

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
นิยามคำศัพท์	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	6
แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการดำรงชีวิต	15
ผู้สูงอายุในประเทศไทย	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิจัย	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ผลการวิเคราะห์ตัวแปรและจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต	41
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการวิจัย	67
อภิปรายผลการวิจัย	69
ข้อเสนอแนะ	73
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	75

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงวัฏจักรชีวิตครอบครัวและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์	10
2.2 องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิต	18
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	36
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านกิจกรรม	41
4.3 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA ด้านกิจกรรม	44
4.4 การวัดความเหมาะสมของข้อมูลด้วย KMO และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Bartlett's Test ด้านกิจกรรม	45
4.5 RotatedComponentMatrixด้านกิจกรรม	45
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสนใจ	49
4.7 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA ด้านความสนใจ	51
4.8 การวัดความเหมาะสมของข้อมูลด้วย KMO และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Bartlett's Testด้านความสนใจ	52
4.9 RotatedComponentMatrixด้านความสนใจ	52
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคิดเห็น	55
4.11 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA ด้านความคิดเห็น	58
4.12 การวัดความเหมาะสมของข้อมูลด้วย KMO และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Bartlett's Testด้านความคิดเห็น	59
4.13 RotatedComponentMatrixด้านความคิดเห็น	59
4.14 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA ของรูปแบบการดำเนินชีวิต	62
4.15 RotatedComponentMatrixของรูปแบบการดำเนินชีวิต	63

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	3
2.1	แบบจำลองพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	7
2.2	แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
2.3	ที่มาของรูปแบบการดำเนินชีวิต และผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	16

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี