

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้ามบรรจุของ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้จะแสดงรายละเอียด เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการวินิจฉัยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Diagnosing the Consumer Decision Making Process) (Blackwell; Miniard and Engel, 2001) ได้กล่าวถึง แนวคิดการวินิจฉัยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ว่าประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ 7 ขั้นตอนได้แก่

**การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition)** เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า ตอบสนองต่อความต้องการและการจูงใจของผู้บริโภคในด้านใด

**การค้นหาข้อมูล (Search for Information)** เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและตรา ยี่ห้อที่อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค การถูกกระตุ้นให้หันไปหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกที่ เกี่ยวกับทางเลือกและคุณลักษณะของสินค้าอื่น แหล่งข้อมูลที่ถูกใช้ในการค้นหาข้อมูลบ่อยที่สุด ลักษณะหรือคุณประโยชน์ของสินค้าที่เป็นส่วนสำคัญในการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภค

**การประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อ (Pre-Purchase Evaluation of Alternatives)** เกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภคประเมินทางเลือกและเปรียบเทียบสินค้าในด้านต่างๆ ก่อนการซื้อสินค้า และตรายี่ห้อใดถูกใช้ในการเปรียบเทียบทางเลือกเกณฑ์หรือคุณลักษณะที่ถูกใช้ในการ เปรียบเทียบทางเลือกเกณฑ์การตัดสินใจประเภทใดที่ถูกใช้ในการตัดสินใจเลือกในทางเลือกที่ดีที่สุด

**การซื้อ (Purchase)** เกี่ยวข้องกับการพิจารณาว่าผู้บริโภคทุ่มเวลาและพลังงานในการค้นหา และเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการเพียงใด รูปแบบของการซื้อสินค้าที่เป็นที่นิยมคือรูปแบบใด เช่น ร้านค้าปลีก, สั่งซื้อที่บ้าน

**การบริโภค (Consumption)** เกี่ยวข้องกับการพิจารณาว่าผู้บริโภคใช้สินค้าอย่างไร สินค้า อื่นอะไรบ้างที่ถูกนำมาใช้ร่วมกับสินค้าของบริษัท สินค้าถูกเก็บไว้ที่ใดเมื่อไม่ได้ใช้งาน ความถี่ในการใช้งานปกติเป็นเท่าใดและมีระยะเวลาานเท่าใดการบริโภคจะเกิดขึ้นที่ไหนและเมื่อใด สมาชิก ในครอบครัว มีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคอย่างไร

**การประเมินความพึงพอใจภายหลังการบริโภค (Post-Consumption Evaluation)**  
 เกี่ยวข้องกับระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ เหตุผลของความพึงพอใจและไม่พึงพอใจคืออะไร

**การใช้สินค้าให้หมดไป (Divestment)** เกี่ยวข้องกับการพิจารณาว่าผู้บริโภคใช้สินค้าหมดเมื่อใด ผู้บริโภคกำจัดสินค้าเมื่อใช้หมดอย่างไร เช่น ผู้บริโภคทิ้งสินค้าที่บ้านหรือที่อื่น ๆ หรือไม่ ผู้บริโภคทิ้งหรือกำจัดหีบห่อของสินค้าอย่างไร

### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โยธกานต์ เชาว์นันท (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อน้ำดื่มบรรจุถังและน้ำดื่มยี่ห้อพานเป็นยี่ห้อที่ซื้อเป็นประจำ โดยในแต่ละครั้งซื้อมากกว่า 1 ถัง เนื่องจากสะดวกในการใช้บริโภค โดยจะซื้อสัปดาห์ละครั้งจากรถบริการส่งถึงบ้าน ผู้บริโภคยังมีการอ่านเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) บนขวดบ้างเป็นบางครั้ง และผู้บริโภคยังคิดว่าจะบริโภคน้ำดื่มบรรจุภาชนะต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าน้ำประปาจะมีคุณภาพดีกว่า และสามารถใช้น้ำดื่มแทนน้ำดื่มบรรจุภาชนะได้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือความสะอาดของน้ำดื่ม โดยมีตรารับรองขององค์การอาหารและยา รวมถึงไม่มีกลิ่นเจือปนในน้ำ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุภาชนะสำหรับดื่มช้ำยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ส่วนปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับน้ำดื่มที่มีราคาเหมาะสม กับคุณภาพมากกว่าราคาถูก และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือมีบริการส่งถึงบ้าน และสะดวกในการหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายของชำทั่วไป ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และมีการลดราคา ส่วนการมีของแถมแถมนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย

สุภาวดี ประชากุล (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท รองลงมาคือเลือกบริโภคน้ำที่ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำภายในบ้าน น้ำประปา น้ำบาดาล เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท และน้ำดื่มที่ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในบ้านเพราะมีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำดื่ม สำหรับผู้บริโภคที่เลือกบริโภคน้ำประปาเนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้และสำหรับผู้ที่บริโภคน้ำบาดาลเนื่องจากไม่ต้องเสีย

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ส่วนปัจจัยด้านราคาพบว่าผู้บริโภคที่เลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท และน้ำดื่มที่ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในบ้านและน้ำประปาให้เหตุผลว่า ราคาของน้ำดื่ม มีความเหมาะสมกับคุณภาพของน้ำดื่ม ส่วนปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า สื่อที่ทำให้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท คือ พนักงานแนะนำสินค้า สื่อที่ทำให้ ผู้บริโภคเลือกบริโภคน้ำประปา คือ จากญาติและครอบครัวแนะนำ โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริโภค เลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท และน้ำดื่มที่ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในบ้าน เนื่องจากคุณภาพและความสะอาดของน้ำ ส่วนสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคน้ำบาดาล เนื่องจาก ราคาถูก สำหรับปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดปิดสนิท และน้ำดื่มที่ ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำที่ใช้ในบ้าน ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหา ผู้บริโภคพบปัญหาบ้าง เกี่ยวกับความสะอาดของน้ำ และน้ำมีกลิ่นพลาสติก สำหรับผู้บริโภคที่เลือกบริโภคน้ำประปา พบ ปัญหาเกี่ยวกับสีของน้ำ กลิ่น ความสะอาด และมีสิ่งปนเปื้อนมากับน้ำ สำหรับผู้บริโภคที่เลือกน้ำ บาดาล พบปัญหาเกี่ยวกับสิ่งปนเปื้อนที่มากับน้ำ กลิ่น ความสะอาด และสีของน้ำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved