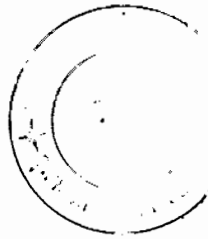


บรรณานุกรม



ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๑๗.
ประดอง วรรณสุด. สถิติศาสตร์ประยุกต์สำหรับธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช,
๒๕๑๕.

Allison, R.I. and Uhl, K.P. "Influence of Beer Brand Identification
on Taste Perception." Journal of Marketing Research, 1:8 (1964),
36-39.

Berelson, B. and Steiner, G.A. Human Behavior An Inventory of Scientific
Finding. New York: Harcourt, Brace and World, Inc., 1963.

Boyl, H.W. Jr. and Westfall R. Marketing Research: Text and Cases: London
Richard D. Irwin, Inc., 1964.

Britt, S.H. Consumer Behavior and the Behavioral Science. New York: John
Wiley & Sons, Inc., 1966.

Brown, G. "Brand Loyalty - Fact or Fiction?" Advertising Age, 23:6 (1952),
53-55.

Buell, V.P. and Heyel. C. Handbook of Modern Marketing. New York: McGraw-Hill,
Book Company, Inc., 1970.

Cewitt, R.L. Marketing's Role In Scientific Management. Chicago: American
Marketing Association, 1957.

Cunningham, R. "Brand Loyalty-What, Where How Much," Harward Business
Review, 34:1 (1956), 116-128.

Dommermuth, W.P. "The Shopping Matrix and Marketing Strategy," Journal of
Marketing Research; 2:5 (1965), 128-132.

Engel, J.F. Kollat, D.T. and Blackwell, R.D. Consumer Behavior. New York:
Holt Rineheart and Winston. Inc., 1968.

- 6/26
- Festinger, L. Conflict, Decision, and Dissonance. California: Standford University Press, 1967.
- Garrett, H.E. Statistics in Psychology and Education. New York: David McKay Company, Inc., 1966.
- Guest, L. "Brand Loyalty Revisited: A Twenty Year Report." Journal of Applied Psychology, 48:4 (1964) 93-97.
- Holloway, R.J. Mittelstaedt, R.A. and Venkatesan, M. Consumer Behavior. New York: Houghton Mifflin, Inc., 1971.
- Jacoby, J., Olson, J.C. and Haddock, R.A. "Price, Brand Name, and Product Composition Characteristics and Determinants of Perceived Quality," Journal of Applied Psychology, 55:12 (1971), 570-579.
- Katona, G. "Rational Behavior and Economic Behavior," Psychological Review, 60:9 (1953), 307-318.
- Kimble, G.A. Conditioning and Learning. New York: Appleton Century Crofts, 1961.
- Kollat, D.T. "A Study of Unplanned Purchasing in Self Service Food Supermarkets," Thesis. Bloomington, Id. : Indiana University Graduate School of Business, 1966.
- Krugman, H.E. International Encyclopedia of Social Science. New York: Crowl Collier and Macmillan, Inc., 1968.
- Makens, J.C. "Effect of Brand Preference Upon Consumers' Perceived Taste of Turkey Meat," Journal of Applied Psychology, 49:8 (1965), 261-263.
- Matthews, J.B., Buzzell, R., Levitt, T. and Frank, R.E. Marketing: An Introductory Analysis. New York: Mc Graw-Hill Book Company, Inc., 1962.
- Mc Connell, D.J. "The Development of Brand Loyalty," Journal of Marketing Research, 5:2 (1968), 13-19.

- Mc Cormick, E.J. and Tiffin, J. Industrial Psychology. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1974.
- Myers, J.H. Consumer Behavior and Marketing Management. New York: Houghton Mifflin, Inc., 1967.
- Newman, J. On Knowing the Consumer. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1966.
- Micosia, F.M. Consumer Decision Process. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1966.
- Rhine, R.J. Attitude Theory and Measurement. New York. John Wiley & Sons Inc., 1967.
- Schartz, H. "Does the Label "Change" the Taste?" Printers' Ink, 278:1 (1962), 55-57.
- Seibert, J.C. Concepts of Marketing Management, New York: Harper & Row, Publishers, 1973.
- Stanton, W.J. Fundamentals of Marketing. New York: Mc Graw-Hill Book Company, Inc., 1971.
- The Analysis Committee of the EBC. Analytica - EBC. Amsterdam : Elsevier Publishing Company, 1963.
- Tucker, W.T. " The Development of Brand Loyalty, " Journal of Marketing Research, 1:8 (1964), 32-35.
- Walters, G.C. and Paul G.W. Consumer Behavior. London: Richard D. Irwin, Inc., 1970.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคร

