

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
ข้อมูลผลิตภัณฑ์นมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตเนื้อหา	13
ขอบเขตประชากร	13
จำนวนตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	13
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	20
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	32
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	103
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	108
สรุปผลการศึกษา	108
อภิปรายผลการศึกษา	122
ข้อค้นพบ	125
ข้อเสนอแนะ	128
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	133
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	134
ประวัติผู้เขียน	143

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	17
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	18
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	18
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	19
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	19
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์นมที่ซื้อ	20
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์นม	21
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นม	22
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นม	23
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์นม	24
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์นม	25
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์นม	26
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของนมที่เลือกซื้อ	27
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของนมเปรี้ยวที่เลือกซื้อ	28
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของไอศกรีมที่เลือกซื้อ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของโยเกิร์ตที่เลือกซื้อ	30
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อ	31
4.19 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	32
4.20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	34
4.21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	35
4.22 จำนวนจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	36
4.23 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	37
4.24 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	38
4.25 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามเพศ	41
4.26 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ	42
4.27 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ	44
4.28 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามเพศ	46
4.29 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.30 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ	50
4.31 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัด จำหน่ายจำแนกตามอายุ	52
4.32 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ	54
4.33 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามอายุ	57
4.34 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพ	59
4.35 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามสถานภาพ	62
4.36 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัด จำหน่ายจำแนกตามสถานภาพ	64
4.37 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพ	66
4.38 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามสถานภาพ	68
4.39 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	69
4.40 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	72
4.41 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัด จำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษา	74
4.42 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.43 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามระดับการศึกษา	79
4.44 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
4.45 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	84
4.46 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	86
4.47 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	88
4.48 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามรายได้เฉลี่ย	91
4.49 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ	92
4.50 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามอาชีพ	95
4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ	97
4.52 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ	99
4.53 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำแนกตามอาชีพ	102
4.54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	103
4.55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคา	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการจัด จำหน่าย	105
4.57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาด	106
4.58 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะด้านต่างๆ	107
5.1 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก และลำดับรองของผู้ตอบแบบสอบถาม	110
5.2 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และอาชีพ	111