

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	30
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	35
ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ และอายุ	37
ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ และอายุ	70
ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ และอายุ	81
ส่วนที่ 8 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	85
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการศึกษา	86
อภิปรายผล	93
ข้อค้นพบ	95
ข้อเสนอแนะ	96
ข้อจำกัดในการศึกษา	100
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	102
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	103
ประวัติผู้เขียน	109

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
3.1	แสดงสถานที่เก็บข้อมูล และจำนวนข้อมูล	12
3.2	แสดงการกำหนดระดับคะแนนต่อระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	13
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา	17
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	19
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยซื้อ	20
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	20
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท RTD ที่เคยซื้อ	21
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเหล้า/สุราที่เคยซื้อ	21
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ที่เคยซื้อ	22
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์/แชมเปญเคยซื้อ	23
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลใน การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	24
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการ ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	25
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	26
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต่อครั้ง	27
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ที่ซื้อ	27
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต่อเดือน	28
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต่อครั้ง (กรณีขวด)	28
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต่อครั้ง (กรณีกระป๋อง)	29
4.22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อภาคตัดสินใจซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
4.23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	32
4.24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	33
4.25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.26	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลมของรัฐบาล	35
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มน้ำอัดลมที่เคี้ยว และจำแนกตามเพศ	37
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มน้ำอัดลมที่ซื้อบ่อยที่สุด และจำแนกตามเพศ	38
4.29	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือเครื่องดื่มน้ำอัดลม ประเภท RTD ที่เคี้ยว และจำแนกตามเพศ	39
4.30	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือเครื่องดื่มน้ำอัดลมประเภทเหล้า/สุราที่เคี้ยว และจำแนกตามเพศ	40
4.31	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือเครื่องดื่มน้ำอัดลมประเภทเหล้า/สุราที่ซื้อบ่อยที่สุด และจำแนกตามเพศ	42
4.32	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือเครื่องดื่มน้ำอัดลมประเภทเบียร์ที่เคี้ยว และจำแนกตามเพศ	44
4.33	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือเครื่องดื่มน้ำอัดลมประเภทไวน์/แชมเปญที่เคี้ยว และจำแนกตามเพศ	45
4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อเครื่องดื่มน้ำอัดลม และจำแนกตามเพศ	46
4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อเครื่องดื่มน้ำอัดลม และจำแนกตามเพศ	47
4.36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มน้ำอัดลม และจำแนกตามเพศ	48
4.37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อเครื่องดื่มน้ำอัดลม และจำแนกตามเพศ	49
4.38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อเครื่องดื่มน้ำอัดลมต่อครั้ง และจำแนกตามเพศ	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ และจำแนกตามเพศ	51
4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ต่อครั้ง(กรณีขวด) และจำแนกตามเพศ	52
4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ต่อครั้ง(กรณีกระป๋อง) และจำแนกตามเพศ	53
4.42	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	54
4.43	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่ซื้อบ่อยที่สุด และจำแนกตามอายุ	55
4.44	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหี้อของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ประเภทเครื่องดื่มน้ำ RTD ที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	56
4.45	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหี้อของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ประเภทเหล้า/สุราที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	57
4.46	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหี้อเบียร์ที่เคยซื้อและจำแนกตามอายุ	59
4.47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหี้อไวน์/แชมเปญที่เคยซื้อ และจำแนกตามอายุ	60
4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ และจำแนกตามอายุ	62
4.49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ และจำแนกตามอายุ	64
4.50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ และจำแนกตามอายุ	65
4.51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้ง และจำแนกตามอายุ	68
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	70
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	71
4.55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	72
4.56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	73
4.57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	74
4.58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	76
4.59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	77
4.60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	79
4.61	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล จำแนกตามเพศ	81
4.63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาลจำแนกตามอายุ	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.63	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ให้ข้อเสนอแนะ	85
4.63	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอ	85
5.1	แสดงพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ	88
5.2	แสดงพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	89
5.3	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ	90
5.4	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	90