

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๘
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
ทฤษฎี และแนวคิด	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	6
ขอบเขตเนื้อหา	6
ขอบเขตประชากร	6
ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง	6
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	7
การรวบรวมข้อมูล	7
การวิเคราะห์ข้อมูล	8

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	9
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	10
ข้อมูลความต้องการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	19
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผล	73
ข้อค้นพบ	75
ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้เขียน	88

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	10
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	11
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	12
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	13
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	14
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	15
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ชอบ	16
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจ	17
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญ	18
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	19
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรู้จักผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	20
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	21
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ว่ายเคยใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	21
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	22
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	23
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อข้อความ	24

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นที่คิดว่าผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์มีประโยชน์	24
18	จำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	25
19	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	27
20	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นด้านคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	28
21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นด้านสถานที่ที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	29
22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	30
23	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	31
24	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่ให้แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	32
25	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรายการที่ให้บริการผ่านทางสถานีโทรทัศน์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	33
26	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคลื่นวิทยุที่ให้บริการผ่านทางสถานีวิทยุ ที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	34
27	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรายการที่ให้บริการผ่านทางสถานีวิทยุที่ ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหนังสือพิมพ์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	36
29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทนิตยสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	37
30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความน่าจะเป็นของความต้องการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	38
31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงระดับความน่าจะเป็นของความต้องการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	39
32 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	40
33 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์เมื่อเทียบกับกับราคาที่จำหน่าย จำแนกตามเพศ	42
34 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	43
35 จำนวนและร้อยละตามความคิดเห็นด้านสถานที่ที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	44
36 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	46
37 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	47
38 จำนวนและร้อยละของความน่าจะเป็นที่ต้องการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงระดับความน่าจะเป็น ของความต้องการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	50
40 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	51
41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณค่าของผลิตภัณฑ์กระดาษ รองนั่งสุขภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับราคา จำแนกตามรายได้	54
42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ จากผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	56
43 จำนวนและร้อยละตามความคิดเห็นด้านสถานที่ที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษ รองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	58
44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด ของผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	60
45 จำนวนและร้อยละตามความคิดเห็นตามสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษ รองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	62
46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ของความน่าจะเป็นที่ความต้องการซื้อใช้ ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์	64
47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงระดับความน่าจะเป็น ของความต้องการซื้อใช้ผลิตภัณฑ์กระดาษรองนั่งสุขภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	66