

เรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี
ชื่อ -สกุลนักศึกษา	จักรณรงค์ อัยจาต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.นฤมล ตีระพัฒนเกียรติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ และ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อน้ำผลไม้ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดการซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และ 2) ผู้บริโภคที่ซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมการซื้อ น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ผู้บริโภค จังหวัดปทุมธานี