

ชื่อเรื่อง	ลักษณะการซื้อและส่วนประสมการตลาดอาหารเสริมของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	รุ่งนภา พรหมงาม
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) ส่วนประสมการตลาดอาหารเสริมของคนวัยทำงาน 2) ลักษณะการซื้ออาหารเสริมคนวัยทำงาน และ 3) เปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดอาหารเสริมคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t -test และ One Way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษา ดังนี้ 1)ภาพรวม และรายด้านของส่วนประสมการตลาดอาหารเสริมคนวัยทำงานมีความสำคัญมาก หากพิจารณาลำดับจากค่า CV พบว่าลำดับแรกได้แก่ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับ 2)ลักษณะการซื้ออาหารเสริมคนวัยทำงานส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเสริมคนวัยทำงานในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับ 1,000 บาท 137 คนคิดเป็นร้อยละ 35.62 และซื้ออาหารเสริมบริโภค 2 ชนิด จำนวน 208 คนคิดเป็นร้อยละ 54.0 3)ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดอาหารเสริมคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ :ลักษณะการซื้อ ส่วนประสมการตลาด อาหารเสริม

