

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	4
1.4 นิยามศัพท์	5
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7Ps)	6
2.3 การดำเนินงานโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน	7
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.5 กรอบแนวคิด	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	13
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	15
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	15

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
ตอนที่ 1 สำหรับเด็กนักเรียน ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	20
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม (นม) โรงเรียนบริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	22
ตอนที่ 2 สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่	30
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	32
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม (นม) โรงเรียนบริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	34
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	50
5.2 อภิปรายผล	54
5.3 ข้อค้นพบ	56
5.4 ข้อเสนอแนะ	57
เอกสารอ้างอิง	59
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก แบบสอบถามกลุ่ม 1 ผู้บริโภค	62
ภาคผนวก ข แบบสอบถามกลุ่ม 2 ผู้ที่เกี่ยวข้อง	66
ประวัติผู้เขียน	72

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่	12
2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
3	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
4	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	17
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม)โรงเรียน	18
6	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวน การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียนต่อวัน	18
7	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน	19
8	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน	19
9	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	20
10	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณใน การบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน	20
11	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผล การเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	21
12	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียนแต่ละชนิด	21

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	ค่าเฉลี่ย และแปลผลความชอบของผู้บริโภคจำแนกตามคุณลักษณะ ต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	22
14	จำนวน และร้อยละความพอดีของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม)โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	22
15	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	23
16	ค่าเฉลี่ยระดับความชอบต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามเพศ	24
17	ค่าเฉลี่ยระดับความชอบต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามอายุ	25
18	ค่าเฉลี่ยระดับความชอบต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามชนิดของนมที่ชอบ	26
19	จำนวน ร้อยละ และค่าไคแอสควร์การยอมรับต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามเพศ	27
20	จำนวน ร้อยละ และค่าไคแอสควร์การยอมรับต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามอายุ ปี	28
21	คุณลักษณะที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด ที่ได้จากการใช้สถิติโลจิสติกส์	29
22	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
23	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	30
24	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	30
25	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	31
26	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาการ ให้เด็กบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน	31
27	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	32
29	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผล การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด	33
30	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของ อาหารเสริม (นม) โรงเรียนที่ทางโรงเรียนรับ	33
31	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์	34
32	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	35
33	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	36
34	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย	36
35	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	37
36	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	38
37	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ	38
38	ค่าเฉลี่ย และแปรผลความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	39
39	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด เรียงลำดับ 10 ลำดับแรก	40

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
40	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ของอาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	42
41	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	43
42	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	44
43	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	45
44	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	46
45	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการนำเสนอทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	47
46	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	48
47	ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัทเชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่	49