

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเสริมประเภทเวย์ โปรตีนใน นักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬา
ผู้ประพันธ์	ชลธิชา เทียมเทพ
หลักสูตร	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.นายแพทย์วิฑูร จูรัตน์ภรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวี สายวิชัย

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเวย์โปรตีน ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภค ในกลุ่มนักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬาวัย 18-24 ปี จำนวน 185 คน ของวิทยาลัยการกีฬาลำปาง โดยใช้การวิจัยภาคตัดขวาง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามมาตราวัด Likert และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และอนุมาน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่บริโภคเวย์โปรตีนวันละ 1 ครั้ง ซื้อเป็นปริมาณ 2 กิโลกรัม ทุก ๆ มากกว่า 2 เดือน ค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท ต่อครั้ง เพื่อสุขภาพที่ดี โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือ ราคาและคุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่และปริมาณการบริโภค ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ รายได้และชั้นปีส่งอิทธิพลต่อรูปแบบการซื้อโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) ผลการวิจัยช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้านโภชนาการการกีฬาและ Anti-aging Science พร้อมนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์การตลาดและโครงการให้ความรู้ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยนี้จึงเป็นรากฐานสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักศึกษาผู้มีความรู้เฉพาะทางด้านสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างชาญฉลาดและปลอดภัย อันนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีและคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนในระยะยาว

**คำสำคัญ:** เวย์โปรตีน, พฤติกรรมการบริโภค, นักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬา, ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ, โภชนาการ Anti-aging

**Independent Study Title** Factors Effecting Whey Protein Consumption of Sport Science Students

**Author** Cholthicha Theamthep

**Degree** Master of Science (Anti-Aging and Regenerative Science)

**Advisor** Vitoon Jularattanaporn, Ph. D.

**Co-Advisor** Assistant Professor Tawee Saiwichai, Ph. D.

### ABSTRACT

This cross-sectional study examined whey protein consumption behavior, purchase-decision factors, and their association with demographic characteristics among 185 sport science undergraduates (aged 18-24) at Lampang Sport College. Data were collected via a structured questionnaire with Likert-scale items and analyzed using descriptive and inferential statistics. Most participants consumed whey protein once daily, purchasing 2 kg servings every two months at THB 500-1,000 per purchase, primarily for general health. Marketing promotion emerged as the most influential factor, followed by price and product quality. Product-related factors correlated positively with consumption frequency and quantity, whereas price sensitivity and promotional emphasis correlated negatively ( $p < 0.05$ ). Monthly income and academic year significantly affected purchasing patterns ( $p < 0.05$ ). Findings address a gap in sports nutrition and anti-aging research, informing targeted educational programs and marketing strategies tailored to sport science students.

This research thus forms a crucial basis for comprehending the behavior of health-informed students, facilitating intelligent and safe supplement consumption, ultimately leading to sustainable health and improved long-term quality of life.

**Keywords:** Whey Protein, Consumption Behavior, Sport Science Students, Purchase-Decision Factors, Anti-aging Nutrition