

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	4
2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 กำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	9
3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	11
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	11
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมผงคัดแปลงสำหรับทารก	16
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาด	
ระหว่างบริษัทโนว์แบรนด์ สยาม จำกัด และบริษัท บริสตอล-ไมเยอร์	
สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมหลังการซื้อของผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ นมผงดัดแปลงสำหรับทารกของบริษัท สโนว์แบรנד สยาม จำกัด และบริษัท บริสตอล - ไมเยอร์ สควิบป์ (ประเทศไทย) จำกัด	35
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	36
5.1 สรุปผลการศึกษา	36
5.2 อภิปรายผล	44
5.3 ข้อค้นพบ	47
5.4 ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	52
- แบบสอบถาม	53
ประวัติผู้เขียน	60

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตร	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรมากกว่า 1 คน จำแนกตามการใช้ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดียวกันเฉลี่ยบุตรคนก่อน	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	16
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	17
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์นมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	18
11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	19
12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	21
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	22
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	23
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของนมผงดัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อเอนฟาแล็ค	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนมผงคัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของนมผงคัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	26
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนมผงคัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	27
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนมผงคัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของนมผงคัดแปลงสำหรับทารกยี่ห้อสโนว์ พี 7 แอลเบต้า	29
21	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างบริษัทสโนว์แบรנד สยาม จำกัด กับบริษัทบริสตอล -ไมเออร์ สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	30
22	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา ระหว่างบริษัทสโนว์แบรנד สยาม จำกัด กับบริษัทบริสตอล -ไมเออร์ สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	31
23	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระหว่างบริษัทสโนว์แบรנד สยาม จำกัด กับบริษัท บริสตอล -ไมเออร์ สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	32
24	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระหว่างบริษัทสโนว์แบรנד สยาม จำกัด กับบริษัทบริสตอล -ไมเออร์ สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	33
25	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ระหว่างบริษัทสโนว์แบรנד สยาม จำกัด กับบริษัทบริสตอล-ไมเออร์ สควิบ์ (ประเทศไทย) จำกัด	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมผงคัดแปลงสำหรับทารกของบริษัท สโนว์เบิร์นด์ สยาม จำกัด กับบริษัทบริสตอล-ไมเยอร์ สควิบน์ (ประเทศไทย) จำกัด	35
27	สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทบริสตอล-ไมเยอร์ สควิบน์ (ประเทศไทย) จำกัด	39
28	สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท สโนว์เบิร์นด์ สยาม จำกัด	40
29	สรุปผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดระหว่างบริษัท บริสตอล-ไมเยอร์ สควิบน์ (ประเทศไทย) จำกัด กับบริษัท สโนว์เบิร์นด์ สยาม จำกัด	42