

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย. (2549). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร, กรุงเทพมหานคร. [Online]. Available : <http://WWW.dopa.go.th> [2550, ตุลาคม 13].
- กองบรรณาธิการหมอชาวบ้าน. (2536). อาหารเสริม : กินดีหรือไม่. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- แก้ว กังสดาลอำไพ. (2540). อาหารเสริมหรือเสริมอาหาร จะเอาอะไรกันแน่. กรุงเทพฯ : Good Life.
- จุฬาลักษณ์ อศุมาศบันดือ. (2544). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2548). สาวยุคใหม่ฮิตหน้าใส-ผิวสวย จุดตลาดอาหารเสริมผิวบวม. [Online]. Available : <http://www.thannew.com> [2549, ธันวาคม 27]
- ชนวรรณ ปานยิ้ม. (2549). การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริโภคในบริเวณโรงพยาบาลเซนต์รัลเยนเนอรัล. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคนอื่น ๆ . (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชนา.
- นิรมล เพ็ชรประเสริฐ. (2544). กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท เอเจล จำกัด (2552). ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel ชนิด เจล [Online]. Available : <http://www.ok-agel.com> [2552, มกราคม 7]
- พีรพัฒน์ แพงมา. (2546). กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เพ็ญศรี วรรณสุข. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของลูกค้านักค้าบริษัทเนชั่นไวด์ ประกันชีวิต จำกัด ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป สถาบันราชภัฏพระนคร.
- ภวิกา ชันทเขตต์. (2540). ผู้ยกทองของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- มงคล ณ สงขลา. (2541). อย. เตือนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. กรุงเทพฯ : ใกล้เคียง.
- ยุทธ ไชยวรรณ. (2548). วิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

- รุจีลาวัณย์ ศรีจินดา. (2546). เจตคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ลดภาพ พงศ์ศิริวิลาส. (2544). ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ
สุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ลักขณา ลีละบุทธร โยธิน. (2547). ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร : แบรินด์เอง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ตะวันออก.
- วรรณัทธ์ ศุภพิพัฒน์. (2538). อาหารโภชนาการและสารเป็นพิษ. กรุงเทพฯ : แสงการพิมพ์.
- วรรณวรารักษ์ โล่ห์อภิรักษ์กุล. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศศพินทุ์ ปิณฑะดิษ และสิราภา สัจจิต. (2544). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ศิริลักษณ์ สีนธวาลย์. (2543). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางโภชนาการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. (2541). การดูแลรักษาสุขภาพ : ทางเลือกของการบริโภค. กรุงเทพฯ : การ
วิจัยการตลาด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- สมใจ วิชัยดิษฐ์. (2541). กินเพื่อชีวิต. กรุงเทพฯ : ประยูรวงศ์พรินต์ติ้ง.
- สยามธุรกิจ. (2552). ตลาดอาหารเสริมชนิดน้ำ [Online]. Available : [http:// www.siamturakij.com](http://www.siamturakij.com)
[2552, มกราคม 27]
- สโรชา รัตนากร. (2535). บทบาทของอาหารเสริมสุขภาพต่อคนในเมือง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สหัสพร แพร่รังกุล. (2540). อาหารและสุขภาพ : ปัจจัยเสี่ยงทางโภชนาการ. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาพ วงคณารักษ์. (2547). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหาร
ฟาสต์ฟู้ด กรณีศึกษาผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอด เคเอฟซี บริษัท ยัมเรสเทอร์องส์

- อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุขุมาลัย ชีระสมบุรณ์. (2550). การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนักของผู้บริโภคในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ และคณะ. (2538). รายงานการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกินของผู้หญิงทำงานในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาย่านถนนสีลมและรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2544). คำชี้แจงในการขออนุญาตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, กรุงเทพมหานคร. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. (2551). ข้อมูลพื้นฐานเพื่อการผังเมือง. [Online]. Available : [http:// http://WWW.bma-cpd.go.th](http://http://WWW.bma-cpd.go.th) [2551, ตุลาคม 25].
- อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543). พฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุทัย ชัยประเสริฐ. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “สาหร่ายสไปรูไลน่า” : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- (2552). นวัตกรรมอาหารเสริมสุขภาพ Gel Nutritional For Live Your Dreams!. กรุงเทพมหานคร : เอเจด (ประเทศไทย).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเรื่อง

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
ยี่ห้อ Agel ในรูปแบบเจลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงกับความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20 – 29 ปี
<input type="checkbox"/> 30 – 39 ปี	<input type="checkbox"/> 40 – 49 ปี
<input type="checkbox"/> 50 – 59 ปี	<input type="checkbox"/> 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา 1 – 6	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา 1 – 6 หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง/แยกกันอยู่	<input type="checkbox"/> คู่สมรสถึงแก่กรรม
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> บริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> แม่บ้าน	<input type="checkbox"/> รับจ้าง
<input type="checkbox"/> ค้าขาย	
6. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,001 – 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20,001 – 25,000 บาท	<input type="checkbox"/> 25,001 บาทขึ้นไป



ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยี่ห้อ Agel
ในรูปแบบเจลของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ประเภทและความหลากหลายของสินค้า					
2.ตราหรือยี่ห้อของสินค้า					
3.ความแปลกใหม่และความทันสมัยของสินค้า					
4.ความน่าเชื่อถือของบริษัท					
5.คุณภาพหรือคุณสมบัติของสินค้า					
6.การบรรจุหีบห่อ					
7.การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา					
1.ราคาที่เหมาะสมของสินค้า					
2.ส่วนลดในการซื้อสินค้า					
3.ความสะดวกในการชำระเงิน					
4.มีราคาได้มาตรฐาน					
5.ระยะเวลาในการชำระเงิน					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.ความสะดวกในการซื้อสินค้า					
2.จำนวนและสถานที่ที่จำหน่ายสินค้า					
3.การออกแบบตกแต่งร้าน					
4.ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ					
5.ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า					
6.การให้บริการจัดส่งสินค้า					
7.บริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย/ พนักงาน					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการส่งเสริมทางการตลาด</u>					
- สื่อโฆษณาต่อไปนี้มีสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel มากน้อยเพียงใด					
1.โทรทัศน์					
2.วิทยุ					
3.สิ่งพิมพ์ เช่น นสพ นิตยสาร แผ่นพับ					
4.ป้ายโฆษณากลางแจ้ง					
5.อินเทอร์เน็ต					
6.สื่อบุคคล (บอกกันปากต่อปาก)					
- การส่งเสริมการขายต่อไปนี้มีสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel มากน้อยเพียงใด					
7.มีส่วนลดราคา					
8.มีของแถม					
9.มีกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย					
10.มีการจัดส่งข่าวสาร					
11.เทคนิคที่ดีของพนักงานขาย					
12.บริการที่ดีของพนักงานขาย					
13.มอบบัตรสมาชิกและให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า					

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel รูปแบบเจลของประชาชน ใน กรุงเทพมหานคร

คำแนะนำ : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับพฤติกรรมการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel รูปแบบเจลของท่านมากที่สุด

1. ท่านเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel เพราะเหตุผลใดเป็นสำคัญที่สุด

<input type="checkbox"/> ต้องการทดลองสินค้าใหม่	<input type="checkbox"/> ชื่อเสียงของยี่ห้อสินค้า
<input type="checkbox"/> คุณภาพของสินค้า	<input type="checkbox"/> ผู้แนะนำมาให้ใช้
<input type="checkbox"/> ราคาถูกกว่าสินค้าในประเภทเดียวกัน	<input type="checkbox"/> สินค้ามีหลายชนิดให้เลือก
<input type="checkbox"/> มีโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม	
2. ชนิดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel ที่เลือกซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> EXO ทำให้หน้าใสชลดความแก่	<input type="checkbox"/> UMI ลดระดับคอเลสเตอรอลบำรุงไต
<input type="checkbox"/> SLM ลดน้ำหนักกระชับสัดส่วน	<input type="checkbox"/> OHM ให้พลังงานอย่างฉับพลัน ใจไม่สั่น
<input type="checkbox"/> HRT ช่วยเพิ่มพลังงานให้กล้ามเนื้อหัวใจ	<input type="checkbox"/> PRO เพิ่มมวลกล้ามเนื้อ
<input type="checkbox"/> MIN วิตามินเกลือแร่ครบถ้วน	<input type="checkbox"/> FLX ชะลอความเสื่อมของข้อต่อ
3. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel ของท่านมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ตัดสินใจด้วยตัวเอง	<input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง
<input type="checkbox"/> บิคารมราคา	<input type="checkbox"/> เพื่อน
<input type="checkbox"/> ครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร)	<input type="checkbox"/> ตัวแทนจำหน่าย
4. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel ของท่านเป็นอย่างไร

<input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อสัปดาห์	<input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 2 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน
<input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อ 2 เดือน	<input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน
5. โดยปกติท่านใช้เงินในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Agel แต่ละครั้งจำนวนเท่าใด

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,500 บาท	<input type="checkbox"/> 3,500 – 7,000 บาท
<input type="checkbox"/> 7,001 – 10,500 บาท	<input type="checkbox"/> 10,501 – 15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท
6. จำนวนชิ้นของสินค้าแต่ละชนิดที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง

<input type="checkbox"/> 1 กล่อง	<input type="checkbox"/> 2-3 กล่อง
<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 กล่อง	<input type="checkbox"/> ไม่แน่นอน

**** ขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง ที่ท่านสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ ****

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/ว๐๘๓๕



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณปรีชากร ไสยใหม่

ด้วย นางสาวสร้อยนภา สิมสวัสดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Age1 ในรูปแบบเจลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

โดยมี ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติขัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พันธณี วิหคโต

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พันธณี ไสยวรรณ)

เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒, (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๗๕๕๒

ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/ว๐๘๓๕



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

เรื่อง ขอกวามอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่น ชะเนติขัง

ด้วย นางสาวสร้อยอนภา สิมสวัสดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Age1 ในรูปแบบเจลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

โดยมี ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติขัง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พันธณีย์ วิหคโต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชลี ไสยวรรณ)

เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒, (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๗๕๕๒



ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๖๐๘๓๕

โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๓ มิถุนายน ๒๕๕๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์

ด้วย นางสาวสร้อยนภา สิมสวัสดิ์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ Age ในรูปแบบเจลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

โดยมี ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ ชะเนติยัง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พันธณี วิหคโต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชลี ไสยวรรณ)

เลขานุการโครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒, (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๖๕๕๒



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นางสาวสร้อยนภา สิมสวัสดิ์

เกิดวันที่

29 พฤษภาคม พ.ศ 2524

สถานที่เกิด

เลย

ที่อยู่

บ้านเลขที่ 6 ซ.ลาดพร้าว 88 ถ.ลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง
เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310

ตำแหน่งงานปัจจุบัน

พนักงานขาย บริษัทเมทฟอร์คอนส์ จำกัด

สถานที่ทำงาน

บริษัท เมทฟอร์คอนส์ จำกัด

599/225 ถ.รัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร

กรุงเทพมหานคร 10900

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546

มัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลาย

โรงเรียนสตรีวิทยา 2 กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2543

วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2553

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร

