

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	21
ประเภทของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	25
สถานการณ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	44
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
การวิเคราะห์ข้อมูล	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	68
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง	72
ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	77
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน	83
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	136
สรุปผลการวิจัย	136
อภิปรายผล	145
ข้อเสนอแนะ	151
บรรณานุกรม	153
ภาคผนวก	159
แบบสอบถาม	160
ประวัติผู้วิจัย	165

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	68
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	68
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	69
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	69
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	70
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัว/เดือน.....	70
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ซื้อบ่อย.....	72
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เหตุผลที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	73
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ.....	73
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม โอกาสในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	74
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	75
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนประกอบการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	77
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนประกอบการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	78
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนประกอบการตลาดด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	79
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนประกอบการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	80
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนประกอบการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	81
ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ซื้อบ่อย.....	83
ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านเหตุผลที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	84
ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	85
ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านโอกาสในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	86
ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	87
ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพ	124
ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ซื้อบ่อย	125
ตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านเหตุผลที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	127
ตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพ	129
ตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านโอกาสในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	130
ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	132
ตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	134

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมกรซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลพฤติกรรมกรซื้อ ของผู้บริโภค.....	15
ภาพที่ 2.2 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	19
ภาพที่ 2.3 แสดงส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)	21
ภาพที่ 2.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	24