

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
- หลักการและเหตุผล	1
- วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
- แนวความคิด และทฤษฎี	4
- ทบทวนวรรณกรรม	8
- นิยามศัพท์	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
- ขอบเขตการศึกษา	10
- ขอบเขตประชากร	10
- ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	10
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
- การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
- ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีอเบียร์	18
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อซีอเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีอเบียร์	52

จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บทที่ 5 การสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	75
- ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา	75
- ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา	79
- ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบ	80
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	85
- แบบสอบถาม	86
- ตารางสรุปข้อมูลเบื้องต้น	94
ประวัติผู้เขียน	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อเบียร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมดื่มมากที่สุด	18
6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
8 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
9 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
10 ตารางสรุปแสดงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาพพจน์ของตราเบียร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์	25
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มากที่สุด	26
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มากที่สุด	27

15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาเบียร์บรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องที่ซื้อ	28
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาเบียร์บรรจุภัณฑ์แบบขวดที่ซื้อ	29
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาเบียร์ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงยี่ห้อ	30
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเบียร์เป็นประจำ	31
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อเบียร์จากสถานที่ดังกล่าว	32
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาที่รู้จักเบียร์	33
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์	34
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยย่อยทางด้านโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์	35
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลของการเลือกซื้อเบียร์ต่อการตั้งราคา 3 ขวด 100 บาท	36
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการดื่มเบียร์	37
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อเบียร์ที่รู้จักและเคยดื่ม	38
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของเบียร์ที่ซื้อเป็นประจำ	39
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเบียร์รูปบรรจุภัณฑ์แบบขวดจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์	40
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเบียร์รูปบรรจุภัณฑ์แบบขวดจำแนกตามจำนวนการซื้อต่อครั้ง	41
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อเบียร์รูปบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องจำแนกตามจำนวนการซื้อต่อครั้ง	42
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเบียร์	43
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเบียร์เมื่อราคาของยี่ห้อเดิมสูงขึ้น	44

- 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อเบียร์เมื่อราคาสูงขึ้นจำแนกตามเหตุผล 45
- 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเมื่อไม่มียี่ห้อที่ต้องการ 46
- 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ดื่มเบียร์เป็นประจำ 47
- 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการร่วมกิจกรรมการสังสรรค์ 48
- 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการดื่มเบียร์ 49
- 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ร่วมดื่มเบียร์ 50
- 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเบียร์ 51
- 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 52
- 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 53
- 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 54
- 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55
- 43 แสดงลำดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 56
- 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อเบียร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มมากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 57
- 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 58
- 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาพพจน์ของตราขายี่ห้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 59
- 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสนิยมที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ซื้อเบียร์มากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาแบบกระป๋องที่ซื้อและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาแบบขวดที่ซื้อและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเบียร์เป็นประจำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ซื้อเบียร์จากสถานที่นั้นและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
53 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักเบียร์จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบียร์มากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเบียร์ต่อเมื่อราคาของยี่ห้อเดิมสูงขึ้นและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อเมื่อราคาสูงขึ้นจำแนกตามเหตุผลและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่เปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นจำแนกตามระดับราคาที่มีผลต่อการเปลี่ยนยี่ห้อและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการตอบสนองเมื่อไม่มียี่ห้อที่ต้องการ	72
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายประเภทชิงโชค	73
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจซื้อเบียร์ต่อการตั้งราคาเบียร์ 3 ขวด 100 บาท ต่อการซื้อเบียร์ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74