

การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ



นางสาว อัญชนิ วิชาภัย บุนนาค

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากว ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-804-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**INFORMATION-SEEKING, ATTITUDES AND  
BANGKOK'S CONSUMER BEHAVIOR OF HEALTH PRODUCTS**

**Miss Anchanee Vichayapai Bunnag**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communications**

**Department of Public Relations**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1997**

**ISBN 974-638-804-5**

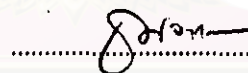
**หัวข้อวิทยานิพนธ์** การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคิดและพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของ  
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ  
**โดย** นางสาวอัญชนิ วิชาภัย นุนนาค  
**ภาควิชา** การประชาสัมพันธ์  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล

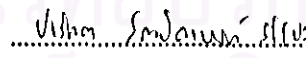
---


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภาวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญลือ)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(อาจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

อัญชนิ วิชยาภัย นุนนาค : การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ  
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ ( INFORMATION - SEEKING, ATTITUDES AND BANGKOK'S  
CONSUMER BEHAVIOR OF HEALTH PRODUCTS) อ.ที่ปรึกษา : ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์  
สโรบล, 145 หน้า. ISBN 974-638-804-5.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพ  
กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 450 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าความ  
แปรปรวนแบบทางเดียว ซึ่งประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และมีพฤติกรรมการบริโภค  
ในระดับต่ำ โดยผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความสะดวกและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ยังคงจัดเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย และ  
เกินจำเป็น และอาจมีความเสี่ยงจากการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการบริโภคมากที่สุดคือ วิตามิน อาหารเสริมและเครื่อง  
สำอางต่างๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อบริโภคเองและมีจำนวนไม่น้อยที่ได้รับเป็นของขวัญ เศรษฐกิจมีผลต่อ  
การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในด้านการแสวงหาข่าวสาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่แสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ โดยนิยม  
แสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนและบริโภคข่าวสารประเภทใกล้ตัวมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแตกต่างกันตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้  
และระดับการดูแลสุขภาพ แต่ไม่แตกต่างกันตามอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และสถานะสุขภาพ
2. การกระทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การบริโภคอาหาร การพักผ่อน การออกกำลังกาย และพฤติกรรม  
สุขภาพอื่นๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
3. ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อ  
สุขภาพ
4. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ ข่าวสารประเภทวิชาการ การด้า บ้านหิงและใกล้  
ตัว และสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่ออื่นๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์  
เพื่อสุขภาพ โดยข่าวสารใกล้ตัวและสื่ออื่นๆมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสูงที่สุด

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา ..... 2540.....

ลายมือชื่อนิติกร ..... อัญชนิ วิชยาภัย นุนนาค.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... ปาริชาติ สถาปิตานนท์.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

# # 3972466328 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: INFORMATION - SEEKING / ATTITUDES / CONSUMER BEHAVIOR / HEALTH PRODUCTS  
ANCHANEE VICHAYAPAI BUNNAG : INFORMATION - SEEKING, ATTITUDES AND  
BANGKOK'S CONSUMER BEHAVIOR OF HEALTH PRODUCTS. THESIS ADVISOR :  
PARICHART STHAPITANONDA SAROBOL, Ph.D. 145 pp. ISBN 974-638-804-5.

The purpose of this research was to study Bangkok's consumer behavior of health products. Questionnaires were used to collect the data from a total of 450 samples. Frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson product - moment correlation coefficient , and one - way analysis of variance (ANOVA) were employed to analyze data. SPSS programme was used for data processing.

It was found that most consumers have neutral attitudes towards health products and have low level consumer behavior. They think health products are practical, good for health but rather risky and unnecessary. Vitamins, health food, and cosmetics are most consumed products. More than half of the consumers buy products for themselves and some receive them as gift. Economic conditions have an effect upon their purchasing decision making. Besides, consumers have low level information - seeking ; they seek information mostly from mass media and consume mostly familiar news.

The results of hypothesis testing are as follows :

1. Sex, profession, income level and health care level have significantly different effect on consumer behavior of health products. However, other factors as age, marital status, education level, and health status do not have significantly different effect on consumer behavior of health products.

2. Health - promoting lifestyles : food taking, rest, exercise and other health behavior are positively correlated with consumer behavior of health products.

3. Attitudes toward health products are positively correlated with consumer behavior of health products.

4. Information - seeking ,through academic, entertainment, advertising and familiar news, and through mass media, interpersonal and other related media, is positively correlated with consumer behavior of health products. Familiar news and other related media are mostly correlated with consumer behavior of health products.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา..... 2540.....

ลายมือชื่อนิสิต..... อังกรณี วิชัยภัย บุนนาค.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... วิภาดา สหวิเศษณ์ สิบมา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยความช่วยเหลือและสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ ได้แก่ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ชนวดี บุญลือ และ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่าน ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิด้านสุขภาพ ได้แก่ อ.สำลี ใจดี และ อ.สุนทรี ท.ชัยสัมฤทธิ์ โชค อาจารย์ประจำคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ และ รศ.ดร.นพ.องอาจ วิพุธศิริ ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำและให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแก่ผู้วิจัย

