

ชื่อ	: นางสาวศศิกานต์ เวฬุวนารักษ์
ชื่อโครงการพิเศษ	: ทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการรับรู้สื่อโฆษณา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของพนักงานบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน)
สาขาวิชา	: จิตวิทยา
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	: อาจารย์ ดร.อิวัฒน์ รัตนวงศ์แห
ปีการศึกษา	: 2558

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของพนักงานบริษัทจีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) โดยจำแนกตาม เพศ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและการรับรู้สื่อโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทจีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) จำนวน 176 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 4 ตอน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบบสอบถามทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบบสอบถามการรับรู้สื่อโฆษณา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ t-test แบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test for Independent Sample) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA or F-test) คำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า

1. พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. พนักงานที่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. พนักงานที่มีทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. พนักงานที่มีการรับรู้สื่อโฆษณาต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05