ตารางที่ ๑๕ ฐานนิยมของความบ้อยในการดื่มเหล้าของผู้บริโภคร

ความบ้อย ประสพการณ์ ในการดื่มเหล้า	รวมไม่ เกิน ๕ ครั้ง	ปีละ ๑-๒ ครั้ง	เดือนละ ๑ ครั้ง	เดือนละ ๒-๓ ครั้ง	สัปดาห์ละ ๑ ครั้งหรือ>	ไม่ดื่ม เลย	รวม
น้อย	๕	๑๐	๖	๑	-	๕	๒๗
มาก	๒	๓	๖	๕	๖	-	๒๕
รวม	๗	๑๓	๑๒	๕	๖	๕	๕๐

จากตารางที่ ๑๕ จะเห็นได้ว่าในกลุ่มผู้มีประสพการณ์ในการดื่มเบียร์น้อย แสดงความถี่สูงสุดในการดื่มเหล้าปีละ ๑ ถึง ๒ ครั้ง ส่วนผู้มีประสพการณ์มาก แสดงความถี่สูงสุดในการดื่มเหล้าเดือนละ ๒ ถึง ๓ ครั้ง และเมื่อพิจารณาผู้บริโภครทั้งหมด จะเห็นว่าความถี่สูงสุดในการดื่มเหล้าปีละ ๑ ถึง ๒ ครั้ง

ตารางที่ ๑๖ ฐานนิยมของความบ้อยในการดื่มเบียร์ของผู้บริโภคร

ความบ้อย ประสพการณ์ ในการดื่มเบียร์	รวมไม่ เกิน ๒ ครั้ง	รวมไม่ เกิน ๕ ครั้ง	ปีละ ๑-๒ครั้ง	เดือนละ ๑ ครั้ง	เดือนละ ๒-๓ครั้ง	สัปดาห์ละ ๑ ครั้งหรือ>	ไม่ดื่ม เลย	รวม
น้อย	๒	๗	๑๕	-	-	-	๕	๒๗
มาก	-	-	-	๑๕	๕	๑	-	๒๕
รวม	๒	๗	๑๕	๑๕	๕	๑	๕	๕๐

จากตารางที่ ๑๖ จะเห็นได้ว่าในกลุ่มผู้มีประสบการณ์ในการต้มเบียร์น้อย แสดงความถี่สูงสุดในการต้มเบียร์ปีละ ๑ ถึง ๒ ครั้ง ส่วนผู้มีประสบการณ์มาก แสดงความถี่สูงสุดในการต้มเบียร์เดือนละครั้ง และเมื่อพิจารณาผู้บริโภ�ทั้งหมด จะเห็นว่าความถี่สูงสุดในการต้มเบียร์คือเดือนละครั้ง

ตารางที่ ๑๗ ฐานนิยมของปริมาณในการต้มเบียร์แต่ละครั้งของผู้บริโภ�

ปริมาณ ประสบการณ์ ในการต้มเบียร์	จิบเดียว	ประมาณ ครึ่งแก้ว	ประมาณ ๑ แก้ว	ประมาณ ๑ ขวดใหญ่	มากกว่า ๑ ขวดใหญ่	ไม่เคย ต้มเลย	รวม
น้อย	๕	๓	๘	๖	-	๔	๒๖
มาก	-	๒	๓	๑๒	๖	-	๒๓
รวม	๕	๕	๑๑	๑๘	๖	๔	๕๖

จากตารางที่ ๑๗ จะเห็นได้ว่าในกลุ่มผู้มีประสบการณ์ในการต้มเบียร์น้อย แสดงความถี่สูงสุดของปริมาณในการต้มเบียร์แต่ละครั้งประมาณ ๑ แก้ว ส่วนผู้มีประสบการณ์มากแสดงความถี่สูงสุดของปริมาณในการต้มเบียร์แต่ละครั้งประมาณ ๑ ขวดใหญ่ และเมื่อพิจารณาผู้บริโภ�ทั้งหมดจะเห็นว่า ความถี่สูงสุดของปริมาณในการต้มเบียร์แต่ละครั้งคือประมาณ ๑ ขวดใหญ่

ภาคผนวก ข.

