

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง ในจังหวัดปทุมธานี
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	ณัฐปภัศก์ เจนนาวิน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.กนกพร สดุดประไพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับส่วนประสมการตลาดเครื่องดื่มชูกำลัง 2) ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง และ 3) เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง ในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับส่วนประสมการตลาดเครื่องดื่มชูกำลัง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านตรายี่ห้อเครื่องดื่มชูกำลังที่ซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อต่อสัปดาห์ และด้านปริมาณเครื่องดื่มชูกำลังที่ซื้อต่อสัปดาห์ ตามลำดับ และ 3) ผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังในจังหวัดปทุมธานี ที่มีปัจจัย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค เครื่องดื่มชูกำลัง จังหวัดปทุมธานี