาก: [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll\\_elderly-1.jsp](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll_elderly-1.jsp)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556ข). เตรียมตัวให้พร้อมในวัยสูงอายุ ตอนที่ 2. [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll\\_elderly-2.jsp](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/poll_elderly-2.jsp).
- เสกสรร วีระสุข และ วราภรณ์ อติสรประเสริฐ. (2557). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 5(1) : 65-79.
- แสงเดือน มุสิกธรรมณี. (2545). ความต้องการด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ (หน้า 7). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไอซีเทคส์.
- สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ท็อปจำกัด.
- ศุภร เสรีรัตน์ และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2534). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช,
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2550). แนวโน้มอาหารเสริมสุขภาพปี 2551. ปรับพฤติกรรมภาวะค่าครองชีพ. กรุงเทพฯ : 13(2065).
- วาสนา ขาววิชัย และคณะ. (2557). ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่อสุขภาพของผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.agro.cmu.ac.th/absc/data/011.pdf>

- วีรศักดิ์ เมืองไพศาล. (2553). **สุขภาพดีสมใจในวัยสูงอายุ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่นจำกัด
- หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. (2555). **คนไทยใช้จ่ายเงินเพื่อสุขภาพเพิ่มกระฉูด**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.thaipost.net/node/51440>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2534). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อานดี นิติธรรมยงค์. (2547). **อาหารเพื่อสุขภาพ (หน้า 136)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:  
แม่บ้าน.
- Assael, H. (1987). **Consumer Behavior and Marketing Action**. Boston: PWS-Kent Publishing  
Co.
- Berkman, H.W., Lindquist, J.d. and Sirgy, M.J. (1997). **Consumer behavior**. Chicago: NTC  
Publishing Group.
- Brackwell, R., D'Souza, C., Taghian, M., Miniard, P. and Engel, J. (2007). **Consumer Behavior:  
An asia Pacific Approach**. Thomson Learning. Victoria.
- Chamhuri, N. and Batt, P. J. (2013). Segmentation of Malaysian shoppers by store choice  
behaviour in their purchase of fresh meat and fresh produce. **Journal of Retailing and  
Consumer Services**. 20(6): 516-528. doi:10.1016/j.jretconser.2013.06.008.
- Dickinson, A. and Mackay, D. (2014). Health habits and other characteristics of dietary  
supplement users: a review. **Nutrition Journal**. 13(14). [Online]. Available: <http://www.nutritionj.com/content/13/1/14>.
- Engel, J.E., Blackwell, R. D. and Kollat, D. T. (1978). **Consumer Behavior**, 3rd Edition, the  
Dryden Press.
- Erdem, T. and Swait, J. (2004). Brand credibility, brand consideration, and choice. **Journal of  
Consumer Research**. 31(1): 191-198.
- Hair, J. F., Jr, Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). **Multivariate  
data analysis (6a Ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. and Coney, K. A. (2000). **Consumer behavior- building marketing  
strategy**, 8<sup>th</sup> edition. New York, NY: Irwin/McGraw-Hill.

- Huguet, N., Kaplan, M.S. and Feeny, D. (2008). Socioeconomic status and health-related quality of life among elderly people: results from the Joint Canada/United States Survey of Health. **Social Science & Medicine**. 66(4): 803-810.
- Ghazali, e., Mutum, D. and Ching, L. L. (2006). Dietary supplement users vs non-users in malaysia: profile comparisons for marketing purposes. **Advances in Global Business Research**. 3(1): 43-54
- Kline, P. (1993). **A Handbook of Test Construction**. London, UK: Routledge.
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle-A Tool for Understanding Buyer Behavior. **Journal of Economics and Management**. 5(1) : 283-298.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning, implementation, and control** 9<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management**. The millennium edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. (2003) **Marketing Management**, 11th Edition, European edition, Prentice Hall.
- Lazer, W. (1985). **Inside the mature market, American Demographics**. March: 23-5.
- Levy, M. and Weitz S. (2001). **Retailing Management fourth ed**. McGraw-Hill, Irwin.
- Lin, L. Y., Shih, H. Y. and Lin, S. W. (2012). The Influence of Lifestyle and Money Attitude on Purchase Decision: The Moderating Effect of Marketing Stimulation and Personal Value. **International Journal of Advanced Scientific Research and Technology**, 2(2): 442 - 470.
- Mahalakshmi, V. and Chitra, D. (2013). An Empirical study on lifestyle segmentation on the retail store attributes that are important to old people, **Journal of Marketing & Management**. 2(3): 92-99.
- Mazursky, D. and Jacoby, J. (1986). Exploring the development of store images. **Journal of Retailing**. 62: 145-165.
- Miller, C. K., Russell, T. and Kissling, G. (2003). Decision-making patterns for dietary supplement purchases among women aged 25 to 45 years. **Journal of the American Dietetic Association**. 103(11): 1523-6. DOI: 10.1016/j.jada.2003.08.019.
- Mowen, J. C. and Minor, M. (1998). **Consumer Behavior**. (5th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Pender.