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณบุคคลต่างๆ ได้แก่ พล.ร.ต.พงจรูญ และคุณจิตรา วิทยากัย บุนนาค คุณพ่อและคุณแม่ของผู้วิจัย ที่สนับสนุนและให้กำลังใจเสมอมา โดยเฉพาะคุณแม่ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยทั้งกายและใจ คุณหญิงน้อมจิตรา จารุเศรณี คุณยายของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนทางการเงินในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ญาติพี่น้องและเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยอย่างเต็มที่ และขอขอบคุณ คุณคณิศ วังสีไพจิตร ที่เป็นผู้ส่งเสริมให้ผู้วิจัยเข้ามาศึกษาต่อที่นี่ และสนับสนุนตลอดมา และคุณเนงราม วงษ์วานิช หัวหน้างานที่เข้าใจและสนับสนุนให้ศึกษาเป็นอย่างดี

อัญชนิ วิทยากัย บุนนาค

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภาพ.....	ง
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	8
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	9
✓ สมมติฐานการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	13
✗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2. ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
การสื่อสารกับสุขภาพ.....	14
การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ.....	19
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
ลักษณะทางประชากรและสังคมเศรษฐกิจ.....	27
รูปแบบการดำเนินชีวิต.....	29
ทัศนคติ.....	36
การแสวงหาข่าวสาร.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51



บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
ประชากร.....	56
กลุ่มตัวอย่าง.....	56
การสุ่มตัวอย่าง.....	57
ตัวแปรในการวิจัย .....	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. ....	58
การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม.....	61
เกณฑ์ในการให้คะแนน.....	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและการนำเสนอข้อมูล.....	66
การประมวลผลข้อมูล.....	67
4. ผลการวิจัย.....	68
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	69
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	89
5. สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	101
สรุปผลการวิจัย.....	102
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	102
ผลการทดสอบสมมติฐาน .....	104
อภิปรายผลการวิจัย.....	106
ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	117
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	119
รายการอ้างอิง.....	121
ภาคผนวก.....	127
ภาคผนวก ก.....	127
ภาคผนวก ข.....	138
ประวัติผู้เขียน.....	145



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	69
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	69
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	70
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	71
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	72
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานะสุขภาพปัจจุบัน.....	73
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโรคประจำตัวของกลุ่มตัวอย่าง.....	73
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการประเมินตนเองในด้านการ ดูแลสุขภาพ.....	74
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการกระทำกิจกรรมที่ส่งเสริม สุขภาพ .....	75
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของ การกระทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ.....	76
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพ .....	77
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารเกี่ยว กับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ .....	78
ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างในการแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จำแนกตามประเภทของข่าวสาร .....	79
ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง .....	80
ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่ออื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	82
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการแสวงหาข่าวสาร จำแนกตามการ ติดตามข่าวสาร.....	83
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้เหตุผลในการติดตาม ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ.....	84
ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จำแนกตามการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแต่ละประเภท.....	85



ตาราง	หน้า
ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการกระทำ กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพประเภทต่างๆ.....	128
ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการกระทำ กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ และค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนความบ่อยครั้งในการกระทำ กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ (รายชื่อ).....	129
ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ และค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ.....	130
ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการแสวงหา ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากข่าวสารประเภทต่างๆ และค่าเฉลี่ยและค่า แปรปรวนของความบ่อยครั้งในแสวงหาข่าวสารจากข่าวสารประเภทต่างๆ (รายชื่อ).....	131
ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการแสวง หาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากข่าวสารประเภทต่างๆ และค่าเฉลี่ย และค่าแปรปรวนของความบ่อยครั้งในแสวงหาข่าวสารจากข่าวสารประเภทต่างๆ.....	132
ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่อมวลชน และค่าเฉลี่ยและ ค่าแปรปรวนของความบ่อยครั้งในแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน.....	133
ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการแสวง หาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่อบุคคล และค่าเฉลี่ยและค่าแปร ปรวนของความบ่อยครั้งในแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล.....	133
ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการแสวง หาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่ออื่นๆ และค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวน ของความบ่อยครั้งในแสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่นๆ.....	134
ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการบริโภค ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ และค่าเฉลี่ยและค่าแปรปรวนของความบ่อย ครั้งในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ (รายชื่อ) .....	134
ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการบริโภค ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	134
ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการกระทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกับ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	136
ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของข่าวสารกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	135

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่อ กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	136
ตารางที่ 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	136
ตารางที่ 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	137
ตารางที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่ออื่นๆ กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ.....	137



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญแนภาพ

แนภาพ	หน้า
แนภาพที่ 1 พฤติกรรมการใช้จ่ายของคนไทย .....	2
แนภาพที่ 2 มูลค่าการตลาดและอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ.....	5
แนภาพที่ 3 แสดงอิทธิพลในด้านต่างๆที่มีต่อบุคคลในทางสาธารณสุข.....	16
แนภาพที่ 4 บทบาทของสื่อมวลชนในด้านสุขภาพ.....	17
แนภาพที่ 5 แสดงบทบาทของการสื่อสารทางการตลาด .....	21
แนภาพที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค.....	26
แนภาพที่ 7 แสดงทัศนะรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	30
แนภาพที่ 8 แสดงระดับการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต .....	31
แนภาพที่ 9 แบบจำลองการแสวงหา การหลีกเลี่ยงและการจัดการข่าวสารของ Donohew and Tipton.....	42
แนภาพที่ 10 แสดงความเกี่ยวข้องของผู้บริโภคกับสินค้า .....	47
แนภาพที่ 11 แสดงแหล่งข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารของผู้บริโภค.....	49
แนภาพที่ 12 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้.....	50