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๑. สูตร χ^2 ทดสอบข้อมูลที่มี ๑ มิติ เพื่อเปรียบเทียบความถี่ที่ได้จากการทดลอง กับความถี่คาดหวังตามสมมติฐาน

$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right] ; df = n - 1$$

เมื่อ \sum แทน ผลรวม

f_o แทน ความถี่ที่ได้จากการทดลอง

f_e แทน ความถี่คาดหวัง

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

n แทน จำนวนประเภทของข้อมูล (Categories)

๒. สูตร χ^2 ทดสอบความเป็นอิสระโดยใช้ตารางฉุกเฉิน (Contingency table) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร (Variables) ของข้อมูล

๒.๑ ตารางชนิด $r \times c$ ใช้สูตร

$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right] ; df = (r - 1) (c - 1)$$

เมื่อ r แทน จำนวนแถว row ในตาราง

c แทน จำนวนสดมภ์ (column) ในตาราง

๒.๒ ตารางชนิด 2×2 Fold Contingency tables

	ก	ข	รวม
I	A	B	A+B
II	C	D	C+D
รวม	A+C	B+D	N

$$\text{ใช้สูตร } \chi^2 = \frac{N(AD - BC)^2}{(A+B)(C+D)(A+C)(B+D)} \quad ; \quad df = (r - 1)(c - 1)$$

ในรายการที่แต่ละประเภท (Category) มีจำนวนน้อยกว่า ๑๐ ใช้สูตร χ^2 พร้อมค่าแก้ดังนี้

$$\chi^2_{[c]} = \frac{N(AD - BC - \frac{N}{2})^2}{(A+B)(C+D)(A+C)(B+D)} \quad ; \quad df = (r - 1)(c - 1)$$

๓. ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการเลือกเบียร์สองชนิดใช้สูตร

$$t = \frac{D}{SD_E}$$

เมื่อ D แทนค่าเฉลี่ยของผลต่าง (d) ระหว่างการเลือกเบียร์สิ่งหนึ่งและเบียร์อีกชนิด ค่ารวมจากสูตร $\frac{\sum d}{N}$

SD_E แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของผลต่าง

คำนวณจากสูตร $SD/\sqrt{N-1}$

SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คำนวณจากสูตร $\sqrt{\frac{\sum d^2}{N} - (\frac{\sum d}{N})^2}$

N แทน จำนวนผู้บริโภครวม

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

แผนผังการ เข้ารับการทดลอง แบบสอบถาม
และกระดาษณ์ที่กการ เลือก

แผนผังการ เข้ารับการทดลองวันที่ ๑

ผู้รับการทดลองคนที่ ๑

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๒ → ชั้นที่ ๓ → ชั้นที่ ๔ → ชั้นที่ ๕ → ชั้นที่ ๖

ผู้รับการทดลองคนที่ ๒

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๒ → ชั้นที่ ๓ → ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๔ → ชั้นที่ ๖ → ชั้นที่ ๕

ผู้รับการทดลองคนที่ ๓

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๓ → ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๒ → ชั้นที่ ๖ → ชั้นที่ ๔ → ชั้นที่ ๕

แผนผังการ เข้ารับการทดลองวันที่ ๒

ผู้รับการทดลองคนที่ ๑

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๘ → ชั้นที่ ๙ → ชั้นที่ ๑๐ → ชั้นที่ ๑๑

ผู้รับการทดลองคนที่ ๒

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๘ → ชั้นที่ ๙ → ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๑๐ → ชั้นที่ ๑๑

ผู้รับการทดลองคนที่ ๓

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๙ → ชั้นที่ ๑ → ชั้นที่ ๘ → ชั้นที่ ๑๑ → ชั้นที่ ๑๐

แผนผังการ เข้ารับการทดลองวันที่ ๓

ผู้รับการทดลองคนที่ ๑

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๑๒ → ชั้นที่ ๑๓ → ชั้นที่ ๑๔ → ชั้นที่ ๑๕

ผู้รับการทดลองคนที่ ๒

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๑๓ → ชั้นที่ ๑๔ → ชั้นที่ ๑๒ → ชั้นที่ ๑๕