- Prasartkul, P. (2012). Aging and Health. Paper presented at the Queen Sri Savarindira and Prince Mahidol Commemorative United Conference, **Mahidol Learning Center**, Mahidol University, Salaya Campus, Nakhon Pathom, Thailand
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. **Journal of Marketing**, 38: 33-37.
- Reimer, B. (1995). **Youth and Modern Lifestyle in Youth Culture in late Modernity**. Johan Fomas and Goran Bolin. London: Sage Publications.
- Sathish, S. and Rajamohan, A. (2012). Consumer behavior and lifestyle marketing. **International Journal of Marketing**, 1(10): 153-166.
- Shufeldt, L., Oates, B. and Vought, B. (1998). Is lifestyle an important factor in the purchase of OTC drugs by the elderly? **Journal of Consumer Marketing**. 15(2): 111-117.
- Solomon, M. R. (1999). **Consumer Behavior**. 4th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Tai, S. H. C and Tam, J. L. M. (1997). A Lifestyle Analysis of Female Consumers in Greater China. **Psychology & Marketing John Wiley & Sons, Inc**. 14(3): 287-307
- Tan, J. P. T. and Freathy, P. (2011). Consumer decision making and store patronage behavior in traditional Chinese Medicine (TCM) halls in Singapore. **Journal of Retailing and Consumer Services**. 18(2011) : 285-292.
- Wangcharoen, W., Amornlerdpison, D. and Mengumphan, K. (2013). Factors influencing dietary supplement consumption: A case study in Chiang Mai, Thailand. **Maejo International Journal of Science and Technology**. 7(1); 155-165
- Weeden, A., Remig, V., Holcomb, C. A., Herald, T. J. and Baybutt, R. C. (2010). Vitamin and Mineral Supplements Have a Nutritionally Significant Impact on Micronutrient Intakes of Older Adults Attending Senior Centers. **Journal of Nutrition for the Elderly**, 29 (2) : 241-254.
- Wells, W. and Prensky, D. (1996). **Consumer Behavior**. United States of America: John Wiley & Sons, Inc
- Wernerfelt, B. (1988). Umbrella Branding as a Signal of New Product Quality: An Example of Signalling by Posting a Bond. **Journal of Economics**. 19 (Autumn) : 458-466.





ภาคผนวก ก.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

--	--	--	--

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และ  
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ทางวิชาการในการทำวิจัย ซึ่งแบบสอบถาม และข้อมูลที่ท่านตอบนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งมากในการวิเคราะห์ข้อมูลให้เกิดความถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

คำแนะนำ : แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดคำถาม 4 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นเพิ่มเติม

ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับทุกประการ จะไม่ส่งผลเสียหายต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

### ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน (Vitamin supplements)

หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติเพื่อเสริมสารอาหารประเภทวิตามินให้กับร่างกาย มักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง ก้อน ของเหลว หรือลักษณะอื่น และมีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ มิใช่สำหรับผู้ป่วย

ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน อาทิเช่น วิตามินเอ วิตามินดี วิตามินอี วิตามินซี วิตามินเค วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 วิตามินบี 5 วิตามินบี 6 วิตามินบี 12 และวิตามินรวม เป็นต้น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. อายุ 50 – 60 ปี ( ) 2. อายุ 61 – 70 ปี

3. สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส  
( ) 3. หม้าย ( ) 4. หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  
( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพปัจจุบัน

- ( ) 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง  
( ) 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( ) 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ส่วนบุคคล)

- ( ) 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ( ) 2. 15,000 – 29,999 บาท  
( ) 3. 30,000 – 44,999 บาท ( ) 4. 45,000 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

คำชี้แจง : โปรดอ่าน ข้อความในแต่ละข้อแล้วพิจารณาเลือกข้อที่ตรงกับกิจกรรมที่ท่านทำ เรื่องที่ท่านให้ความสนใจ และ ความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นที่น่าเสนอดังต่อไปนี้

