

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่	21
ส่วนที่ 3 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ	27
ส่วนที่ 4 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอาชีพ	43
ส่วนที่ 6 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลการศึกษา	65
อภิปรายผล	70
ข้อค้นพบ	73
ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	14
4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	14
5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
6 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	15
7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความบ่อยในการ ดืมเครื่องดืมเกลือแร่	16
8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อเครื่องดืม เกลือแร่ที่นิยมซื้อบริโภคมากที่สุด	17
9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญ ที่สุดทำให้ดืมเครื่องดืมเกลือแร่	17
10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อ เครื่องดืมเกลือแร่	18
11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะบรรจุ ภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับบรรจุเครื่องดืมเกลือแร่	18
12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดืมเกลือแร่	19
13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อ เครื่องดืมเกลือแร่	19
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเครื่องดืมเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์	21

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา	22
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย	23
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด	24
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร	26
19 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	27
20 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามเพศ	28
21 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	29
22 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	30
23 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	33
25 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามอายุ	35
26 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการ จัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	37
27 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	38
28 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	41
29 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	43
30 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	45
31 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการ จัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	46
32 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	50
34 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
35 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
36 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อนของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
39 แสดงค่าเฉลี่ยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำร้อน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10 ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	72