

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล .	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
ทฤษฎีและแนวคิด	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	6
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	7
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	8
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	8
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	10
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการศึกษาออนไลน์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	12
การศึกษาพฤติกรรมการศึกษาออนไลน์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	35

การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อนม	
พาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	44
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	56
สรุปผลการศึกษา	56
อภิปรายผล	61
ข้อค้นพบ	63
ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	66
แบบสอบถาม	67
ประวัติผู้เขียน	73

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	10
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	10
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	11
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	11
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้าของนมพาสเจอร์ไรซ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก	12
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้าของนมพาสเจอร์ไรซ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยดื่ม	13
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ดื่มนมพาสเจอร์ไรซ์	14
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	15
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	16
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	16
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	17
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติของนมพาสเจอร์ไรซ์ที่ชอบมากที่สุด	17
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	18
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	19

15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของนมพาสเจอร์ไรซ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	19
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของนมพาสเจอร์ไรซ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	20
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง	21
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้าของนมพาสเจอร์ไรซ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด	22
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณา นมพาสเจอร์ไรซ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นมากที่สุด	23
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณา นมพาสเจอร์ไรซ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	24
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อ นมพาสเจอร์ไรซ์	24
22	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของความแตกต่างระหว่างการดื่มนมพาสเจอร์ไรซ์ กับนมพร้อมดื่มชนิดอื่น ๆ	25
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	26
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	28
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	30
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	32
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์	34

28	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราสินค้าในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี จำแนกตามอายุ	35
29	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราสินค้าในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี จำแนกตามระดับการศึกษา	36
30	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราสินค้าในการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
31	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ รสชาติต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	38
32	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ รสชาติต่าง ๆ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	39
33	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ รสชาติต่าง ๆ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
34	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามอายุ	41
35	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	42
36	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
37	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามอายุ	44
38	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	45
39	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
40	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามอายุ	47
41	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	48
42	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49

43	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน สถานที่จำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามอายุ	50
44	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน สถานที่จำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	51
45	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน สถานที่จำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
46	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามอายุ	53
47	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	54
48	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55