

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมการตลาดและกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำอัดลมของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	พรเทพ บัณฑิตพิพัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2566

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่ง 1) ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำอัดลม 2) ส่วนประสมการตลาดน้ำอัดลม 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจซื้อและ ส่วนประสมการตลาดน้ำอัดลมของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี การวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 385 คน แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย เพียร์สัน ที่ดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษา ดังนี้ 1) กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำอัดลม มีความสำคัญมาก คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การซื้อน้ำอัดลม และพฤติกรรมภายหลังซื้อ ตามลำดับ 2) ส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภค น้ำอัดลมในจังหวัดปทุมธานี ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ 3) ส่วนประสมการตลาดน้ำอัดลมของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีมีความสัมพันธ์สูงกับกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำอัดลม ด้านการประเมินผลทางเลือก และ ด้านการซื้อ ส่วนด้านอื่นมีความสัมพันธ์ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อ น้ำอัดลม