

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	8
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตของการศึกษาและขอบเขตประชากร	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	18
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเกลือแร่	68
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการเลือกซื้อ	111

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	115
สรุปผลการศึกษา	115
อภิปรายผลการศึกษา	128
ข้อค้นพบ	131
ข้อเสนอแนะ	132
บรรณานุกรม	134
ภาคผนวก	135
แบบสอบถาม	136
ประวัติผู้เขียน	141

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถาม 7 คำถาม (6W _s และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7O _s)	5
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	16
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	17
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่รู้จัก	18
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	18
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	19
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติหรือกลิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่บ่อยที่สุด	19
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	20
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	21
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้ง	21
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเจาะจงในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	22
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแรมากที่สุด	22

ลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์นี้สงวนไว้
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการดัดแปลงผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่	23
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ต่อสัปดาห์	23
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่	24
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ต่อครั้ง	24
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่	25
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่	25
22 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามเพศ	26
23 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามอายุ	27
24 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	28
25 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามอาชีพหลัก	29
26 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30
27 จำนวนและร้อยละของลักษณะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามเพศ	31
28 จำนวนและร้อยละของลักษณะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดัดผมเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด จำแนกตามอายุ	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 จำนวนและร้อยละของลักษณะบรรจุก๊าซผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งบ่งชี้มากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	33
30 จำนวนและร้อยละของลักษณะบรรจุก๊าซผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งบ่งชี้มากที่สุด จำแนกตามอาชีพหลัก	34
31 จำนวนและร้อยละ ของลักษณะบรรจุก๊าซผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งบ่งชี้มากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
32 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
33 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	37
34 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	39
35 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	41
36 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
37 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	45
38 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	46
39 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	48
40 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	50
41 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 จำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	53
43 จำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	54
44 จำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	55
45 จำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	56
46 จำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
47 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด จำแนกตามเพศ	58
48 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด จำแนกตามอายุ	59
49 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	60
50 จำนวนและร้อยละ ของช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด จำแนกตามอาชีพหลัก	61
51 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
52 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	63
53 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	64
54 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	66
56 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เกลือแร่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
57 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	68
58 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	69
59 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	70
60 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	71
61 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	72
62 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ	73
63 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ	75
64 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	77
65 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม อาชีพหลัก	79
66 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ	83
68 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ	84
69 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามระดับการศึกษา	86
70 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอาชีพหลัก	88
71 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	90
72 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ	92
73 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ	93
74 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	95
75 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม อาชีพหลัก	97
76 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามเพศ	101
78 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอายุ	103
79 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามระดับการศึกษา	105
80 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามอาชีพหลัก	107
81 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
82 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเกลือแร่	111
83 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	112
84 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	113
85 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	113
86 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเกลือแร่	114