

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	11
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ของลูกค้าน้ำดื่มค้ำปติกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร	24
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าน้ำดื่มค้ำปติก สมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร	28
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าน้ำดื่มค้ำปติกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพและรายได้ ต่อเดือน	32
ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าน้ำดื่มค้ำปติก สมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน	63
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	93
สรุปผลการศึกษา	93
อภิปรายผลการศึกษา	112
ข้อค้นพบ	115
ข้อเสนอแนะ	118
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	119
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	121
แบบสอบถาม	122
ประวัติผู้เขียน	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนตัวอย่างที่เก็บแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านค้าปลีก	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่ซื้อ	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพิจารณาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง	22
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	24
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูป แช่แข็ง	26
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	28
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูป แช่แข็ง	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ	34
24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	35
25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผล ต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ	37
27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ	40
28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	42
29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ	44
30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	46
31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	48
32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	50
33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	52
34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	54
35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	57
36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61
38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ	63
39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ	64
40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	65
41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	66
42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	67
43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	70
44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	72
45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ	74
46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	76
47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	80
49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ	82
50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	84
51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	87
52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	89
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	91
54 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญและลำดับที่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม	94
55 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และลำดับที่ของปัญหาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม	95
56 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
57 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	98
58 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	100
59 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	102
60 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	104
61 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน	106
62 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน	108
63 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	110