

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
ทฤษฎีการบริหารการค้าปลีก	7
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด	28
ทฤษฎีการลงทุน	34
ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>53</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	55
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>59</b>
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	61
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	63
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ	88
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>105</b>
สรุปผลการวิจัย	106
อภิปรายผล	110
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย	111
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>113</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>115</b>
แบบสอบถาม	117
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>121</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตัวอย่างของสารที่จัดเป็น Functional Foods	39
3.1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	53
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตาม ลักษณะผู้ประกอบการ	61
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามรูปแบบกิจการ	63
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามประเภทการเปิด ร้านค้าปลีก	69
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกระดับการศึกษา	75
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
4.6 การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามรูปแบบกิจการ	88
4.7 การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามประเภทการเปิดร้านค้าปลีก	92
4.8 การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกระดับการศึกษา	97
4.9 การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
2.1	กระบวนการตัดสินใจการบริหารการค้าปลีก	8
2.2	แสดงความสัมพันธ์ของกิจกรรมการจัดซื้อที่มีประสิทธิผล	18
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสื่อสาร 1 C กับ 4 P's	30
2.4	มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	43
2.5	สัดส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	43
2.6	ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	45

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี