

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น	4
2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	6
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	7
2.4 เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	13
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	16
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อผลไม้กรอบ ที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัญหาของผู้บริโภคต่อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	37
ส่วนที่ 5 ปัญหาตามความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลไม้กรอบ ที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด	57
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	66
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	69
5.3 ข้อค้นพบ	71
5.4 ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
แบบสอบถาม	77
ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ความแตกต่างระหว่างการทำแห้งแบบดั้งเดิมกับการทำแห้งเยือกแข็ง	8
2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
3	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
4	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
6	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	20
8	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อมารับประทานผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	21
9	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเฉลี่ยแต่ละครั้งในการซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	22
10	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งของการซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	22
11	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อของยี่ห้อผลไม้กรอบที่ ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	23
12	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	23
13	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	24
14	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการซื้อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	25
15	จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทราบข้อมูลผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	27
17	ค่าเฉลี่ย และแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	31
18	ค่าเฉลี่ย และแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	33
19	ค่าเฉลี่ย และแปลผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	35
20	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	37
21	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	43
22	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้มักรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปรผลของระดับปัญหาตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	57
24	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปรผลของระดับปัญหาตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	60
25	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปรผลของระดับปัญหาตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	62
26	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปรผลของระดับปัญหาตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อผลไม้กรอบที่ผ่านกระบวนการทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	64

สารบัญภาพ

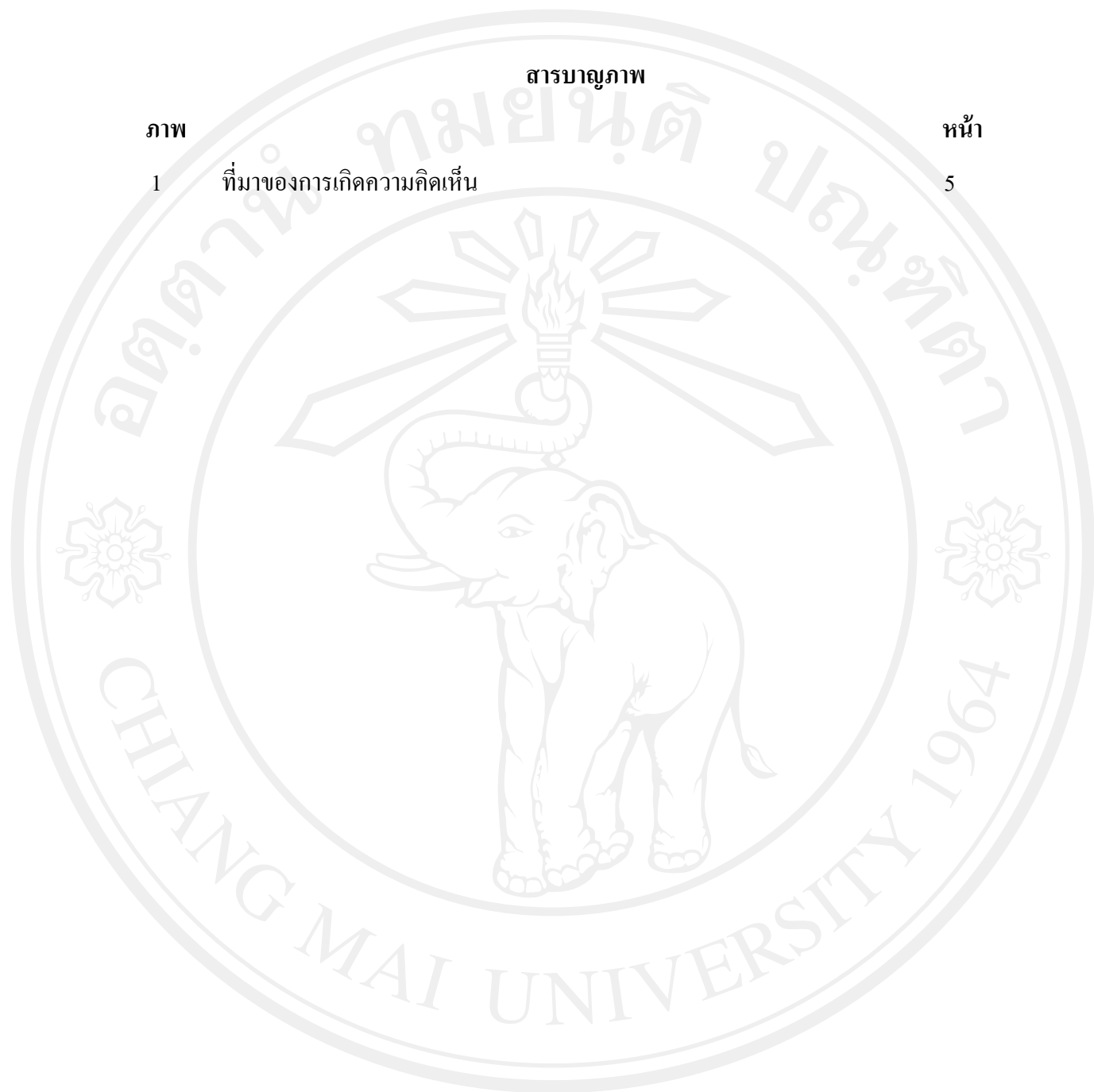
ภาพ

หน้า

1

ที่มาของการเกิดความคิดเห็น

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved