

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	5
บทที่ 2 แนวความคิดหรือทฤษฎีและข้อสมมติฐาน	
2.1 แนวความคิดหรือทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา.....	6
2.2 สรุปสาระสำคัญของเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.3 สมมติฐาน.....	25
2.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา.....	28
3.2 วิธีการศึกษา.....	28
3.3 การเก็บข้อมูล.....	29
3.4 การสุ่มตัวอย่าง.....	30
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	30
3.6 สถานที่ทำการศึกษา.....	31
3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา.....	31
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน	
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	33
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อนมผง.....	42
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการ เลือกซื้อนมผง.....	56
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อนมผงของผู้บริโภค.....	67

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.....	73
การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.....	93
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	105
5.2 การอภิปรายผล.....	106
5.3 ข้อค้นพบ.....	110
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	112
บรรณานุกรม.....	116
ภาคผนวก.....	119
ประวัติผู้เขียน.....	126

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามเพศ.....	34
2 แสดงจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามอายุ.....	35
3 แสดงจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามอาชีพ.....	36
4 แสดงจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามรายได้ทั้งครอบครัว ต่อเดือน.....	37
5 แสดงจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามการศึกษา.....	38
6 แสดงสมาชิกในครอบครัวที่ดื่มเมด เป็นประจำ.....	39
7 แสดงอายุบุตรที่ดื่มเมด เป็นประจำ.....	40
8 แสดงผู้ทำหน้าที่ซื้อเมด.....	43
9 แสดงขนาดเมดที่ผู้บริโภครู้ชื่อ.....	44
10 แสดงประเภทบรรจุภัณฑ์ของเมดที่ผู้บริโภครู้ชื่อ.....	45
11 แสดงความถี่ในการซื้อเมดของผู้บริโภค.....	46
12 แสดงสถานที่ที่ผู้บริโภคไปซื้อเมดเป็นประจำ.....	47
13 แสดงประเภทเมดที่ผู้บริโภครู้ชื่อเป็นประจำ.....	48
14 แสดงประเภทของนมสดที่ผู้บริโภครู้ชื่อเป็นประจำ.....	49
15 แสดงประเภทของนมผงที่ผู้บริโภครู้ชื่อเป็นประจำ.....	50
16 แสดงยี่ห้อนมผงที่ผู้บริโภครู้ชื่อเป็นประจำ.....	51
17 แสดงการมียี่ห้อนมผงที่ตั้งใจจะไปซื้อของผู้บริโภค.....	52
18 แสดงการเลือกยี่ห้อนมผงในกรณียี่ห้อที่ตั้งใจจะซื้อไม่มีสินค้า แต่ยี่ห้ออื่นมีรายการพิเศษ.....	53
19 แสดงการเลือกยี่ห้อนมผงในกรณียี่ห้อที่ตั้งใจจะซื้อไม่มีสินค้า.....	54
20 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนมผงที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	57
21 แสดงลำดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ นมผงที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	58
22 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนมผงที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้บริโภค.....	59

ตารางที่	หน้า
23 แสดงการเปลี่ยนแปลงราคาของนมผงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	60
24 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนมผงที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	61
25 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนมผงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	62
26 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนมผงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมาก.....	63
27 แสดงสื่อที่ผู้บริโภคเห็นโฆษณา.....	64
28 แสดงผู้มีอิทธิพลในการซื้อนมผงของผู้บริโภค.....	65
29 แสดงเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อนมผง.....	66
30 แสดงเหตุผลในการซื้อนมผงยี่ห้ออื่น ๆ ของผู้บริโภค.....	67
31 แสดงปัญหาในการซื้อนมผงของผู้บริโภค.....	70
32 แสดงความสำคัญของปัญหาในการซื้อนมผงของผู้บริโภค.....	71
33 แสดงขนาดนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามอาชีพ.....	75
34 แสดงขนาดนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามรายได้.....	76
35 แสดงขนาดนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามการศึกษา.....	77
36 แสดงประเภทบรรจุภัณฑ์ของนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามอาชีพ.....	78
37 แสดงประเภทบรรจุภัณฑ์ของนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามรายได้.....	79
38 แสดงประเภทบรรจุภัณฑ์ของนมผงที่ผู้บริโภคซื้อแจกแจงตามการศึกษา.....	80
39 แสดงความถี่ในการซื้อนมผงของผู้บริโภคแจกแจงตามอาชีพ.....	81
40 แสดงความถี่ในการซื้อนมผงของผู้บริโภคแจกแจงตามรายได้.....	82
41 แสดงความถี่ในการซื้อนมผงของผู้บริโภคแจกแจงตามการศึกษา.....	83
42 แสดงสถานที่ที่ผู้บริโภคไปซื้อนมผงแจกแจงตามอาชีพ.....	84
43 แสดงสถานที่ที่ผู้บริโภคไปซื้อนมผงแจกแจงตามรายได้.....	85
44 แสดงสถานที่ที่ผู้บริโภคไปซื้อนมผงแจกแจงตามการศึกษา.....	86
45 แสดงยี่ห้อนมผงที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุดแจกแจงตามอาชีพ.....	87
46 แสดงยี่ห้อนมผงที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุดแจกแจงตามรายได้.....	88

ตารางที่	หน้า
47 แสดงยี่ห้อนมผงที่ผู้บริโภคมองว่าปลอดภัยที่สุดแฉงตามการศึกษา.....	89
48 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนมผงที่ผู้บริโภคมองว่า พิจารณาในการเลือกซื้อแฉงตามอาชีพ.....	94
49 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนมผงที่ผู้บริโภคมองว่าพิจารณาใน การเลือกซื้อแฉงตามอาชีพ.....	95
50 แสดงผลการเปลี่ยนแปลงราคานมผงต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคมองว่าแฉงตามอาชีพ.....	96
51 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนมผงที่ผู้บริโภคมองว่า พิจารณาในการเลือกซื้อแฉงตามอาชีพ.....	97
52 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนมผงที่ผู้บริโภคมองว่า พิจารณาในการเลือกซื้อแฉงตามอาชีพ.....	98