

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดองค์กร	4
2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร	6
2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
2.1.4 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.1.5 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	9
2.2 ประวัติความเป็นมาของน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	12
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	16
3.2 ขอบเขตประชากรขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	16
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	17
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 กลุ่มตลาดองค์กร	20
(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
(2) การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ายกกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	22
(3) ความพึงพอใจของลูกค้ายกกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	25
ส่วนที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ายกที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	32
จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร	
(1) ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากิจกรรมของลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ กลุ่ม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	32
(2) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ กลุ่ม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 กลุ่มลูกค้าทั่วไป	103
(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	103
(2) การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	105
(3) ความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	108
ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้าทั่วไป	113
(1) ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	113
(2) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	148
4.5 ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของโรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	192
4.5.1 ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	192
4.5.2 ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	194

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	198
5.2 อภิปรายผล	218
5.3 ข้อค้นพบ	222
5.4 ข้อเสนอแนะ	225
บรรณานุกรม	228
ภาคผนวก	230
ภาคผนวก ก แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร	231
ภาคผนวก ข แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไป	239
ประวัติผู้เขียน	247

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร	21
2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ	23
3	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามความถี่ในการชื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ	23
4	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามผู้ที่มิมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	24
5	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม	24
6	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้	25
7	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ	25
8	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	27
9	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	28
10	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	28
11	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	29
12	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	30
14	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	31
15	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	32
16	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	33
17	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านความถี่ในการซื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	34
18	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	35
19	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านรูปแบบการชำระเงินในการซื้อน้ำดื่ม จำแนกตามเพศ	36
20	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามเพศ	36
21	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามเพศ	37
22	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามอายุ	38
23	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านความถี่ในการซื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามอายุ	39
24	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอายุ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านรูปแบบการชำระ เงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามอายุ	41
26	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามอายุ	41
27	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามอายุ	42
28	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านแหล่งที่ทำให้รู้จัก น้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	44
29	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านความถี่ในการชื้อ น้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	45
30	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจชื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	46
31	จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านรูปแบบการชำระเงินใน การชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามระดับการศึกษา	47
32	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา	48
33	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามระดับ การศึกษา	49
34	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านแหล่งที่ทำให้รู้จัก น้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	50
35	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านความถี่ในการชื้อ น้ำดื่มตรา จำแนกตามอาชีพ เอ็มเจ	51
36	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจชื้อ จำแนกตามอาชีพ	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านรูปแบบการชำระ เงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามอาชีพ	53
38	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามอาชีพ	53
39	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำ ดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามอาชีพ	55
40	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านแหล่งที่ทำให้รู้จัก น้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
41	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านความถี่ในการชื้อ น้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
42	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรเกี่ยวกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจชื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
43	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านรูปแบบการชำระ เงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
44	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
45	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตลาดองค์กรด้านปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	61
46	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรจำแนกตามเพศที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	62
47	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรจำแนกตามเพศที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	63
48	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามเพศ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
49	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	64
50	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	65
51	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	66
52	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	67
53	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	68
54	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	69
55	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	70
56	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	71
57	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
58	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตาม กลุ่มอายุ	73
59	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อ น้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	74
60	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่ม อายุ	75
61	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	76
62	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ ด้านผลิตภัณฑ์	78
63	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ ด้านราคา	79
64	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	80
65	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทาง การตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
66	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	82
67	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	83
68	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	84
69	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	86
70	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	87
71	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	88
72	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	89
73	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	90
74	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
75	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามอาชีพ	92
76	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามอาชีพ	93
77	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามอาชีพ	94
78	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
79	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	97
80	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	98
81	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
82	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
83	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
84	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
85	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดองค์กรที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
86	จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป	104
87	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้รู้จักกับน้ำดื่มตรา เอ็มเจ	105
88	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามความถี่ในการชื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ	106
89	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามผู้ที่มียุทธិพลต่อการตัดสินใจซื้อ	106
90	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม	107
91	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้	107
92	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ	108
93	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	110
94	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	111
95	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
96	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	112
97	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	112
98	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	113
99	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	113
100	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	115
101	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านความถี่ในการซื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	116
102	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านผู้ที่มิมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	117
103	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านรูปแบบการชำระเงินในการซื้อน้ำดื่ม จำแนกตามเพศ	118
104	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามเพศ	119
105	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามเพศ	120
106	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	121
107	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านความถี่ในการซื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
108	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามกลุ่มอายุ	123
109	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามกลุ่มอายุ	124
110	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามกลุ่มอายุ	125
111	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามกลุ่มอายุ	126
112	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	127
113	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านความถี่ในการชื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	128
114	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	129
115	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามระดับการศึกษา	130
116	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา	131
117	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามระดับการศึกษา	132
118	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	134
119	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านความถี่ในการชื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
120	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอาชีพ	137
121	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามอาชีพ	138
122	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามอาชีพ	139
123	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามอาชีพ	141
124	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านแหล่งที่ทำให้รู้จักน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	142
125	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านความถี่ในการชื้อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143
126	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	145
127	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านรูปแบบการชำระเงินในการชื้อน้ำดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	146
128	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านชนิดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	147
129	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	148
130	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปจำแนกตามเพศที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	149
131	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	150

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
132	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	151
133	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	151
134	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามเพศ	152
135	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปจำแนกตามเพศที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	153
136	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามเพศ	154
137	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปจำแนกตามเพศที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	155
138	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามกลุ่มอายุ	156
139	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามกลุ่มอายุ	157
140	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามกลุ่มอายุ	158
141	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	159

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
142	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	160
143	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	161
144	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	162
145	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามกลุ่มอายุ	164
146	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	165
147	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	166
148	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	166
149	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	167
150	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
151	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่มตรา เอ็มเจ จำแนกตามระดับการศึกษา	169
152	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามระดับการศึกษา	170
153	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามระดับการศึกษา	171
154	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามอาชีพ	173
155	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามอาชีพ	175
156	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	176
157	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามอาชีพ	177
158	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	178
159	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	179

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
160	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามอาชีพ	180
161	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามอาชีพ	183
162	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	185
163	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	186
164	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	186
165	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านการส่งเสริมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	187
166	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	188
167	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	189
168	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดทั่วไปที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	190

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
169	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตลาดทั่วไปจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	191
170	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ต่อการให้บริการของโรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	192
171	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านราคาต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร) ให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ	192
172	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	193
173	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านบุคลากรและพนักงานต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	193
174	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	193
175	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพต่อการ ให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	194
176	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านกระบวนการต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าตลาดองค์กร)	194
177	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	195
178	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านราคาต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	195
179	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	195
180	จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านบุคลากรและพนักงานต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	196

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
181 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดต่อการให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	196
182 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อ ให้บริการของ โรงงานผลิตน้ำดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	196
183 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านกระบวนการต่อการให้บริการของโรงงานผลิตน้ำ ดื่ม ตรา เอ็มเจ (กลุ่มลูกค้าทั่วไป)	197