

## บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวประภัสสนันท์ นางาม
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

---

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข่าวสาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุ 2) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุ 3) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุ

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุอยู่ในช่วงวัยทำงานที่มีอายุ 21 – 59 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000
- 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารวิตามินและแร่ธาตุมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000
- 3) การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	Lifestyle, Media Exposure, and Decision to buy vitamin and mineral supplements
<b>Author</b>	Miss Prapatsanan Nangam
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2021

---

The purposes of this research were to: 1) study the relationship between lifestyle and media exposure toward vitamin and mineral supplements, 2) study the relationship between lifestyle and buying decision making of vitamin and mineral supplements, and 3) study the relationship between media exposure and buying decision making of vitamin and mineral supplements.

The subjects were 400 vitamin and mineral supplement users, aged between 21-59 years old who lived in Bangkok. Data was collected using a questionnaire.

The findings showed that:

- 1) Lifestyle positively correlated with media exposure at the .000 level.
- 2) Lifestyle positively correlated with buying decision making of vitamin and mineral supplements at the .000 level.
- 3) Media exposure had no correlation with buying decision making.