

## สารบัญ

หน้า

หน้าอำนวยการ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ

### บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 สมมติฐานในการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.4 วัตนาการของการตลาด	23
2.5 พฤติกรรมการตัดสินใจ	29
2.6 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	36
2.7 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำดื่ม	40
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	58
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	58
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	60
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
4.1 สัญลักษณ์อักษรรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	115
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	116
5.2 อภิปรายผล.....	120
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	129
บรรณานุกรม.....	132
ภาคผนวก.....	140
ภาคผนวก ก หนังสือราชการ.....	141
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	144
ภาคผนวก ค การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	153
ตารางวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC).....	155
ประวัติผู้วิจัย.....	159

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	59
2 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
3 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของปัจจัยด้านการจูงใจ (ประเภทน้ำดื่ม).....	70
4 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของปัจจัยด้านการจูงใจ (เหตุผลการเลือกบริโภคน้ำดื่ม).....	70
5 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของปัจจัยด้านจิตวิทยา (การรับรู้) .....	71
6 ค่าความถี่ ค่าร้อยละของปัจจัยด้านสังคม (การตัดสินใจเลือกบริโภคน้ำดื่ม).....	72
7 ค่าความถี่ ของระบบประปาของอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	73
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด.....	74
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	74
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา.....	75
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่.....	75
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด.....	76
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวม.....	76
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกเป็นรายข้อด้านการรับรู้ปัญหา.....	77
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกเป็นรายข้อด้านการค้นหาข้อมูล.....	78
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกเป็นรายข้อด้านการประเมินผลทางเลือก..	79
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำแนกเป็นรายข้อด้านการตัดสินใจเลือก.....	80

18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรบรี โภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกเป็นรายชื่อดังด้านพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ	81
19	การวิเคราะห์สถิติทดสอบที เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรบรี โภคน้ำดื่ม บรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ.....	82
20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรบรี โภคน้ำดื่ม บรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ.....	83
21	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมด้านการค้นหาข้อมูลจำแนกตาม สถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	84
22	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจจำแนกตาม สถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	85
23	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรบรี โภคน้ำดื่ม บรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ.....	86
24	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรบรี ปัญหาจำแนกตาม สถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	87
25	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรบรี ค้นหาข้อมูลจำแนกตาม สถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	88
26	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรบรี ประเมินผลจำแนกตาม สถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	88
27	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจจำแนกตาม สถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	89
28	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรบรี โภคน้ำดื่ม บรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้.....	90
29	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรบรี ประเมินผลจำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	91
30	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจจำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	92

31	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	92
32	การความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา....	93
33	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมด้านการรับรู้ปัญหาจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	94
34	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	95
35	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	96
36	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมด้านการรับรู้ปัญหาจำแนกตามสถานภาพจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่...	97
37	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมด้านการค้นหาข้อมูลจำแนกตามสถานภาพจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่....	98
38	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการตัดสินใจจำแนกตามสถานภาพจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นรายคู่.....	98
39	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมโดยรวมจำแนกตามสถานภาพจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	99
40	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย.....	100
41	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการรับรู้ปัญหาจำแนกตามสถานภาพด้านลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	101
42	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจจำแนกตามสถานภาพด้านลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบของเซฟเซ่.....	102

43	ความถี่ ร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมด้านการรับรู้ปัญหา.....	103
44	ความถี่ ร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมด้านการค้นหาข้อมูล.....	105
45	ความถี่ ร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมด้านการประเมินผล ทางเลือก.....	107
46	ความถี่ ร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมด้านการตัดสินใจ....	109
47	ความถี่ ร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ.....	111
48	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภค.....	113

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แสดงแบบจำลอง S-R Theory .....	13
3 แผนภูมิ Maslow's Theory of Motivaion .....	19
4 แสดงลำดับวิวัฒนาการของแนวความคิดทางการตลาด.....	25
5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	30
6 วิธีการเตรียมนำปูนคลอรีน.....	43

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี