

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	3
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	15

ณ

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค	21
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลการศึกษา	65
อภิปรายผล	74
ข้อค้นพบ	76
ข้อเสนอแนะ	78
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	82
แบบสอบถาม	83
ประวัติผู้เขียน	88

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละยี่ห้อ	9
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	12
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	13
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	14
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	14
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อที่เคี้ยว	15
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ	16
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการซื้อบ่อยที่สุด	16
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	17
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการเลือกซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	18
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนราคาที่ซื้อต่อครั้ง	18
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งต่อสัปดาห์	19
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงเป็นอาหาร	20
16	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	23
18	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	24
19	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	25
20	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	26
21	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
25	แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	33
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	34
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	36
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	39
30	แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคจำแนกตามสถานภาพ	40
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค ตามรายได้ต่อเดือน	41
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	44
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	46
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	49
35	แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	52
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อ	53
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ	57
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ยี่ห้อ	59
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ	61
40	แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค จำแนกตามยี่ห้อ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
41	สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาด	66
42	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก	67
43	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง จำแนกตามเพศ	68
44	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง จำแนกตามสถานภาพ	69
45	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง จำแนกตามรายได้	70
46	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง จำแนกตามยี่ห้อ	72