

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	18
ขอบเขตการศึกษา	18
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	18
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	19
การรวบรวมข้อมูล/เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	20
การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	20
ระยะเวลาที่ในการศึกษา	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	22
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับประทานไอศกรีมพรีเมียม	27
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อตำแหน่งตราयीหือไอศกรีมพรีเมียม	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	96
สรุปผลการศึกษา	96
อภิปรายผลการศึกษา	103
ข้อค้นพบ	105
ข้อเสนอแนะ	107
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	111
ประวัติผู้เขียน	118

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	23
2. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	23
3. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	24
4. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	25
5. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26
6. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับประทานไอศกรีม โดยเฉลี่ยต่อเดือน	27
7. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะในการรับประทานไอศกรีมพรีเมียม	27
8. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการรับประทานไอศกรีมพรีเมียม	28
9. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติที่นิยมรับประทาน	29
10. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบเมนูของไอศกรีมพรีเมียมที่นิยมรับประทาน	30
11. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราหือของไอศกรีมที่ผู้บริโภคถึงเป็นอันดับแรก	31
12. แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบไอศกรีมพรีเมียมที่นิยมรับประทานจำแนกตามอายุ	32
13. แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบไอศกรีมพรีเมียมที่นิยมรับประทานจำแนกตามอาชีพ	33
14. แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบไอศกรีมพรีเมียมที่นิยมรับประทานจำแนกตามระดับการศึกษา	34
15. แสดงจำนวนและร้อยละของไอศกรีมพรีเมียมที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นอันดับแรกจำแนกตามอายุ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16. แสดงจำนวนและร้อยละของไอศกรีมพรีเมียมที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นอันดับแรกจำแนกตามอาชีพ	36
17. แสดงจำนวนและร้อยละของไอศกรีมพรีเมียมที่ผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงเป็นอันดับแรกจำแนกตามระดับการศึกษา	37
18. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการรับรู้ของผู้บริโภคที่รับรู้ว่ามีไอศกรีมแต่ละยี่ห้อเป็นไอศกรีมระดับพรีเมียม	38
19. แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้ของผู้บริโภคที่รับรู้ว่ามีไอศกรีมแต่ละยี่ห้อไอศกรีมระดับพรีเมียมจำแนกตามอายุ	39
20. แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้ของผู้บริโภคที่รับรู้ว่ามีไอศกรีมแต่ละยี่ห้อไอศกรีมระดับพรีเมียมจำแนกตามอาชีพ	41
21. แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้ของผู้บริโภคที่รับรู้ว่ามีไอศกรีมแต่ละยี่ห้อไอศกรีมระดับพรีเมียมจำแนกตามรายได้	43
22. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของไอศกรีมที่รับประทานบ่อยที่สุด	45
23. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของไอศกรีมที่รับประทานบ่อยที่สุดจำแนกตามอายุ	46
24. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของไอศกรีมที่รับประทานบ่อยที่สุดจำแนกตามอาชีพ	48
25. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของไอศกรีมที่รับประทานบ่อยที่สุดจำแนกตามระดับการศึกษา	49
26. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานไอศกรีมพรีเมียม	51
27. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามอายุ	52
28. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามอาชีพ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
29. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานไอศกรีมพรีเมียม จำแนกตามระดับการศึกษา	54
30. แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มี ความสำคัญในการเลือกรับประทาน ไอศกรีมพรีเมียม	55
31. แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทาน ไอศกรีมพรีเมียม ของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ	57
32. แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทาน ไอศกรีมพรีเมียม ของผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ	59
33. แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกรับประทาน ไอศกรีมพรีเมียม ของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา	60
34. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารของไอศกรีมพรีเมียม	63
35. แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารของ ไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามอายุ	64
36. แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารของ ไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามอาชีพ	66
37. แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารของ ไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามระดับการศึกษา	67
38. แสดงค่าเฉลี่ยแปลผลของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ	68
39. แสดงค่าเฉลี่ยแปลผลของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ	70
40. แสดงค่าเฉลี่ยแปลผลของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของไอศกรีมพรีเมียม ทั้ง 4 ยี่ห้อ	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
41. แสดงค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะ ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของไอศกรีมพรีเมียม ทั้ง 4 ยี่ห้อ	74
42. แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อจำแนกตามเพศ	76
43. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อจำแนกตามอายุ	77
44. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ จำแนกตามอาชีพ	78
45. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	79
46. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับประทานไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
47. แสดงผลการวิเคราะห์ KMO และ Bartlett's Test	81
48. แสดงผลการวิเคราะห์ Communalities	82
49. แสดงผลการวิเคราะห์ Total Variance Explained	84
50. แสดงผลการวิเคราะห์ Component Matrix	86
51. แสดงผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix	88
52. แสดงค่า Factor score ในแต่ละปัจจัยของไอศกรีมพรีเมียมแต่ละยี่ห้อ	90
53. ตำแหน่งทางการตลาดและการรับรู้ของผู้บริโภคของไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อ	106

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงผลการวิเคราะห์ Scree Plot	85
2	แผนภาพการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อตามปัจจัยหลักด้านคุณค่าและบริการที่เสนอขายกับด้านการความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	92
3	แผนภาพการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของไอศกรีมพรีเมียมทั้ง 4 ยี่ห้อตามปัจจัยหลักด้านการส่งเสริมการตลาดกับด้านความสนใจของผู้บริโภคในการรับรู้ข่าวสารของผลิตภัณฑ์	93