

สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ   | ก    |
| บทคัดย่อภาษาไทย   | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ  | ช    |
| สารบัญตาราง   | ฐ    |
| บทที่ 1 บทนำ  | 1    |
| หลักการและเหตุผล  | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา   | 3    |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา  | 3    |
| นิยามศัพท์  | 3    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  | 4    |
| แนวคิดและทฤษฎี  | 4    |
| ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  | 9    |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา   | 11   |
| ขอบเขตการศึกษา  | 11   |
| วิธีการศึกษา  | 12   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา  | 12   |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้  | 13   |
| สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล  | 14   |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา  | 14   |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา  | 15   |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  | 16   |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลท์มาจำหน่าย<br>ของผู้ค้าปลีกจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด | 20   |

สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในชื่อน้ำดื่ม<br>ตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของ<br>บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด   | 36   |
| - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อ<br>การตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมา<br>จำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด   | 36   |
| - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อ<br>การตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมา<br>จำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด<br>จำแนกตามเพศ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง และ<br>ระยะเวลาที่มีการสั่งชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมาจำหน่าย | 38   |
| - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการ<br>ตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมา<br>จำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด  | 44   |
| - ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการ<br>ตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมา<br>จำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด<br>จำแนกตามเพศ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง และ<br>ระยะเวลาที่มีการสั่งชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมาจำหน่าย        | 54   |
| ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้ค้าปลีกในการชื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียงโลไฟมา<br>จำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด   | 96   |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ  | 105  |
| สรุปผลการศึกษา   | 105  |
| อภิปรายผล  | 120  |
| ข้อค้นพบ   | 122  |
| ข้อเสนอแนะ   | 136  |

สารบัญ (ต่อ)

|                 |     |
|-----------------|-----|
| บรรณานุกรม      | 140 |
| ภาคผนวก         | 142 |
| แบบสอบถาม       | 143 |
| ประวัติผู้เขียน | 156 |



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 1        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ   | 16   |
| 2        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ  | 16   |
| 3        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง   | 17   |
| 4        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณจากธุรกิจค้าปลีก                            | 17   |
| 5        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาเปิดดำเนินการค้าของกิจการ  | 18   |
| 6        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณที่ตั้งของกิจการ  | 18   |
| 7        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่กิจการจำหน่าย  | 19   |
| 8        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของน้ำดื่มที่ซื้อมาเพื่อจำหน่าย                                     | 20   |
| 9        | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใสที่ซื้อมาเพื่อจำหน่าย                       | 21   |
| 10       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณบรรจุของน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์ที่ซื้อมาเพื่อจำหน่าย            | 22   |
| 11       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์ที่จำหน่าย                         | 22   |
| 12       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์มาจำหน่ายจากแหล่งที่ซื้อ     | 23   |
| 13       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์มาจำหน่ายแต่ละครั้ง | 24   |
| 14       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกำหนดเวลาในการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์มาจำหน่าย                | 25   |
| 15       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่พีชวไลฟ์มาจำหน่าย              | 25   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 16       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายในร้านค้า  | 26   |
| 17       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการได้รับน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์หลังจากสั่งซื้อ  | 26   |
| 18       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายในร้านค้า   | 27   |
| 19       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายในร้านค้า              | 27   |
| 20       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งการทราบข้อมูลน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์  | 28   |
| 21       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อการเห็นหรือได้ยินข่าวสารโฆษณาของน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์  | 29   |
| 22       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์  | 29   |
| 23       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ที่สนใจ   | 30   |
| 24       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรางวัลที่สนใจมากที่สุดหากบริษัทมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ด้านการสะสมคะแนนแลกของรางวัล | 31   |
| 25       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรางวัลที่สนใจมากที่สุดหากบริษัทมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ในด้านการชิงโชค              | 32   |
| 26       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของแถมที่สนใจมากที่สุดหากบริษัทมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์                             | 33   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 27       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์เพิ่มขึ้นหากมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์   | 34   |
| 28       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบเงื่อนไขในการชำระเงินค่าน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์   | 34   |
| 29       | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการชำระเงินเมื่อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ส่งมาถึงร้านค้า  | 35   |
| 30       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด  | 36   |
| 31       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ  | 38   |
| 32       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการชื้อแต่ละครั้ง                   | 40   |
| 33       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย | 42   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 34       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                       | 44   |
| 35       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านราคา                            | 46   |
| 36       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                   | 47   |
| 37       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด              | 49   |
| 38       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล                           | 50   |
| 39       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | 52   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 40       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย)<br>จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ | 53   |
| 41       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ              | 54   |
| 42       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ                   | 56   |
| 43       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ          | 58   |
| 44       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ      | 60   |
| 45       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ                  | 62   |



## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 46       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ                    | 64   |
| 47       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ   | 65   |
| 48       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการชื้อแต่ละครั้ง         | 66   |
| 49       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการชื้อแต่ละครั้ง              | 68   |
| 50       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการชื้อแต่ละครั้ง      | 70   |
| 51       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการชื้อแต่ละครั้ง | 73   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 52       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง                            | 75   |
| 53       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง  | 77   |
| 54       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง                        | 79   |
| 55       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย | 81   |
| 56       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย      | 83   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 57       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย                   | 85   |
| 58       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย                | 88   |
| 59       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย                            | 90   |
| 60       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย | 92   |
| 61       | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่มีการสั่งซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย                        | 94   |
| 62       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  | 96   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 63       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา  | 97   |
| 64       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย   | 98   |
| 65       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  | 100  |
| 66       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล   | 101  |
| 67       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ   | 102  |
| 68       | แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ   | 103  |
| 69       | แสดงสรุประดับความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มตราเนสต์เล่เพียงโลฟี่มาจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด จากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย | 127  |
| 70       | แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ   | 131  |
| 71       | แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง   | 132  |
| 72       | แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระยะเวลาการตั้งซื้อน้ำดื่มตราเนสต์เล่เพียงโลฟี่มาจำหน่าย                                | 134  |