

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญ	๗
รายการตาราง	๑๑
รายการรูปประกอบ	๑๒
<b>บทที่</b>	
<b>1. บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญ และที่มาของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ขอบเขตการศึกษา	7
1.4 สมมติฐานการศึกษา	7
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	8
1.7 นิยามศัพท์	8
1.8 ระยะเวลาการดำเนินการศึกษา	9
<b>2. แนวคิด ทฤษฎี และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>11</b>
2.1 ผลិតภัณฑ์	11
2.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์	12
2.3 รสนิยมส่วนตัว และการตอบสนองทางด้านจิตใจ	17
2.4 ปัจจัย และสถานการณ์ต่างๆ	23
2.5 ความตั้งใจซื้อ	25
2.6 พฤติกรรมการตอบสนอง	25
2.7 การศึกษาที่เกี่ยวข้อง	31

	หน้า
<b>3. วิธีการดำเนินการศึกษา</b>	<b>34</b>
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	34
3.2 วิธีดำเนินการศึกษา	34
3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	35
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	36
3.5 สมมติฐานการศึกษา	36
3.6 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา	37
3.7 การรวบรวม การตรวจสอบ และการวิเคราะห์ข้อมูล	38
<b>4. ผลการศึกษา</b>	<b>41</b>
4.1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.2 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 1	42
4.3 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 2	42
4.4 การแสดงโครงสร้างการสัมภาษณ์ปัจจัยที่ 3	43
<b>5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>80</b>
5.1 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 1 Product Form ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form	81
5.2 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 2 Individual Tastes and Preferences ของผลิตภัณฑ์ Traditional Form	98
5.3 การสรุปปัจจัย (Lead User) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ 3 Situational Factors ของผลิตภัณฑ์ Digital Form	111
5.4 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อ Traditional Form และ Digital Form	115
5.5 ข้อเสนอแนะ	118
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>120</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>127</b>
ก แบบสอบถาม	128
ข รูปภาพในการสัมภาษณ์ Lead User	133

ประวัติผู้วิจัย