

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง.....	(5)
สารบัญภาพประกอบ.....	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมา และสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	13
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	13
1.4 วิธีการการศึกษา.....	14
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....	15
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....	21
3. ข้อมูลธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศไทย.....	30
3.1 ภาพรวมตลาดของเครื่องดื่มอัดลม.....	30
3.2 กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ผลิตรายใหญ่ในธุรกิจเครื่องดื่มอัดลม.....	35
3.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และสถานการณ์ตลาดเครื่องดื่มอัดลม.....	51

	หน้า
4. การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคเครื่องดื่มอาร์ทีดี.....	60
4.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	60
4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	60
4.3 ประเด็นคำถามและสมมติฐานการศึกษา.....	61
4.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
4.5 ผลการศึกษา.....	62
4.5.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
4.5.2 ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือก ดื่มเครื่องดื่มอาร์ทีดี.....	75
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	92
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	92
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	95
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต.....	96
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	103
ข. ผลการทดสอบการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคเครื่องดื่มอาร์ทีดี.....	108