

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตของการศึกษา	17
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	18
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	19
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
ระยะเวลาของการศึกษา	21

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 2 ทักษะคิดที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	
ประเภทอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ส่วนที่ 3 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้	52
ด้านความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อ	52
ด้านความคิดเห็น	55
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	73
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	81
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	84
อภิปรายผล	86
ข้อค้นพบ	88
ข้อเสนอแนะ	89
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	95
ภาคผนวก ข เฉลยความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	103
ประวัติผู้เขียน	104

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและขนาดตัวอย่างของประชากรในกรุงเทพมหานคร	18
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	23
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	23
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	24
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	24
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	25
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	26
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	26
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจในการซื้อ	27
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในการรู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	27
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจจากแหล่งที่รู้จักสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	28
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในการรู้จักอาหารที่เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	29

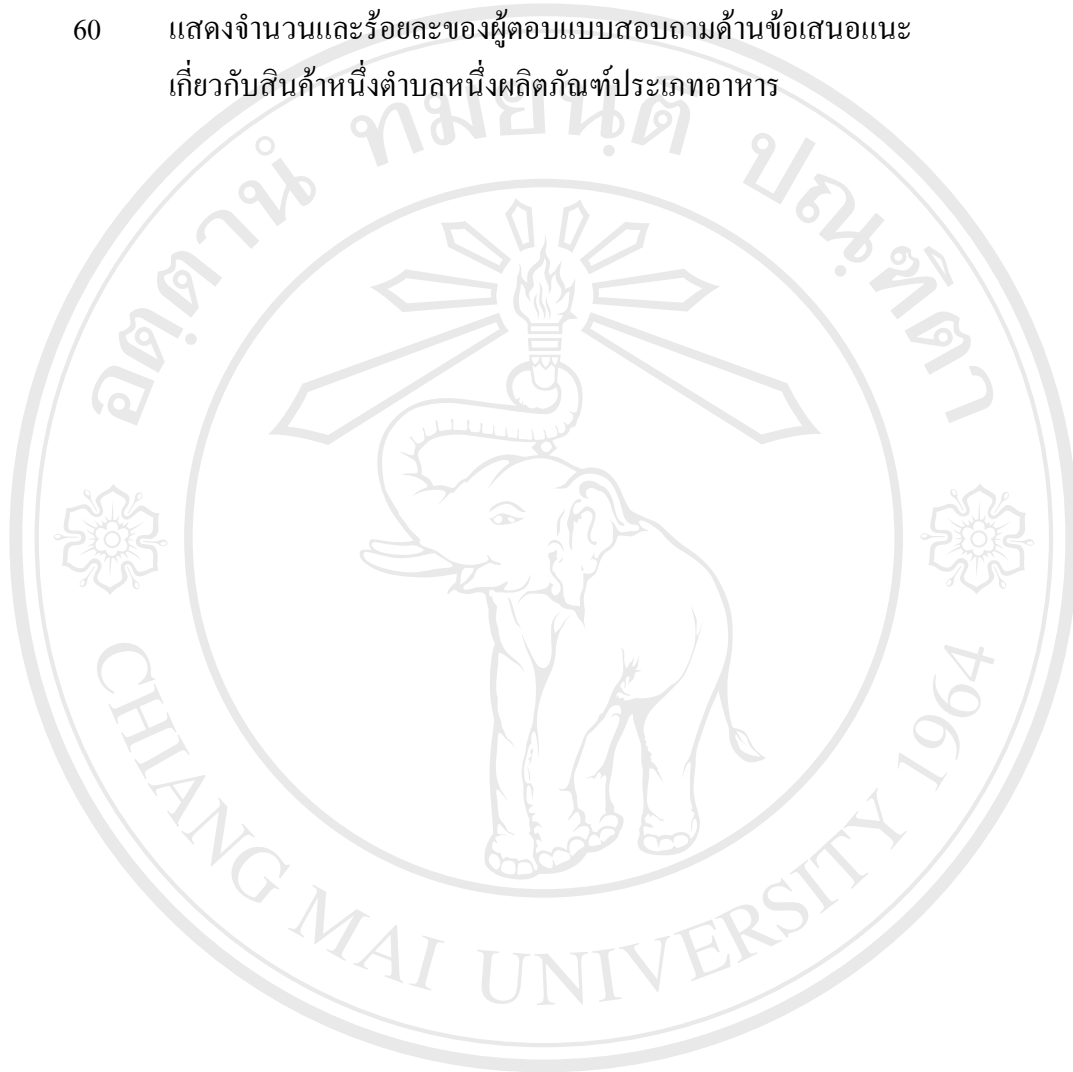
ตาราง	หน้า	
13	แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	30
14	แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	32
15	แสดงจำนวนและร้อยละของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยแบ่งตามช่วงคะแนน	33
16	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	34
17	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ยของคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์	35
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อด้านราคา	36
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	37
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด	38
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	39
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเป็นประจำ	39
23	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	40
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์	41

ตาราง	หน้า	
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับ ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ที่มีต่อด้านราคา	42
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	43
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด	44
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	45
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแต่ละครั้ง	46
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเป็นประจำ	47
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านแนวโน้มในอนาคตที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	48
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในครั้งต่อไป	48
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	49
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	50
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความนิยมในอนาคตจากผู้บริโภคของสินค้าหนึ่งตำบลงหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	51

ตาราง	หน้า	
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความคิด ที่จะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ในอนาคต	51
37	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	52
38	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ	53
39	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้เกี่ยวกับ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้	54
40	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	55
41	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำแนกตามอายุ	56
42	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	58
43	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ	59
44	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ	60
45	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำแนกตามอาชีพ	61
46	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ	63
47	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ	65
48	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้	67

ตาราง	หน้า	
49	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านราคาจำหน่ายจำแนกตามรายได้	68
50	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้	70
51	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้	71
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจำแนกตามอายุ	73
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	74
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจำแนกตามอาชีพ	75
55	แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารแต่ละครั้งจำแนกตามอาชีพ	77
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารจำแนกตามรายได้	78
57	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	80
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	81
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัญหาเกี่ยวกับ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	81

60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร	82
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	6
2	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ความรู้สึก ความตั้งใจก่อพฤติกรรม และพฤติกรรม	7
3	แสดงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด	11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved