

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
สมมติฐานการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	6
แนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภค.....	15
แนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด.....	22
ความต้องการซื้อโมเดล AIDเป็นส่วนหนึ่งของโมเดล Respon การตอบสนอง.....	24
แนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	26
แนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจขนาดแผนไทย.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3 วิธีการศึกษา.....	54
รูปแบบการศึกษา	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
ข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล.....	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ระยะเวลาที่ทำการวิจัย.....	59
แผนการดำเนินการวิจัยตลอดโครงการ.....	59

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค (7O's)	18
3.1 แผนการดำเนินการวิจัยตลอดโครงการ.....	59
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามเพศ.....	61
4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามอายุ	62
4.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามสถานภาพ	62
4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามระดับการศึกษา	63
4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามอาชีพ.....	63
4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้อยู่อาศัยจำแนกตามรายได้.....	64
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์.....	65
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา.....	66
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	68
4.11 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจนวด แผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ.....	69
4.12 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการการให้บริการ ธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ.....	70
4.13 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการการให้บริการธุรกิจ นวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามสถานภาพ.....	70
4.14 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจ นวดแผนไทยของประชาชนจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
4.15 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจ นวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ.....	71
4.16 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้.....	72

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แสดงถึงฟังก์ชันอุปสงค์.....	9
2.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงของดุลยภาพ.....	11
2.3 แสดงการเปลี่ยนแปลงของปริมาณขาย.....	12
2.4 รูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	21



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY