

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 คำถามการวิจัย	5
1.4 สมมติฐานในการวิจัย	5
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
1.6 ขอบเขตการวิจัย	6
1.7 นิยามศัพท์	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย	8
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	11
2.3 ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.4 สรุป	23
3 ระเบียบวิธีการวิจัย	25
3.1 รูปแบบการวิจัย	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	26
3.4 เครื่องมือการวิจัย	27
3.5 การรวบรวมข้อมูล	28
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
4 ผลการวิจัย	30
4.1 นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามปัญหาการวิจัย.....	31
4.2 การทดสอบสมมติฐาน.....	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการดำเนินงานวิจัย	84
5.2 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	85
5.3 ข้อเสนอแนะ	89
 บรรณานุกรม	 92
 ภาคผนวก	 94
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	96
 ประวัติย่อผู้วิจัย	 100

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1	ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย.....	2
2	ตลาดนำเข้าที่สำคัญของไทย.....	2
3	ข้อมูลการนำเข้าผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปของประเทศไทย.....	10
4	ข้อมูลการส่งออกผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปของประเทศไทย.....	11
5	การใช้คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	12
6	แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละ ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	33
7	ประเภทของ ผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ได้เคยซื้อ.....	35
8	ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน (ยกเว้นประเทศไทย) ที่ได้เคยซื้อ.....	36
9	ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	37
10	ข้อมูลการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนในอนาคต.....	37
11	สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	38
12	ความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	39
13	วัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	39
14	ลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	40
15	ประเภทของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน..	40
16	จำนวนเงิน โดยเฉลี่ยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	41
17	ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	42
18	แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	43
19	แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
20 ความพอใจในผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	44
21 สาเหตุของความไม่พอใจในผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	45
22 ความรู้สึกพอใจมากที่สุด ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	46
23 เหตุผลของความพอใจผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	47
24 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนในภาพรวม.....	48
25 เหตุผลของความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับดี.....	48
26 เหตุผลของความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้.....	50
27 เหตุผลของความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับไม่ดี.....	51
28 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	52
29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของเพศกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน...	54
30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของอายุกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	55
31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของสถานภาพกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของจำนวนบุตร – ธิดา กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	57
33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียนด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	58
34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียนด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	59
35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียนด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	60
36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของเพศกับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	61
37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของอายุกับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	62
38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของสถานภาพกับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของจำนวนบุตร – ธิดา กับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	64
40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของระดับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	65
41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของอาชีพเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	66
42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	67
43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ศึกษาได้แก่ ความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	70
44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน.....	75
45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของบุคคลอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อและการโฆษณาเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อขายขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียนด้านความถี่โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน...	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
46	82
แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบ Chi – Square (χ^2 - test) และ Significant ของบุคคลอ้างอิงในการตัดสินใจซื้อและการโฆษณาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้านจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยต่อครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมหวานสำเร็จรูปที่ผลิตจากประเทศในกลุ่มอาเซียน....	

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2	รูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค.....	18
3	แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	20