

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	17
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	17
3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคร	20
ส่วนที่ 2 ทักษะการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางค์ผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	
ด้านความรู้ ความเข้าใจ	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม ด้านความพึงพอใจ	26
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	29
ส่วนที่ 5 ทศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้	33
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	69
5.1 สรุปผลการศึกษา	69
5.2 อภิปรายผล	70
5.3 ข้อค้นพบ	73
5.4 ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง	87
ประวัติผู้เขียน	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้บริโภคร	20
4.2 ราคาสินค้าและรสชาติของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มที่ผู้บริโภครเคยดื่ม	22
4.3 แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภครได้เห็นหรือได้รับรู้ครั้งแรกเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	23
4.4 ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับส่วนผสมที่มีอยู่ในเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	24
4.5 ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคุณสมบัติต่าง ๆ เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	25
4.6 ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสถานที่ซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	26
4.7 ความพึงพอใจ เกี่ยวกับราคาสินค้า	27
4.8 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภครที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	28
4.9 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มของผู้บริโภคร	30
4.10 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มของผู้บริโภคร	31
4.11 พฤติกรรมของผู้บริโภครเกี่ยวกับความภักดีต่อราคาสินค้าของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม	32
4.12 พฤติกรรมของผู้บริโภครเกี่ยวกับเหตุผลที่ไม่ซื้อตราสินค้าอื่น	32
4.13 โอกาสในการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มของผู้บริโภคร	33
4.14 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภครเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	34
4.15 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภครเกี่ยวกับสถานที่ซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	34
4.16 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนผสมในเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	36
4.17 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภครเกี่ยวกับคุณสมบัติของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักเครื่องคั้มผสม แอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามอายุ	38
4.19 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ซื้อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามช่วงอายุ	38
4.20 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับส่วนผสมในเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามช่วงอายุ	40
4.21 ความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติของเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามช่วงอายุ	41
4.22 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามเพศ	42
4.23 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามเพศ	43
4.24 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้มของผู้บริโภคในแต่ละตราสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ	45
4.25 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามช่วงอายุ	46
4.26 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้มของผู้บริโภคในแต่ละตราสินค้า จำแนกตามช่วงรายได้	48
4.27 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามช่วงรายได้	49
4.28 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามช่วงรายได้	51
4.29 พฤติกรรมการคั้มเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามเพศ	53
4.30 พฤติกรรมการซื้อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม จำแนกตามเพศ	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.31 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	55
4.32 เหตุผลของผู้บริโภคเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	55
4.33 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามเพศ	56
4.34 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงอายุ	57
4.35 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงอายุ	58
4.36 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงอายุ	59
4.37 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลในความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงอายุ	60
4.38 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงอายุ	60
4.39 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงรายได้	62
4.40 พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามช่วงรายได้	64
4.41 พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามรายได้	66
4.42 พฤติกรรมเกี่ยวขของผู้บริโภคกับเหตุผลในความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม จำแนกตามรายได้	67
4.43 โอกาสในการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	68