ผู้รับการทดลองคนที่ ๓

เริ่มต้นที่ชั้นที่ ๑๔ → ชั้นที่ ๑๒ → ชั้นที่ ๑๓ → ชั้นที่ ๑๕

แบบสอบถามประกอบการทดลองการ เลือกคีม เบียร์

ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน _____ หน้าข้อความที่เป็นจริงและเติมข้อความลงใน
ช่องว่างที่เว้นไว้

๑. ข้าพเจ้า _____ เคย _____ ไม่เคยคีมเหล้า ถ้าเคยคีมครั้งแรกเมื่ออายุ.....ปี
๒. ข้าพเจ้าเคยคีมเหล้า _____ ไม่เกิน ๒ ครั้ง _____ ประมาณเดือนละครึ่ง
_____ ไม่เกิน ๕ ครั้ง _____ เดือนละ ๒ - ๓ ครั้ง
_____ ปีละครึ่งหรือ ๒ ครั้ง _____ สัปดาห์ละครึ่งหรือมาก
กว่านั้น
๓. ข้าพเจ้า _____ เคย _____ ไม่เคยคีมเบียร์ ถ้าเคยคีมครั้งแรกเมื่ออายุ.....ปี
๔. ข้าพเจ้าเคยคีมเบียร์ _____ ไม่เกิน ๒ ครั้ง _____ ประมาณเดือนละครึ่ง
_____ ไม่เกิน ๕ ครั้ง _____ เดือนละ ๒ - ๓ ครั้ง
_____ ปีละครึ่งหรือ ๒ ครั้ง _____ สัปดาห์ละครึ่งหรือมาก
กว่านั้น
๕. การคีมเบียร์ ข้าพเจ้าคีมแต่ละครั้งเป็นปริมาณ _____ จิบเดียว
_____ ประมาณ ๒ แก้ว
_____ ประมาณครึ่งแก้ว
_____ ประมาณ ๑ แก้ว
_____ มากกว่า๑ขวดใหญ่ขึ้นไป
๖. ข้าพเจ้าชอบคีมเบียร์ _____ ตราสิ่งที _____ อมฤต (เลือกเพียงชนิดเดียว)
๗. เหตุผลที่ชอบ เพราะ _____ รสดี _____ เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่
_____ หาชื้อได้ง่าย _____ ตรานี้เชื่อถือได้
_____ ความเคยชิน _____ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
๘. ข้าพเจ้า _____ สามารถ _____ ไม่สามารถ แยกรสเบียร์ตราสิ่งทีและเบียร์
อมฤตได้

๙. ข้าพเจ้าคิดว่าคนส่วนใหญ่ชอบดื่มเบียร์ _____ ตราสิ่งนี้ _____ อมฤต (เลือกเพียงชนิดเดียว)

๑๐. ความรู้สึกของข้าพเจ้าเกี่ยวกับการทดลองครั้งนี้ _____ น่าสนใจ
_____ น่าเบื่อ
_____ เฉย ๆ
_____ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

กระดาษบันทึกสำหรับผู้รับการทดลอง

ชื่อ.....นามสกุล.....

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านต้องการ

	<u>การทดลองวันที่ ๑</u>	หมายเลข ๑	หมายเลข ๒
ชั้นที่ ๑	ข้าพเจ้าเลือกเบียร์ที่รินจากขวด		
ชั้นที่ ๒	" "		
ชั้นที่ ๓	" "		
ชั้นที่ ๔	" "		
ชั้นที่ ๕	" "		
ชั้นที่ ๖	" "		

<u>การทดลองวันที่ ๒</u>		หมายเลข ๑	หมายเลข ๒
ชั้นปีที่ ๑	ข้าพเจ้าเลือกเป็ยรที่รินจากขวด		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
<u>การทดลองวันที่ ๓</u>		หมายเลข ๑	หมายเลข ๒
ชั้นปีที่ ๑	ข้าพเจ้าเลือกเป็ยรที่รินจากขวด		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		
ชั้นปีที่ ๑	" " "		

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการศึกษา

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์

วุฒิการศึกษา

สถานที่ทำงาน

นางสาวนราพร วัฒนกร

ครุศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา ๒๕๑๓

วิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอยุธยา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย