

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวความคิด	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
ความหมายของคำว่าพฤติกรรม	7
พฤติกรรมผู้บริโภค	8
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	9
ส่วนประสมการตลาด	16
สภาพตลาดน้ำปลา	20
ลักษณะผลิตภัณฑ์	23
คู่แข่งชั้นทางการตลาด	24
ส่วนแบ่งทางการตลาด	27
ส่วนประสมทางการตลาด	28
แนวโน้ม	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	41
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภค	44
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้	49
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการ บริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ	50
ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้กับ พฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ	86
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	106
อภิปรายผล	113
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัย	114
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	114
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	119

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	121
ภาคผนวก ข 1. ประวัติและขั้นตอนการผลิต	127
2. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข	
3. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	
ประวัติผู้วิจัย	135

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเทศนำเข้าน้ำปลาจากประเทศไทย 10 อันดับแรก ปี 2544 เทียบกับปี 2545	22
2.2 รายชื่อผู้ประกอบการสำคัญและเงินทุนจดทะเบียน	24
2.3 รายชื่อผู้ประกอบการที่ใช้กลยุทธ์การออกซัพแบรนต์	29
3.1 แสดงการคำนวณจำนวนตัวอย่างแต่ละแขวงในเขตภาษีเจริญ	37
4.1 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	41
4.2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	42
4.3 จำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพ	42
4.4 จำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษา	43
4.5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ	43
4.6 จำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	44
4.7 สาเหตุสำคัญที่เลือกบริโภคน้ำปลาแท้	44
4.8 ประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคน้ำปลาแท้	45
4.9 ยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกบริโภคเป็นประจำ	46
4.10 เหตุผลกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกบริโภคเป็นประจำ	47
4.11 คุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	48
4.12 ความสนใจในการทดลองซื้อน้ำปลาแท้ยี่ห้อใหม่ที่มีมาตรฐานและราคา ใกล้เคียงยี่ห้ออื่น ๆ	49
4.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้	59
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	51
4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	52
4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	52
4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	53
4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	54
4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสนใจซื้อน้ำปลาแท้ยี่ห้อใหม่	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	56
4.21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	57
4.22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	58
4.23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	59
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	60
4.25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสนใจซื้อน้ำปลายี่ห้อใหม่	61
4.26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	62
4.27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	63
4.28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	64
4.29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	65
4.30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	66
4.31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความสนใจซื้อน้ำปลายี่ห้อใหม่	67
4.32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	68
4.33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	69
4.34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	70
4.35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	71
4.36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	72
4.37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความสนใจซื้อน้ำปลายี่ห้อใหม่	73
4.38	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	74
4.39	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	75
4.40	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	77
4.42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	78
4.43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความสนใจซื้อน้ำปลาแท้ยี่ห้อใหม่	79
4.44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	80
4.45	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	81
4.46	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	82
4.47	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	83
4.48	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	84
4.49	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความสนใจซื้อน้ำปลาแท้ยี่ห้อใหม่	85
4.50	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	86
4.51	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	87
4.52	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	88
4.53	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	89
4.54	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	90
4.55	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับกับความสนใจซื้อน้ำปลาแท้ยี่ห้อใหม่	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.56	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	92
4.57	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	93
4.58	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	94
4.59	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	95
4.60	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	96
4.61	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องรสชาติกับความสนใจซื้อน้ำปลายี่ห้อใหม่	97
4.62	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับสาเหตุสำคัญในการเลือกบริโภคน้ำปลาแท้	98
4.63	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำปลาแท้	99
4.64	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับยี่ห้อน้ำปลาแท้ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	100
4.65	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้	101
4.66	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับคุณลักษณะของน้ำปลาแท้ที่ชอบบริโภค	102
4.67	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ในเรื่องหาซื้อได้สะดวกกับความสนใจซื้อน้ำปลายี่ห้อใหม่	103

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	แสดงปัจจัยต่างๆ ทางด้านสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค	10
2.2	แสดงขั้นตอนกระบวนการซื้อ	12
2.3	แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)	15
2.4	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่ายหรือ S-R Theory	16
2.5	แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายและระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย น้ำปลาแท้	18