

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเบียร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเบียร์	24
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเบียร์ และปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม	32

ส่วนที่ 5	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเบียร์ และปัจจัยส่วนบุคคลปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการเลือกซื้อเบียร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	66
	สรุปผลการศึกษา	66
	อภิปรายผล	73
	ข้อค้นพบ	74
	ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม		76
ภาคผนวก		77
	ภาคผนวก ก. วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่าง	78
	ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	80
	ภาคผนวก ค. ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน	86
ประวัติผู้เขียน		113

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ	14
2 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เคื่อดื่ม	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทเบียร์ที่ชื่นชอบ	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตรายี่ห้อเบียร์ที่ดื่มประจำ	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับขนาดบรรจุภัณฑ์	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในเลือกซื้อเบียร์	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเลือกซื้อเบียร์	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อเบียร์	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินในการซื้อเบียร์ในแต่ละครั้ง	21
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการเลือกซื้อเบียร์	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเบียร์	22
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเบียร์ยี่ห้ออื่นทดแทน	23
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	23
19 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์	24

20	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์	25
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์	26
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์	27
23	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เบียร์ จำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	28
24	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	29
25	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ปัจจัยสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเบียร์จำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	30
26	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเบียร์จำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	31
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับครายี่ห้อเบียร์ที่ดื่มเป็น ประจำ จำแนกตามอายุ	32
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอายุ	34
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการเลือกซื้อ เบียร์ จำแนกตามอายุ	35
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอายุ	36
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอายุ	37
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการเลือกซื้อเบียร์ ในแต่ละครั้ง จำแนกตามอายุ	39
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเบียร์แต่ละ ครั้ง จำแนกอายุ	40
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารเบียร์ ที่ได้รับ จำแนกตามอายุ	41

ลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์นี้สงวนลิขสิทธิ์โดย Chiang Mai University
 All rights reserved

35	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอายุ	43
36	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์จำแนกตามอายุ	45
37	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอายุ	46
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราที่หือเบียร์ดื่มเป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษา	47
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	48
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	50
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	51
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	52
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อเบียร์ในแต่ละครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	53
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	54
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวที่ได้รับ จำแนกตามระดับการศึกษา	55
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	56
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	58
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	59
49	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	60

50	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามเพศ	61
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอาชีพ	62
52	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามอาชีพ	63
53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามรายได้	64
54	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ จำแนกตามรายได้	65



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved