

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	6
2.1.1 ทฤษฎีการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	9
2.1.2 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ	11
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	15
3.1.2 ขอบเขตประชากรที่ศึกษา	15
3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	16
3.2 วิธีการศึกษา	18
3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	21
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	21

ลิขสิทธิ์ในทำวิทยานิพนธ์นี้สงวนลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	22
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการใช้ บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	26
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภค	33
ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องจำหน่าย น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	38
ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเครื่องจำหน่าย น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	56
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	82
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	84
อภิปรายผล	91
ข้อค้นพบ	95
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก	101
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ	
ภาคผนวก ข	105
แบบสอบถาม	106
ประวัติผู้เขียน	111

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	23
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	23
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	24
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของที่อยู่อาศัย	25
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	25
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	26
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	26
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับระบบการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	27
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญปัจจุบันที่ใช้อยู่	27
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	28
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ยืมใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	28
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริโภคน้ำ ก่อนที่จะมีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	30
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นประจำ	30
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	31
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภาชนะที่เลือกใช้บรรจุน้ำ	31
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทำความสะดวกภาชนะก่อนนำมาบรรจุน้ำ	32
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้าของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญที่รู้จัก	32
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	33
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	34
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	35
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	36
25 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลว่ารู้จักเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญได้อย่างไร จำแนกตามเพศ	38
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	39
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับระบบการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	40
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เหตุผลที่เลือกซื้อน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญปัจจุบัน ที่ใช้อยู่ จำแนกตามเพศ	41
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	42
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	43
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ จำนวนเงินที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	44
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคน้ำก่อนที่จะมีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	45
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	46
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานที่ ที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นประจำ จำแนกตามเพศ	47
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	48
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การเลือกภาชนะที่ให้บริการจุ่มน้ำ จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การทำความสะอาด ภาชนะก่อนนำมาบรรจุน้ำ จำแนกตามเพศ	50
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ คราสินค้าของเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญที่รู้จัก จำแนกตามเพศ	51
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	52
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	53
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	54
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	55
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลว่ารู้จักเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญได้อย่างไร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ ทราบเกี่ยวกับระบบการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เหตุผลที่เลือกซื้อน้ำ จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญปัจจุบัน ที่ใช้อยู่ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	60
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่นิยมใช้ บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ จำนวนเงินที่ใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคน้ำก่อนที่จะ มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	66
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานที่ ที่ใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นประจำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	68
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การเลือกภาชนะที่ใช้ บรรจุน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การทำความสะอาด ภาชนะก่อนนำมาบรรจุน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ราคาค้าของเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญที่รู้จัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
61	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80