

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	5
ทฤษฎีและแนวคิด	5
ทบทวนวรรณกรรม	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	14
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	15
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจต่อการซื้อ ผงซักฟอกในห้างแฉ่มฟ้าชูปเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอกในห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	29
ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อผงซักฟอกในห้างแจ่มฟ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูนจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา สถานะภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ และ รายได้	37
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	158
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	159
สรุปผลการศึกษา	159
อภิปรายผลการศึกษา	177
ข้อค้นพบ	181
ข้อเสนอแนะ	186
บรรณานุกรม	188
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	190
ประวัติผู้เขียน	199

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การศึกษาสูงสุด	18
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพการสมรส	18
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สมาชิกในครอบครัว	19
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	20
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิด ของผงซักฟองที่ใช้ประจำ	20
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแบบ ของผงซักฟองที่ใช้ประจำ	21
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาด ของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำ	21
11	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ยต่อเดือน	22
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ ผงซักฟอกที่ใช้	22
13	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกยี่ห้อผงซักฟอกในปัจจุบัน	23
14	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความ ต้องการในการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก	24

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก	24
16 จำแนกตามสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก นอกจากห้างแฉ่มฟ้าชูปเปอร์ มาร์เก็ต ในห้างแฉ่มฟ้าชูปเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	25
17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจากสถานที่ในปัจจุบัน	25
18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ เห็นโฆษณาของตรายี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน	26
19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อ โฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณาผงซักฟอก	26
20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด	27
21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของ แฉ่มที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อผงซักฟอก	27
22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถ้ามี รายการส่งเสริมการขาย จะซื้อผงซักฟอกอย่างไร	28
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้าชูปเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	29
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้าชูปเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาล เมืองลำพูน	30

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	31
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	32
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	33
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	34
29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างแฉ่มฟ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	35
30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในห้างแฉ่มฟ้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	36
31	แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟองที่ใช้เป็นประจำเป็น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	37

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
32 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซัฟฟอกที่ใช้ประจำเป็น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
33 แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดของผงซัฟฟอกที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	39
34 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซัฟฟอกโดยเฉลี่ย ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40
35 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซัฟฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	41
36 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้อผงซัฟฟอกใน ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
37 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการในการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซัฟฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	43
38 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซัฟฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
39 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซัฟฟอก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	45
40 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซัฟฟอกจาก สถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	46
41 แสดงจำนวน และร้อยละ ที่เคยเห็นการโฆษณาผงซัฟฟอก ในสื่อ โฆษณา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	47
42 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมาก ที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	48
43 แสดงจำนวน และร้อยละของ ของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อ ผงซัฟฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	49
44 แสดงจำนวน และร้อยละของถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อ ผงซัฟฟอกอย่างไรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	50

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
45 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟองที่ใช้เป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
46 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซักฟองที่ใช้เป็นประจำ ของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามอายุ	51
47 แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	52
48 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ย ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	53
49 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	54
50 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้ยี่ห้อผงซักฟอกใน ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	55
51 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการในการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	56
52 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	57
53 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอกของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	59
54 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจาก สถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	60
55 แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการ โฆษณา ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	61
56 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด ที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	62
57 แสดงจำนวน และร้อยละของ ของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	63

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
58	แสดงจำนวน และร้อยละของถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อ ผงซักฟอกอย่างไรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	64
59	แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำเป็น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	65
60	แสดงจำนวน และร้อยละของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	66
61	แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	61
62	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ย ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	68
63	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	69
64	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้อผงซักฟอกใน ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	70
65	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	71
66	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	72
67	แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	74
68	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจาก สถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา	75
69	แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณา ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	76
70	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมาก ที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	77

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
71	แสดงจำนวน และร้อยละของ ของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	78
72	แสดงจำนวน และร้อยละของถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อ ผงซักฟอกอย่างไร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา	79
73	แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	80
74	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	81
75	แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	82
76	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ย ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	83
77	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	84
78	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้อผงซักฟอกใน ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	85
79	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการ สมรส	86
80	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ถี่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการ สมรส	87
81	แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	88

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
82 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซัฟฟอกจากสถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	89
83 แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณาผงซัฟฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	90
84 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส ในห้างแจ่มฟ้าซูเปอร์มาร์เก็ต ในเทศบาลเมืองลำพูน	91
85 แสดงจำนวน และร้อยละของของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อผงซัฟฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	92
86 แสดงจำนวน และร้อยละของถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อผงซัฟฟอกอย่างไร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	93
87 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซัฟฟองที่ใช้ประจำเป็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	93
88 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซัฟฟองที่ใช้ประจำเป็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	94
89 แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซัฟฟองที่ซื้อเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	95
90 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซัฟฟอกโดยเฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	96
91 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซัฟฟองที่ใช้ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	97

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
92 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้ยี่ห้อผงซักฟอกในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	98
93 แสดงจำนวน และร้อยละของความต้องการในการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	99
94 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	100
95 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	101
96 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจากสถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	102
97 แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณาผงซักฟอกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	103
98 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	104
99 แสดงจำนวน และร้อยละของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	105
100 แสดงจำนวน และร้อยละของถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อผงซักฟอกอย่างไร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	106

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
101 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟองที่ใช้ประจำเป็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	107
102 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซักฟองที่ใช้ประจำเป็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	109
103 แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	111
104 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	114
105 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	116
106 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้ยี่ห้อผงซักฟอกในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	118
107 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	121
108 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	123
109 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	126
110 แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจากสถานที่ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	128
111 แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณาผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	131
112 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	134
113 แสดงจำนวน และร้อยละของ ของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	136

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
114	แสดงจำนวน และร้อยละของ ถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อ ผงซักฟอกอย่างไร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	138
115	แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำเป็น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	140
116	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบของผงซักฟอกที่ใช้เป็นประจำเป็น ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	141
117	แสดงจำนวน และร้อยละของขนาดของผงซักฟอกที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	142
118	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อผงซักฟอกโดยเฉลี่ย ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	143
119	แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อผงซักฟอกที่ใช้ในปัจจุบัน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	145
120	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้ยี่ห้อผงซักฟอกใน ปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	146
121	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	148
122	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	149
123	แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ ที่ซื้อผงซักฟอก ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	151
124	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่เลือกซื้อผงซักฟอกจาก สถานที่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	152
125	แสดงจำนวน และร้อยละของสื่อโฆษณาที่เคยเห็นในการโฆษณา ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	154
126	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทการส่งเสริมการขายที่ชอบมาก ที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	155

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
127	แสดงจำนวน และร้อยละของ ของแถมที่ชอบมากที่สุดเมื่อซื้อ ผงซักฟอก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	156
128	แสดงจำนวน และร้อยละของ ถ้ามีรายการส่งเสริมการขาย จะซื้อ ผงซักฟอกอย่างไร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	157
129	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม เพศ	162
130	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม อายุ	164
131	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม การศึกษาสูงสุด	166
132	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม สถานภาพทางการสมรส	168
133	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม สมาชิกในครอบครัว	170
134	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกโดยจำแนก ตามอาชีพ	172
135	แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผงซักฟอกจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	175
136	แสดงปัจจัยประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผงซักฟอก และส่วนปัญหาปัจจัยประสมทางการตลาดที่พบของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	185