

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	4
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับน้ำดื่ม	7
2.2.1 ความสำคัญของน้ำ	7
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	8
2.3.1 ขั้นตอนการบริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	9
2.3.2 หลักการทำงานของระบบต่างๆ ของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	11
2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	15
3.2 ขอบเขตประชากรกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	15
3.2.1 ขอบเขตประชากร	15
3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง	15
3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	16
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	22
4.2 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	25
4.2.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอด เหรียญ	25
4.2.2 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.3 ด้านพฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอด เหรียญ	30
4.3 ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.4 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอด เหรียญ	115
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	118
5.2 อภิปรายผล	125
5.3 ข้อค้นพบ	127
5.4 ข้อเสนอแนะ	129
บรรณานุกรม	132
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 61 (พ.ศ. 2524)	137
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	156
ประวัติผู้เขียน	167

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	22
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	22
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	23
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	23
5	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	24
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัย	24
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	25
8	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	27
9	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรู้จักตราสินค้า (ยี่ห้อ)	30
10	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูล	31
11	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการบริโภค	31
12	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเคยซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ที่ใช้ระบบฆ่าเชื้อใด	32
13	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระบบเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ที่เคยซื้อ ชอบระบบฆ่าเชื้อใดมากที่สุด	32
14	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ชอบระบบฆ่าเชื้อเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ	33
15	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณในการบริโภค (ครั้ง/สัปดาห์)	34
17	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริโภค (ครั้งต่อสัปดาห์)	34
18	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	35
19	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ มีรสชาติเปลี่ยนไปจากเดิม	35
20	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ให้ปริมาณน้อยกว่าทุกครั้งทั้งที่หยอดเหรียญเท่ากัน	36
21	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มฯ ไม่ได้ระบุวันเวลาการตรวจซ่อมบำรุงจากบริษัท	36
22	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายฯ ในอนาคต	37
23	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านผลิตภัณฑ์	37
24	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านราคา	38
25	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	39
26	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านการส่งเสริมการตลาด	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	41
28	จำนวน ร้อยละ และระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	42
29	ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ	46
30	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	49
31	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านราคา จำแนกตามเพศ	50
32	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	51
33	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	52
34	จำนวน ร้อยละ และระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามอายุ	53
35	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามอายุ	57
36	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	62
37	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านราคา จำแนกตามอายุ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	65
39	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	66
40	จำนวน ร้อยละ และระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามระดับการศึกษา	68
41	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามระดับการศึกษา	72
42	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกระดับการศึกษา	77
43	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านราคา จำแนกระดับการศึกษา	78
44	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกระดับการศึกษา	80
45	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกระดับการศึกษา	81
46	จำนวน ร้อยละ และระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามอาชีพ	83
47	ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามอาชีพ	88
48	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกอาชีพ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
49	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านราคา จำแนกอาชีพ	96
50	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกอาชีพ	98
51	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกอาชีพ	100
52	จำนวน ร้อยละ และระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
53	ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
54	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
55	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านราคา จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	111
56	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	113
57	ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกซื้อน้ำดื่ม จากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	114
58	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	115
59	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามปัญหาด้านราคา	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
60	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	116
61	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	117