

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	8
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	8
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอก	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผงซักฟอก ของผู้บริโภค	39
ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอกผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	45
ส่วนที่ 6 ปัญหาที่มีผลในการเลือกซื้อผงซักฟอก ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	77
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	101
อภิปรายผล	116
ข้อค้นพบ	118
ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	123
แบบสอบถาม	124
ประวัติผู้เขียน	132

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	9
2. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
3. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
4. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	13
5. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว	13
6. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	14
7. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพในปัจจุบัน	15
8. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
9. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ	17
10. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแบบของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ	17
11. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกชนิดของภาชนะบรรจุผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ	18
12. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้ชนิดของภาชนะบรรจุผงซักฟอก	19
13. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของผงซักฟอกที่ท่านเลือกซื้ออยู่เป็นประจำ	20
14. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผงซักฟอก โดยเฉลี่ยกี่ครั้งในหนึ่งเดือน	21
15. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อผงซักฟอกที่เคยใช้	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อผงซักฟอก ที่ใช้ใน ปัจจุบัน	23
17. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้	24
18. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการ เปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก	25
19. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการ เปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้อยู่	26
20. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือก ซื้อผงซักฟอก	27
21. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผล ในการเลือกสถานที่สถานที่ซื้อผงซักฟอก	28
22. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเห็น โฆษณาตรา ยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน	28
23. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจากการเคยเห็น โฆษณาตรา ยี่ห้อผงซักฟอก	29
24. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตรา ยี่ห้อที่ใช้ ในขณะนี้รู้จากที่ไหน	30
25. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริม การขายที่ชอบและสนใจมากที่สุด	31
26. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าของแถม ที่ชอบมากที่สุด	32
27. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ ผงซักฟอกเมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย	32
28. แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
29. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก	34
30. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก	36
31. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผงซักฟอก	37
32. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผงซักฟอก	38
33. แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัญหาส่วน ประสมทาง การตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผงซักฟอก	39
34. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การซื้อผงซักฟอก	40
35. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราในการเลือกซื้อผงซักฟอก	42
36. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดในการเลือก ซื้อผงซักฟอก	43
37. แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือก ซื้อผงซักฟอก	44
38. แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก จำแนกตามเพศ	45
39. แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก จำแนกตามเพศ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก จำแนกตามรายได้	71
54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามเพศ	73
55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านราคา ในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตามเพศ	75
56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามเพศ	76
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามเพศ	77
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอายุ	78
59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านราคา ในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตามอายุ	80
60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหา ด้านการส่งเสริมทางการตลาดในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอายุ	82
61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอายุ	84
62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอาชีพ	86
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านราคา ในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตามอาชีพ	88
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านการ ส่งเสริมทางการตลาดในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอาชีพ	90
65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามอาชีพ	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามรายได้	94
67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านราคา ในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามรายได้	96
68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านการ ส่งเสริมทางในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามรายได้	97
69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาด้านช่อง ทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผงซักฟอก จำแนกตามรายได้	99
70 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	102
71 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	103
72 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมทางการตลาด 3 อันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	104
73 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	106
74 แสดงความสำคัญของปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	108
75 แสดงความสำคัญของปัญหาย่อยด้านราคา 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	110
76 แสดงความสำคัญของปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการขาย 3 อันดับแรกของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	112
77 แสดงความสำคัญของปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้	115

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1. แสดงตัวแบบพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค

6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved