

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษาขอบเขตการศึกษา	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	44
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	50
อภิปรายผล	63
ข้อค้นพบ	66
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก แสดงค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์	74
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	115
ประวัติผู้เขียน	124

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการศึกษา	10
2	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
3	พฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	19
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมในการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	21
5	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	26
6	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	28
7	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	29
8	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	30
9	ผลสรุปค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	31
10	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	32
11	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	35
12	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	37
13	ผลที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ผลสรุปที่ได้จากการทดสอบ t-test และ F-test ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กิ่งสำเร็จรูปจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์	43
15	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กิ่งสำเร็จรูป	44
16	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กิ่งสำเร็จรูป	46
17	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กิ่งสำเร็จรูป	47
18	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กิ่งสำเร็จรูป	48
19	ผลสรุปค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อะไหล่กิ่งสำเร็จรูป	49

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ	51
2	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ	51
3	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	52
5	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา	53
6	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	53
7	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามที่พักอาศัย	54
8	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามตราสินค้าที่ซื้อ	56
9	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามแหล่งที่ซื้อ	56
10	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ	57
11	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามความถี่ในการซื้อ	57
12	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง	58
13	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรสของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ซื้อ	58
14	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามความพึงพอใจในคุณค่าทางโภชนาการ	59
15	ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการของผู้บริโภค	59

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่		หน้า
1	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ	75
2	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	77
3	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา	79
4	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	81
5	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา	83
6	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา	85
7	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	87
8	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย	89
9	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ	91
10	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	92
11	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา	93
12	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	94
13	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา	95

สารบัญตารางภาคผนวก (ต่อ)

ตารางภาคผนวกที่		หน้า
14	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา	96
15	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	97
16	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย	98
17	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ	99
18	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	100
19	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา	101
20	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	102
21	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา	103
22	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา	104
23	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	105
24	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย	106
25	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ	107
26	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	108

สารบัญตารางภาคผนวก (ต่อ)

ตารางภาคผนวกที่		หน้า
27	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา	109
28	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	110
29	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา	111
30	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา	112
31	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	113
32	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย	114