

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ค
	บทคัดย่อภาษาไทย	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
	สารบัญ	๗
	สารบัญตาราง	๘
บทที่ 1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
	นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	แนวคิด ทฤษฎี	4
	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	9
	ขอบเขตการศึกษา	9
	วิธีการศึกษา	9
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
	สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
	ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1	
ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	12
ส่วนที่ 2	
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของ	18
ลูกค้า	
ส่วนที่ 3	
ข้อมูลความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ	33
ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของห้างหุ้นส่วนเชียงใหม่ฝ้ายทอง	
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการศึกษา	54
อภิปรายผล	62
ข้อค้นพบ	64
ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	71
ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต	86
ภาคผนวก ค รูปภาพผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของห้างหุ้นส่วนเชียงใหม่ฝ้าย	
ทอง	97
ประวัติผู้เขียน	102

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามเพศ	13
4.2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามสถานที่ตั้งของกิจการ	14
4.3 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามอายุ	15
4.4 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลัก	16
4.5 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	17
4.6 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ	18
4.7 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามประเภทของผ้าใยัญชงที่เลือกซื้อ	19
4.7.1) เส้นใยัญชง	19
4.7.2) ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 13 นิ้ว	21
4.7.3) ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 36 นิ้ว	22
4.7.4) ผ้าใยัญชงทอเครื่องหน้ากว้าง 45/60 นิ้ว	23
4.7.5) สินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ใยัญชง	24
4.8 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใยัญชง	25
4.9 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามประเภทของสินค้าที่นำผลิตภัณฑ์ใยัญชงไปแปรรูป	26

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.10 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใยัญชง	27
4.11 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามโทนสีของผลิตภัณฑ์ใยัญชงที่ชอบ	29
4.12 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ใยัญชง	31
4.13 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามมูลค่าที่ซื้อใยัญชงต่อครั้ง	32
4.14 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์ใยัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามวิธีการจ่ายชำระค่าซื้อผลิตภัณฑ์ใยัญชง	33
4.15 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์เส้นใยัญชง	34
4.16 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 13 นิ้วสีล้วน	36
4.17 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 13 นิ้วเขียนเทียน	38
4.18 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 13 นิ้วลายบาติก	40
4.19 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงทอมือหน้ากว้าง 36 นิ้ว	42
4.20 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ใยัญชงด้านผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงทอเครื่องหน้ากว้าง 45/60 นิ้ว	44

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.21 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยกัญชง ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์โยกัญชง	46
4.22 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยกัญชง ด้านราคา	48
4.23 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยกัญชง ด้านการจัดจำหน่าย	50
4.24 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โยกัญชง ด้านการส่งเสริมการตลาด	52
4.25 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์โยกัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามความพึงพอใจในภาพรวม	53
4.26 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผลิตภัณฑ์โยกัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โยกัญชงที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ฝ้ายทองในอนาคต	54
5.1 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โยกัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ฝ้ายทอง	58
5.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผลิตภัณฑ์โยกัญชง ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ฝ้ายทอง	59
5.3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของผลิตภัณฑ์โยกัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ฝ้ายทอง	60
5.4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผลิตภัณฑ์โยกัญชงของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ฝ้ายทอง	61