

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	11
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	11
1.4 ขอบเขตการศึกษา	11
1.5 นิยามศัพท์	12
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	22
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 วิธีเก็บข้อมูล	23
3.4 วิธีการศึกษา	24

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคอาหารขันโตก	27
4.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารขันโตก	31
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารขันโตกของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารขันโตกของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารขันโตกของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารขันโตกของกลุ่มตัวอย่าง	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	75
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	78
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	79
เอกสารอ้างอิง	80
ภาคผนวก	
แบบสอบถามเพื่องานวิจัย	83
ประวัติผู้เขียน	93

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	รายจ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคของเอกชนในประเทศไทยระหว่างปี 2548-2552	2
1.2	แสดงจำนวนร้านอาหารชั้นโตกในอ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยจำแนกตามปีที่จดทะเบียน	7
1.3	แสดงร้านอาหารประเภทชั้นโตก ที่ตั้ง และลักษณะร้าน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	10
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามเพศ	27
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามกลุ่มอายุ	28
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามสถานภาพ	28
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามระดับการศึกษา	29
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามอาชีพ	30
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามร้านอาหารชั้นโตกที่นิยมใช้บริการ	31
4.8	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามเหตุผลของการบริโภคร้านอาหารชั้นโตก	32
4.9	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามโอกาสในการบริโภคร้านอาหารชั้นโตก	33
4.10	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามความถี่ของการบริโภคร้านอาหารชั้นโตก	33
4.11	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารชั้นโตก จำแนกตามบุคคลที่มักบริโภคร้านอาหารชั้นโตกร่วมกัน	34

4.12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนคนที่นิยมบริโภคอาหารชั้นโตกร่วมกันกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารต่อครั้ง	35
4.13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างร้านอาหารชั้นโตกรที่นิยมบริโภคกับความถี่ในการบริโภคอาหารชั้นโตกร	37
4.14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างร้านอาหารชั้นโตกรที่นิยมบริโภคกับบุคคลที่นิยมรับประทานอาหารร่วมกัน	39
4.15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างร้านอาหารชั้นโตกรที่นิยมบริโภคกับจำนวนคนที่นิยมรับประทานอาหารร่วมกัน	41
4.16	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับความถี่ในการรับประทานอาหารชั้นโตกร	43
4.17	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับความถี่ในการรับประทานอาหารชั้นโตกร	44
4.18	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับความถี่ในการรับประทานอาหารชั้นโตกร	46
4.19	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับความถี่ในการรับประทานอาหารชั้นโตกร	47
4.20	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับบุคคลที่นิยมรับประทานอาหารชั้นโตกรร่วมกัน	49
4.21	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับบุคคลที่นิยมรับประทานอาหารชั้นโตกรร่วมกัน	50
4.22	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับบุคคลที่นิยมรับประทานอาหารชั้นโตกรร่วมกัน	52
4.23	แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับบุคคลที่นิยมไปรับประทานอาหารชั้นโตกรร่วมกัน	53
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคอาหารชั้นโตกร	55
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคอาหารชั้นโตกร	56

4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม	57
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม	59
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม	61
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม	63
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคน้ำอัดลม	65
4.31	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำอัดลมประเภทน้ำอัดลม	66
4.32	ลำดับของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	67
4.33	ลำดับของความพึงพอใจด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	68
4.34	ลำดับของความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	69
4.35	ลำดับของความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	70
4.36	ลำดับของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	71
4.37	ลำดับของความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการรับประทานน้ำอัดลม	72

- 4.38 ลำดับของความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
ผู้บริโภคในการรับประทานอาหารชั้นโตก 73
- 4.39 ลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารชั้นโตก 74



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของครัวเรือนในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ของประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2543-2552	3
1.2	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของครัวเรือนในภาคเหนือในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ของประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2543-2550	4
1.3	แผนที่แสดงร้านอาหารประเภทขันโตก ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	8
3.1	กรอบแนวคิดของจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าในการบริโภคอาหารขันโตกในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	22