

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	7
ขอบเขตการศึกษา	7
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	8
เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	8
การวิเคราะห์ข้อมูล	8
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	8
สถานที่ใช้ในการศึกษา	8
บทที่ 4 ผลการศึกษา	9
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	10
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มของผู้บริโภค	13
ในห้างสรรพสินค้า	
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม	27
ในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่น	36
พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	

สารบัญ (ต่อ)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	54
ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่น พร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	81
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผลการศึกษา	98
ข้อค้นพบ	101
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	106
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	107
ประวัติผู้เขียน	114

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	10
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	10
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	11
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	11
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	12
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลำดับสมาชิกในครอบครัว	12
7	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการบริโภค น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จากร้านจำหน่ายที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า	13
8	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จากร้านจำหน่ายที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า	14
9	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนผสมของ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม	15
10	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	16
11	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอิทธิพลจูงใจในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	17
12	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลในครอบครัว ที่เป็นผู้ออกให้เลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	17
13	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัน ที่เลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	18
14	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่เคยซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จากสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า	18
15	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จากสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากห้างสรรพสินค้า	19

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	20
17	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	20
18	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมในระดับราคาของน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า ที่จำหน่ายในปัจจุบัน	21
19	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจของร้านที่จำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	21
20	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม	22
21	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม	23
22	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	24
23	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	24
24	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	25
25	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า	25
26	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	26
27	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	27
28	แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	29
30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	30
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	31
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	32
33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	33
34	แสดงจำนวนและร้อยละ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	34
35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	35
36	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	37
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	39
38	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามอายุ	41
39	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	43
40	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	45
41	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	49
43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	51
44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	53
45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	54
46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่น่าสนใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	55
47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามการศึกษา	56
48 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	57
49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	58
50 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	59
51 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	60
52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	61
53 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยในการเลือกซื้อ น้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
54 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับราคาที่พอใจในการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
56 แสดงจำนวนและร้อยละ ของสถานที่ ที่ควรเพิ่มร้านจำหน่ายน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
57 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
58 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
59 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
60 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
61 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
62 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามเพศ	86
63 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามอายุ	89
64 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามการศึกษา	92
65 แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุด ของพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำผักและผลไม้สดปั่นพร้อมดื่มในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95