



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
: กรณีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Marketing Communication and Buying Behavior of Dietary
Supplement Products : The Case of Consumers in
Bangkok Metropolis

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีงบประมาณ 2558)