

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** พฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของลูกค้าในเขต  
หลักสี่ กรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นางพิมพ์ลักษณ์ สวัสดิ์โอ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ศ.ดร.เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์  
ปีการศึกษา 2552 จำนวน 85 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ  
ของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ  
ของลูกค้าในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ ข้อมูล  
โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทุกวัน ร้อยละ 93.42 สาเหตุที่ซื้อเพื่อ  
รับประทานเอง ร้อยละ 76.32 มีวิธีดูแลสุขภาพโดยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ ร้อยละ 59.21 บริโภคเป็น  
ระแวกเวลาน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 53.29 ซื้อจากห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 44.74 ผู้บริโภคมีการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริม  
อาหารเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน  
เรียงลำดับจากค่ามากที่สุด คือ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณา  
เป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายการ คือคุณค่าของผลิตภัณฑ์  
เสริมอาหาร ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายการ คือราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ด้านการส่งเสริม  
การตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายการ คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก  
จำนวน 2 รายการ คือความสะดวกในการซื้อ และการวางจำหน่ายอย่างแพร่หลาย

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1. ....2. ....

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

**Independent study title:** Behavior Decision-Making on Supplementary Food for Health of Consumers Living in Khet Laksi, Bangkok

**Researcher:** Mrs.Pimlux Swasdio. Degree: Master of Business Administration (Marketing). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr.Jariya Klinjan. 2) Prof. Dr.Rawat Chatreewisit Academic year : 2009. 85 pp. Keywords: behavior, decision-making on consuming supplementary food for health

### Abstract

The objectives of this research were to study behavior decision-making on consuming supplementary food for health of consumers living in Khet Laksi, Bangkok, and to study factors affecting the decision-making of customers. The sample included 152 customers. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that 93.42 percent of consumers took the supplementary food every day, 76.32 percent bought the food by themselves, 59.21 percent cared for their health by eating food in all food groups based on the food guide pyramid, 53.29 percent had consumed supplementary food for less than 1 year, and 44.74 percent bought it from department stores. Consumers had high level of overall decision to consume supplementary food... Aspect analyses revealed that all four aspects were at high level, ranked in descending order was price, distribution channel, promotion, and product. Item by item analyses showed that the one item from product aspect was at the highest level, i.e. nutrition fact of supplementary food, one item from price aspect at the highest level was reasonable price in view of its quality. The one item from promotion ranked the highest was advertisement and publication. The 2 items from distribution channel at high level were convenience in purchase and extensive product distribution.

Student's signature. ....

Independent study advisors' signatures 1. .... 2. ....