

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในกรุงเทพมหานคร
ชื่อ -สกุลนักศึกษา	ทักษกรณ์ อัสวาทิรณกรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ และ 2) เปรียบเทียบการซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 6 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการตามลำดับ และ 2) ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ กรุงเทพมหานคร