

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูปภาพ	ถ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
<b>บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>3</b>
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	3
ทบทวนวรรณกรรม	7
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>9</b>
ขอบเขตการศึกษา	9
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการศึกษา	12
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>13</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อโยเกิร์ต	17
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อโยเกิร์ต	28
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อโยเกิร์ต	31

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกซื้อโยเกิร์ต	36
ส่วนที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ โยเกิร์ตในด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด ระดับชั้นการศึกษา และรายได้	41
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	138
สรุปผลการศึกษา	138
อภิปรายผลการศึกษา	150
ข้อค้นพบ	154
ข้อเสนอแนะ	156
บรรณานุกรม	159
ภาคผนวก	160
ประวัติผู้เขียน	171

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามคณะ	10
2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่สังกัด	15
5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	15
6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อ โยเกิร์ต	17
8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอิทธิพลที่ได้รับ ต่อการเลือกซื้อ โยเกิร์ต	17
9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติโยเกิร์ตที่รับประทาน บ่อยที่สุด	18
10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการอ่าน รายละเอียดด้านโภชนาการของ โยเกิร์ต	18
11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ โยเกิร์ต	19
12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณใน การซื้อ โยเกิร์ตในแต่ละครั้ง	20
13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โอกาสที่ซื้อไปรับประทาน โยเกิร์ต	20
14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จัก ตราสินค้าของ โยเกิร์ต	21
15 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยซื้อ ตราสินค้าของ โยเกิร์ต	21
16 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การซื้อตราสินค้าของ โยเกิร์ต ที่บ่อยที่สุด	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการซื้อโยเกิร์ตที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต	23
18	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการซื้อโยเกิร์ตที่ซูเปอร์มาร์เก็ต	24
19	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการซื้อโยเกิร์ตที่ร้านสะดวกซื้อ	25
20	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการซื้อโยเกิร์ตที่ร้านค้าปลีก	26
21	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการซื้อโยเกิร์ตที่ร้านค้าส่ง	27
22	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ต	28
23	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อโยเกิร์ต	29
24	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	29
25	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโยเกิร์ต	30
26	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อของโยเกิร์ตที่จำได้มากที่สุด	30
27	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	31
28	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	32
29	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	34
31 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	36
32 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านราคาที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	37
33 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	38
34 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ต	39
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของโยเกิร์ตที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตามเพศ	41
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของโยเกิร์ตจำแนกตามเพศ	42
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อโยเกิร์ตจำแนกตามเพศ	43
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณในการซื้อโยเกิร์ตในแต่ละครั้งจำแนกตามเพศ	44
39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าของโยเกิร์ตจำแนกตามเพศ	45
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ตจำแนกตามเพศ	46
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณาของโยเกิร์ตที่ทำได้มากที่สุดจำแนกตามเพศ	47
42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของโยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	49
44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	50
45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	51
46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	53
47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านราคาของโยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	54
48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	55
49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	56
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของโยเกิร์ต ที่ชื่นชอบที่สุดจำแนกตามอายุ	58
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่าน รายละเอียดด้านโภชนาการของโยเกิร์ตจำแนกตามอายุ	59
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ ในการซื้อโยเกิร์ตจำแนกตามอายุ	60
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณ ในการซื้อโยเกิร์ตในแต่ละครั้ง จำแนกตามอายุ	62
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้า ของโยเกิร์ตที่ชื่นชอบที่สุดจำแนกตามอายุ	63
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการ ซื้อโยเกิร์ตจำแนกตามอายุ	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณา ของ โยเกิร์ตที่จำได้มากที่สุด จำแนกตามอายุ	66
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ โยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ	67
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของ โยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	69
59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	70
60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	72
61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	74
62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านราคาของ โยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	75
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	77
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	79
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของ โยเกิร์ต ที่ชื่นชอบที่สุดจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	81
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่าน รายละเอียดด้านโภชนาการของ โยเกิร์ตจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	82
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ ในการซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	84
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณ ในการซื้อ โยเกิร์ตในแต่ละครั้ง จำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	85

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้า ของโยเกิร์ตที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	86
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ตจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	87
71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณาของโยเกิร์ตที่จำได้มากที่สุดจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	88
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	89
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	90
74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	91
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	93
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	95
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านราคาของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	96
78	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	97
79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด	99
80	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของโยเกิร์ตที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	101
81	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของโยเกิร์ตจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	102



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
82 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความถี่ในการซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	103
83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณ ในการซื้อ โยเกิร์ตในแต่ละครั้ง จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	104
84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้า ของโยเกิร์ตที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	105
85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	106
86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภท ของสื่อโฆษณาของโยเกิร์ต ที่จำได้มากที่สุด จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	107
87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	108
88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของโยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	109
89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	110
90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	112
91 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	114
92 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านราคา ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	115
93 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	116
94 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นการศึกษา	118

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
95	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของ โยเกิร์ต ที่ซื้อบ่อยที่สุดจําแนกตามรายได้ต่อเดือน	120
96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่าน รายละเอียดด้านโภชนาการของ โยเกิร์ตจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	121
97	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ ในการซื้อโยเกิร์ตจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	122
98	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณ ในการซื้อ โยเกิร์ตในแต่ละครั้ง จําแนกตามรายได้ต่อเดือน	123
99	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้า ของ โยเกิร์ตที่ซื้อบ่อยที่สุดจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	124
100	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ โยเกิร์ตจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	125
101	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภท ของสื่อโฆษณาของ โยเกิร์ตที่จําได้มากจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	126
102	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ โยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	127
103	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของ โยเกิร์ต ของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	128
104	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจําหน่าย ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	129
105	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	130
106	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	132
107	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านราคา ของ โยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
108 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	135
109 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของโยเกิร์ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	136
110 แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัดระดับชั้นการศึกษา และรายได้	142
111 แสดงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามเพศ อายุกลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด ระดับชั้นการศึกษา และรายได้	146
112 แสดงความสำคัญปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อ โยเกิร์ตจำแนกตามเพศ อายุ กลุ่มวิชาที่นักศึกษาสังกัด ระดับชั้นการศึกษา และรายได้	148

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่

1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

หน้า

4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved