

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมุติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบริบท	11
โครงสร้างอุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์จากนมในประเทศไทย.....	11
สถานการณ์อุตสาหกรรมนมพร้อมดื่ม.....	12
แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ.....	18
หลักการเกี่ยวกับความคิดเห็น	20
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	25
ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	25
แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	26

หัวข้อเรื่อง	หน้า
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค	29
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	31
กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	40
การตอบสนอง.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	51
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	62
สัญลักษณ์ที่ใช้การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	105
อภิปรายผลการวิจัย	109
ข้อเสนอแนะ	115
บรรณานุกรม	115

หัวข้อเรื่อง	หน้า
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	118
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม	123
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	125
ประวัติผู้วิจัย	130



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนโคนมและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม.....	12
2	คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมหลักของผู้บริโภค.....	27
3	ขั้นวิจัยจักรชีวิตครอบครัว.....	35
4	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม.....	54
5	ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
6	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
7	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามเพศ.....	74
8	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามอายุ.....	79
9	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
10	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามอาชีพ.....	90
11	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ส่วนตัว.....	99

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง หรือที่เรียกกันว่า S-R Theory.....	28
2 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ.....	40
3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	52



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY