

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพประกอบ	(11)
 บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาด (4Ps)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26

3. วิธีการศึกษา.....	30
วิธีการวิจัย.....	30
ประชากรที่ศึกษา	30
กลุ่มตัวอย่าง	30
การเลือกตัวอย่าง.....	33
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	35
การวัดค่าตัวแปร และเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
4. ผลการวิจัย	38
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	40
ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโยเกิร์ตที่บริโภค	54
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตของผู้บริโภค.....	59
ส่วนที่ 4 ประเภทของโยเกิร์ตที่แตกต่างกันกับค่าเฉลี่ยของทัศนคติ ของผู้บริโภคที่มีต่อโยเกิร์ตที่บริโภค (Independent T-Test).....	66
ส่วนที่ 5 ประเภทของโยเกิร์ตที่แตกต่างกันกับการให้ความสำคัญกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตของผู้บริโภคโยเกิร์ต (Independent T-Test)	73
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผลการศึกษา.....	85
อภิปรายผลการศึกษา	89
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	95
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	98
ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	99

บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	105
ข. ค่าความเชื่อมั่น	112
ประวัติการศึกษา.....	115