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>กิจกรรม (Activities)</b>						
1	ท่านมักจะปรับปรุงพัฒนาการทำงาน					
2	ท่านมักจะอ่านหนังสือเป็นงานอดิเรก					
3	ท่านมักจะซื้อสื่อเตอร์เป็นประจำ					
4	ท่านมักจะบันทึกวิดีโอเก็บสิ่งที่สนใจไว้					
5	ท่านมักจะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม					
6	ท่านมักจะเข้าร่วมเป็นคณะทำงานทำกิจกรรมในชุมชนของท่าน					
7	ท่านมักจะอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ					
8	ท่านมักจะดูการแสดง เช่น ละครเวที คอนเสิร์ตดนตรี					
9	ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
10	ท่านมักจะมีความสุขเมื่อทำกิจกรรมกับคนอื่น					
11	ท่านมักจะดูโทรทัศน์อยู่กับบ้าน					
12	ท่านเป็นสมาชิกชมรม เช่น ชมรมกีฬา ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมที่เกี่ยวกับโรคประจำตัว หรืองานอดิเรกที่ชื่นชอบ					
13	ท่านเป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารอย่างน้อย 1 เล่ม					
14	ท่านเข้าร่วมงานบุญตามประเพณี และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ศาสนาอยู่เสมอ					
15	ท่านมักจะไปใช้สิทธิเมื่อมีการเลือกตั้ง					

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16	ท่านมักจะออกจากบ้านเพื่อซื้อสินค้าและทำกิจกรรมอย่างอื่นด้วย เช่น รับประทานอาหาร ดูภาพยนตร์ ฯ					
17	ท่านมักจะซื้อสินค้าในร้านค้าขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า เทสโก้โลตัส บิ๊กซี แม็คโคร ฯ					
18	ท่านมักจะซื้อสินค้าที่มีบริการส่งสินค้าทางไปรษณีย์					
19	ท่านมักจะเปลี่ยนสถานที่ใหม่ ๆ ในการซื้อสินค้า					
20	ท่านออกกำลังกายสม่ำเสมอ เช่น เดิน วิ่ง โยคะ กอล์ฟ แบดมินตัน ฯ					
21	ท่านมักจะดูการแข่งขันกีฬาในสถานที่จริง					
<b>ความสนใจ (Interests)</b>						
22	ท่านมักจะใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว					
23	ท่านติดตั้งระบบความปลอดภัยภายในบ้าน					
24	ท่านมีเพื่อนที่สามารถช่วยเหลือกันได้					
25	ท่านมักจะไม่แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน					
26	ท่านมักจะให้ความสำคัญกับการแต่งตัว และมีความสุขเมื่อได้พูดคุยเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งตัว					
27	ท่านมักจะระมัดระวังความปลอดภัยของอาหารที่ท่านเลือกรับประทาน					
28	ท่านมักจะลองรับประทานอาหารในร้านอาหารใหม่					
29	ท่านมักจะติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง และความ เป็นไปของสังคม ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์					
30	ท่านมักจะอาสาทำงานช่วยเหลือผู้อื่น					
31	ท่านมักจะจัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้					
32	ท่านภูมิใจในสิ่งที่ท่านสร้างหรือทำด้วยตนเอง					
33	ท่านมีชีวิตในปัจจุบันที่ดีกว่าที่ผ่านมา					

ข้อ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ความคิดเห็นต่อตนเอง และสิ่งรอบตัว (Opinions)</b>						
34	ท่านคู่อ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน					
35	ท่านเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง					
36	ท่านมักจะวางแผนชีวิตล่วงหน้า					
37	ท่านคิดว่าความสามารถของท่านยังไม่ถึงขีดสูงสุด					
38	ท่านวางแผนจัดการชีวิตหลังวัยเกษียณอายุ					
39	ท่านซื้อหุ้น หรือลงทุนในพันธบัตรเพื่อออมเงิน สำหรับใช้ในอนาคต					
40	ท่านมีฐานะทางการเงินที่ดี					
41	ท่านคิดว่าควรปกป้องและอนุรักษ์ต้นไม้ สัตว์ป่า ไม่ให้ถูกทำลาย					
42	ท่านคิดว่าการเมืองเป็นเรื่องที่ต้องติดตาม					
43	ท่านมักแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายทาง การเมือง					



### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อความในแต่ละข้อแล้วพิจารณาเลือกข้อที่ตรงกับกรตัดสินใจซื้อของท่านต่อประเด็นที่นำเสนอต่อไปนี้

