

## บรรณานุกรม

- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2552). “กินเค็ม เสี่ยงตาย อันตรายไม่ลดเกลือ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://nutrition.anamai.moph.go.th/temp/files/\\_%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B9%87%E0%B8A1/0%03.pdf](http://nutrition.anamai.moph.go.th/temp/files/_%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B9%87%E0%B8A1/0%03.pdf) (3 มิถุนายน 2553).
- กระทรวงสาธารณสุข. (2541). “ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ.2541 เรื่อง ฉลาดโภชนาการ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/food/ntfmoph/ntf182.htm> (8 พฤษภาคม 2553).
- กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. (2553). ข้อมูลฐานรายบุคคลของสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2549). “ระวังคนชอบกินแซ่บจะป่วยบ่อยกว่าคนปกติ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.bangkokbiznews.com/2006/07/26/t006\\_107458.php?news\\_id=107458](http://www.bangkokbiznews.com/2006/07/26/t006_107458.php?news_id=107458) (7 พฤษภาคม 2553).
- \_\_\_\_\_ . (2552). “ชี้สัญญาณอันตราย คนไทยสุขภาพเลวลง.” [ระบบออนไลน์] [http://www.bangkokbiznews.com/2009/01/05/news\\_325415.php](http://www.bangkokbiznews.com/2009/01/05/news_325415.php) (18 พฤษภาคม 2554).
- กุลชาติ รื่นรมย์. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยเท็กซัสนิวส์. (2552). “ควบคุมการใช้เกลือในการประกอบอาหาร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.thaitexasnews.com/modules.php?op=modload& name=PageEd& file=index&topic\\_id=4&page\\_id=4279](http://www.thaitexasnews.com/modules.php?op=modload& name=PageEd& file=index&topic_id=4&page_id=4279) (3 พฤษภาคม 2553).
- นารัก ดันเสนีย์. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ-มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- แบรนด์เอง. (2552). “อายิโนะโมะโต๊ะดันรสดีขึ้นแทน Flagship Brand.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=4832&ModuleID=701&GroupID=1246> (28 เมษายน 2553).
- ผู้จัดการออนไลน์. (2552). “อายิโนะโมะโต๊ะดันรสดีขึ้นแทน Flagship Brand.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9520000112373> (29 เมษายน 2553).
- พิชญดา หางหงส์. (2550). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิทธิ ธีรธรรม. (2552). เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายสนม ประดิษฐ์ดวง. (2540). ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สาวิตรี เวศกาวิ (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2554). “ทุน คปก.-อุตสาหกรรม สะพานเชื่อมความรู้สู่ภาคอุตสาหกรรม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://pr.trf.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=323:q--q-&catid=56:2010-09-07-14-20-48&Itemid=82](http://pr.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=323:q--q-&catid=56:2010-09-07-14-20-48&Itemid=82) (31 มกราคม 2554).
- สำนักพัฒนาวิชาการแพทย์ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2549). แนวทางการรักษาภาวะความดันโลหิตสูงในเวชปฏิบัติทั่วไป และแนวทางการรักษาภาวะความดันโลหิตสูงในผู้ป่วยโรคไตเรื้อรัง. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯเวชสาร.
- ศรารินทร์ พิทธิชะพงษ์. (2551). การรับรู้ภาวะสุขภาพและการดูแลตนเองด้านการบริโภคอาหารและสุขภาพของผู้ป่วยความดันโลหิตสูง. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่ง  
โลกธุรกิจ.

Kotler, P. (2009). **Marketing Management**. Millennium ed. Upper Saddle River, New Jersey:  
Prentice Hall.

ภาคผนวก

## แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามเลขที่

  

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อการศึกษาหาข้อมูลการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมสำหรับผู้ที่มีความดันโลหิตสูง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ของ นางสาว นิชธิมา ตูวพลากร นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม

ข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบมาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยดังกล่าว และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**ผลิตภัณฑ์ปรุงรส** หมายถึง สารปรุงแต่งรสอาหารที่ใช้ในการประกอบอาหาร พร้อมกับเพิ่มรสชาติให้อาหารอร่อย และช่วยในการปรุงอาหารให้สะดวกยิ่งขึ้น

ตัวอย่างที่มีวางขายตามท้องตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ปรุงรสชนิดก้อน ชนิดผง ได้แก่ ยี่ห้อคอนอร์ รสดี ฟ้าไทย เป็นต้น

ข้อมูลจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข รายงานว่าในปี พ.ศ. 2552 ประชากรไทยได้รับปริมาณโซเดียมจากอาหารและผลิตภัณฑ์ปรุงรสเฉลี่ยสูงถึง 12,000 มิลลิกรัมต่อคนต่อวัน ซึ่งปริมาณดังกล่าวสูงกว่าปริมาณเกลือสูงสุดที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้รับประทาน โซเดียมอย่างน้อยประมาณ 2,400 มิลลิกรัม หรือประมาณ 1 ช้อนชาต่อวัน

โซเดียม มีหน้าที่ควบคุมความดันโลหิต ควบคุมสมดุลของร่างกาย การบริโภคโซเดียมในปริมาณสูง มีผลต่อการทำงานในส่วนต่างๆของร่างกาย ก่อให้เกิด **“โรคความดันโลหิตสูง”** ปัจจุบันแนวโน้มผู้ที่มีความดันโลหิตสูงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พบว่าในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 102,896 คน จากประชากรทั้งหมด จำนวน 267,029 คน หรือคิดเป็นจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นร้อยละ 38.53





**ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม**

คำชี้แจง : ท่านคิดว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมหรือไม่ กรุณา ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความสำคัญของท่าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. รสชาติ					
2. ทรายหือ					
3. รายละเอียดของวิธีการใช้					
4. ความสะดวกในการใช้งาน					
5. บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาดตา					
6. เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร					
7. ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ					
8. ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน					
9. ฉลากมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการว่าเป็นผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม					
10. ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด					
11. อื่นๆ โปรดระบุ .....					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์					
2. ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
3. มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน					
4. อื่นๆ โปรดระบุ .....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
1. ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก					
2. การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวกตา					
3. ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก					
4. การตกแต่งร้านค้าสวยงาม					
5. ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน					
6. เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า					
7. สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด					
8. อื่นๆ โปรดระบุ .....					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. การโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต นิตยสาร					
2. การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง					
3. ผู้นำเสนอสินค้า หรือฟรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่ มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง					
4. มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์					
5. มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์					
6. มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า					
7. การชิงโชครางวัล					
8. มีของแถมแจกฟรี					
9. มีการลดราคา					
10. มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้					
11. มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์ / e-mail					
12. อื่นๆ โปรดระบุ .....					

\*\*\* ขอขอบพระคุณค่ะ \*\*\*

## ประวัติผู้เขียน



ชื่อ – นามสกุล

นางสาว นิชธิมา ตูพลาญกูร

วัน เดือน ปีเกิด

6 กันยายน 2529

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2547

สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนเรยีนาเซลิวิทย์าลัย เชียงใหม่

ปีการศึกษา 2551

สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

