

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมการตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	พัทธนันท์ อินโน
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มุ่งศึกษา 1) พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด 2) ระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาด และพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 385 คนไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์ด้วยและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด อยู่ที่ระดับมาก คือ ด้านความถี่ในการซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ด้านขนาดน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง เรียงตามลำดับ 2) ส่วนประสมการตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด มีความสำคัญมาก คือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการให้บริการ ด้านการกำหนดราคา ด้านผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.94$) เรียงตามลำดับ 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดในภาพรวมมีความสัมพันธ์ปานกลางกับภาพรวมส่วนประสมการตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการซื้อ น้ำดื่มบรรจุขวด

