

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	4
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
ระยะเวลาในการศึกษา	11

บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก	20
ส่วนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบด้านความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องงอก	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภคข้าวกล้องงอก	27
ส่วนที่ 5 ทักษะคิดด้านความรู้สึกรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	34
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	50
สรุปผลการศึกษา	50
อภิปรายผลการศึกษา	56
ข้อค้นพบ	58
ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคต	64
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	70

ประวัติผู้เขียน 77

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำถามและคำตอบสำหรับการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	12
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	13
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	13
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	14
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคข้าวกล้อง	15
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภคข้าวกล้อง	16
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการบริโภคข้าวกล้อง	16
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อข้าวกล้อง	17
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุของการบริโภคข้าวกล้อง	17
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักข้าวกล้องงอก	18
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รู้จักข้าวกล้องงอก	18
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยบริโภคข้าวกล้องงอก	19
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก	20
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักข้าวกล้องงอกจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก	22

ตาราง	หน้า
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคข้าวกล้องงอกจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก	24
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องงอก	26
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อข้าวกล้องงอกที่รู้จัก	27
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อข้าวกล้องงอก	28
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคข้าวกล้องงอก	28
22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการบริโภคข้าวกล้องงอก	29
23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	29
24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องงอก	30
25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์	30
26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม)	31
27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	31
28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องงอก	32
29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความมั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก	32
30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคข้าวกล้องงอก	33
31 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้าวกล้องงอก จำแนกตามเพศ	34

ตาราง	หน้า
32 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ข้าวกล้องงอก จำแนกตามช่วงอายุ	36
33 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ข้าวกล้องงอก จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	39
34 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ข้าวกล้องงอก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
35 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด กับช่วงอายุ	45
36 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด กับระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	46
37 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างราคาของข้าว กล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม) กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
38 สรุปอันดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้าวกล้องงอก ในแต่ละปัจจัย	58
39 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามเพศ	64
40 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามช่วงอายุ	64
41 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	64
42 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามอาชีพ	65
43 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	65
44 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามยี่ห้อข้าว กล้องงอกที่รู้จัก	66
45 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามเกณฑ์ที่ ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อข้าวกล้องงอก	66

ตาราง	หน้า
46 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามเวลาของการบริโภคข้าวกล้องงอก	67
47 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามความถี่ของการบริโภคข้าวกล้องงอก	67
48 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	67
49 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องงอก	68
50 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์	68
51 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม)	68
52 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	69
53 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องงอก	69
54 จำนวนและร้อยละของผู้ที่จะบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคตจำแนกตามความมั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก	69