

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	๑
บทคัดย่อภาษาไทย	๑
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๑
สารบัญตาราง	๑
บทที่ 1 บทนำ	๑
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	๑
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	๕
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๖
1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	๖
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๗
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	๗
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	๗
2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	๑๐
2.1.3 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด	๑๐
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๔
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	๑๗
3.1 ขอบเขตการศึกษา	๑๗
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	๑๗
3.1.2 ขอบเขตประชากร	๑๗
3.1.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	๑๗
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๘
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๘
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	๑๙

บทที่ 4 ผลการศึกษา	20
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าเด็กเล่นของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าเด็กเล่นของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	38
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและ พฤติกรรมการซื้อสินค้าเด็กเล่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	43
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเด็กเล่น	49
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะจากการรวมแบบสอบถาม	78
 บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	80
5.1 สรุปผลการศึกษา	80
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเด็กเล่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่	80
5.1.2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเด็กเล่น	81
5.1.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการซื้อ สินค้าเด็กเล่น	81
5.2 ข้อเสนอแนะ	82
5.2.1 ข้อเสนอแนะแก่ผู้ผลิต ผู้นำพา และข้อเสนอแนะทั่วไป	82
5.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก	87
ภาคผนวก ข	95
 ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ตลาดมูลค่าการส่งออกของเล่นที่ผลิตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550 – 2553	2
1.2 มูลค่าการส่งออกของเล่นที่ผลิตในประเทศไทยเพื่อส่งไปยังต่างประเทศ ของช่วงเวลา เดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552-2553	3
1.3 มูลค่าการนำเข้าของเล่นของประเทศไทย	4
1.4 แสดงจำนวนประชากรเกิดใหม่จากทะเบียนในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2542 – 2551	5
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อสินค้าเด็กเล่น	24
4.2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าเด็กเล่นของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	28
4.3 ความคิดเห็นกับมาตรฐานของสินค้าเด็กเล่นจำแนกจากแหล่งผลิต	31
4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ซื้อสินค้าเด็กเล่นจำแนกตามวัสดุที่ใช้ในการ ผลิตสินค้าเด็กเล่น	32
4.5 จำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าเด็กเล่นเพื่อเสริมทักษะ	33
4.6 จำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าเด็กเล่นทั่วไป	34
4.7 จำนวนและร้อยละแยกตามสถานที่ซื้อ	35
4.8 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามจำนวนสินค้าที่มีอยู่ในครอบครอง	36
4.9 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามความพึงพอใจและการซื้อในอนาคต	37
4.10 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าเด็กเล่น	40
4.11 ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าเด็กเล่น	43
4.12 ความสัมพันธ์ของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเด็กเล่น	45
4.13 ความสัมพันธ์ของการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการซื้อ สินค้าเด็กเล่น	46
4.14 ความสัมพันธ์ของจำนวนบุตรของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมซื้อสินค้าเด็กเล่น	48
4.15 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเด็กเล่น	51