ข้อ	การตัดสินใจซื้อ	ระดับการให้ความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>การเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>						
1	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการดูปริมาณต่อกล่อง/ขวด (1 กล่องมีกี่เม็ด)					
2	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการดูปริมาณต่อการรับประทาน 1 ครั้ง (ทานครั้งละกี่เม็ด)					
3	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการดูจำนวนครั้งการรับประทานใน 1 วัน (1 วันต้องทานกี่ครั้ง)					
4	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการดูส่วนผสม เช่น วิตามินเอ วิตามินอี หรือวิตามินรวม					
5	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากการดูปริมาณต่อ 1 เม็ด เช่น วิตามินขนาด 500 มิลลิกรัม หรือ 1,000 มิลลิกรัม					
6	ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น วิตามินแบบเม็ด แคปซูล หรือผง					
<b>การเลือกตราสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>						
7	ท่านเลือกตราสินค้าตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ หรือเภสัชกร					
8	ท่านเลือกสินค้าที่ให้ผลตามคำเชิญชวนที่โฆษณาไว้					
9	ท่านเลือกตราสินค้าที่ให้ผลตามที่ท่านคาดหวัง					
10	ท่านเลือกตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ					
11	ท่านเลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเชื่อถือได้					
12	ท่านเลือกตราสินค้าที่ไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง					
13	ท่านเลือกตราสินค้าที่ท่านรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า					

ข้อ	การตัดสินใจซื้อ	ระดับการให้ความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
14	ท่านเลือกตราสินค้าที่ท่านเคยมีประสบการณ์ในการรับประทานแล้ว					
15	ท่านเลือกตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนการซื้อ					
16	ท่านเลือกตราสินค้าที่ท่านเลือกมาแล้วจากบ้าน					
17	ท่านเลือกตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการของท่าน					
<b>การเลือกร้านค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>						
18	ท่านเลือกร้านที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร					
19	ท่านเลือกร้านที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย					
20	ท่านเลือกร้านที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
21	ท่านเลือกร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป					
22	ท่านเลือกร้านที่มีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการหาสินค้า					
23	ท่านเลือกร้านที่จัดวางสินค้าเรียบร้อยสามารถเข้าถึง สินค้าได้สะดวก					
24	ท่านเลือกร้านที่พนักงานขายมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม					
25	ท่านเลือกร้านที่มีจัดโปรโมชั่นลดราคาหรือแถม สินค้า					
26	ท่านเลือกร้านที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง					

#### **ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

ท่านมีข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นอื่น ๆ

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการทำแบบสอบถามค่ะ



**ภาคผนวก ข.**  
**การวิเคราะห์ข้อมูลรายชื่อ**

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นจากการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก และการหาค่าอำนาจ  
จำแนกรายชื่อของแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต จากการ Pretest n=30

ปัจจัยที่ศึกษา	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
<b>ด้านกิจกรรม</b>		<b>.840</b>
ปรับปรุงพัฒนาการทำงาน	.584	.825
อ่านหนังสือ	.425	.833
ซื้อสื่อเตอร์	.215	.858
บันทึกวิดีโอเก็บไว้	.278	.839
เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม	.765	.818
เข้าร่วมเป็นคณะทำงานทำกิจกรรมในชุมชน	.711	.819
อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ	.536	.827
ดูการแสดง เช่น ละครเวที คอนเสิร์ต ดนตรี	.263	.842
เดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	.392	.835
ทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น	.494	.831
เป็นสมาชิกชมรม	.520	.828
เป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร	.480	.830
เข้าร่วมงานบุญตามประเพณี	.306	.838
ออกจากบ้านเพื่อซื้อสินค้า และทำกิจกรรมอื่น	.358	.836
ซื้อสินค้าในร้านค้าขนาดใหญ่	.400	.834
ซื้อสินค้าที่มีบริการส่งทางไปรษณีย์	.529	.828
เปลี่ยนสถานที่ใหม่ ๆ ในการซื้อสินค้า	.371	.835
ออกกำลังกายสม่ำเสมอ	.541	.827
ดูการแข่งขันในสถานที่จริง	.319	.837

ที่มา : จากการสำรวจปี 2558 และการคำนวณ

**ตารางที่ 1** แสดงค่าความเชื่อมั่นจากการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก และการหาค่าอำนาจ  
 จำแนกรายชื่อของแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต จากการ  
 Pretest n=30 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
<b>ด้านความสนใจ</b>		<b>.830</b>
ใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว	.529	.815
ติดตั้งระบบความปลอดภัยภายในบ้าน	.287	.836
มีเพื่อนที่ช่วยเหลือกันได้	.505	.817
ไม่แต่งตัวแตกต่างจากเพื่อน	.597	.808
ให้ความสำคัญกับการแต่งตัว	.605	.807
ระมัดระวังในการเลือกทานอาหาร	.626	.806
ลองรับประทานอาหารในร้านอาหารใหม่ๆ	.338	.830
ติดตามข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ	.652	.802
อาสาทำงานช่วยเหลือผู้อื่น	.735	.792
จัดการปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้	.259	.832
ภูมิใจในสิ่งที่สร้างด้วยตนเอง	.399	.824
ชีวิตในปัจจุบันดีกว่าที่ผ่านมา	.372	.825
<b>ด้านความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งรอบตัว</b>		<b>.861</b>
คู่อ่อนเยาว์กว่าเพื่อนในวัยเดียวกัน	.624	.844
เชื่อมั่นในตนเอง	.487	.854
วางแผนชีวิตล่วงหน้า	.583	.849
ความสามารถยังไม่ถึงขีดสูงสุด	.444	.858
วางแผนจัดการชีวิตหลังวัยเกษียณ	.584	.847
ลงทุนซื้อหุ้นและพันธบัตรเพื่ออนาคต	.601	.849
ฐานะทางการเงินดี	.670	.847
ต้นไม้ สัตว์ป่าควรปกป้องไม่ควรถูกทำลาย	.568	.848
การเมืองเป็นเรื่องที่ต้องติดตาม	.781	.827
แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการเมือง	.549	.851

ที่มา : จากการสำรวจปี 2558 และการคำนวณ

**ตารางที่ 2** แสดงค่าความเชื่อมั่นจากการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก และการหาค่าอำนาจ  
จำแนกรายชื่อของแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน  
จากการ Pretest n=30

ปัจจัยที่ศึกษา	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
<b>การเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>		<b>.936</b>
เลือกจากคูปริมาณต่อกล่อง/ขวด	.690	.938
เลือกจากคูปริมาณต่อการรับประทาน 1 ครั้ง	.813	.924
เลือกจากคูจำนวนครั้งการรับประทานใน 1 วัน	.904	.914
เลือกจากคูส่วนผสม	.804	.925
เลือกจากคูปริมาณต่อ 1 เม็ด	.882	.915
เลือกจากคูลักษณะของผลิตภัณฑ์	.784	.928
<b>การเลือกตราสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>		<b>.823</b>
ตราสินค้าตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ/เภสัชกร	.328	.823
ตราสินค้าที่ให้ผลตามคำเชิญชวนที่โฆษณา	.201	.869
ตราสินค้าที่ให้ผลตามที่ท่านคาดหวัง	.294	.827
ตราสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพ	.638	.795
ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเชื่อถือได้	.464	.811
ตราสินค้าที่ไม่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง	.712	.786
ตราสินค้าที่ท่านรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า	.686	.793
ตราสินค้าที่เคยมีประสบการณ์การรับประทาน	.560	.802
ตราสินค้าที่ได้ศึกษาหาข้อมูลก่อนซื้อ	.801	.778
ตราสินค้าที่เลือกแล้วจากบ้าน	.511	.807
ตราสินค้าที่มีสารอาหารตรงตามความต้องการ	.780	.780

ที่มา : จากการสำรวจปี 2558 และการคำนวณ

ตารางที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นจากการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก และการหาค่าอำนาจ  
 จำแนกรายชื่อของแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน  
 จากการ Pretest n=30 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
<b>การเลือกร้านค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามิน</b>		<b>.911</b>
ร้านค้าที่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ผลิตภัณฑ์	.883	.892
ร้านค้าที่มีใบรับรองขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามกฎหมาย	.665	.903
ร้านค้าที่ตั้งราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	.637	.906
ร้านค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป	.699	.901
ร้านค้าที่จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่	.733	.898
ร้านค้าที่วางสินค้าเรียบร้อย	.731	.898
ร้านค้าที่มีพนักงานขายกิริยาสุภาพอ่อนน้อม	.686	.902
ร้านค้าที่มีจัดโปรโมชั่นลดราคา หรือแถมสินค้า	.504	.915
ร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	.806	.893

ที่มา : จากการสำรวจปี 2558 และการคำนวณ



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวเขาวภา จันทร์พวง เกิดเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2524 ภูมิลำเนาเดิมเป็นชาว  
จังหวัดนครสวรรค์ ที่อยู่ปัจจุบัน 117/32 หมู่ 10 ตำบลวัดไทร อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000

เริ่มเข้าศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาบัญชี ที่วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัด  
นครสวรรค์ สำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ.2541 จากนั้นศึกษาต่อที่โรงเรียนสอนภาษาเยอรมัน  
Hartnackschule ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน ภายหลังจากนั้นปี พ.ศ.2544 ศึกษาต่อในระดับ  
ปริญญาตรีมนุษยศาสตร์บัณฑิต คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง จนจบการศึกษาปี พ.ศ.  
2549 จนเมื่อปี พ.ศ.2555 ได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ (กลุ่ม  
วิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

