

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตเนื้อหา	8
ขอบเขตประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	8
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	10
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อขนมปังโฮลวีท	14
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	21
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับผลกระทบจากข้อจำกัดที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	33
สรุปผลการศึกษา	33
อภิปรายผลการศึกษา	36
ข้อค้นพบ	38
ข้อเสนอแนะ	39
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	43
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	44
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	52
ประวัติผู้เขียน	87

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบ ในตราสินค้าขนมปังโฮลวีท	14
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้า ขนมปังโฮลวีท	15
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่เคยซื้อ ขนมปังโฮลวีท	16
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อ ขนมปังโฮลวีท	17
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวน ขนมปังโฮลวีทที่ซื้อในแต่ละครั้ง	18
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือก รับประทานขนมปังโฮลวีท	19
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลือก หรือเลิกรับประทานขนมปังโฮลวีท	20
9 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	21
10 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	22
11 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	23
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคา ผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ ต่อขนาดแถวสั้น	24
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคา ผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ ต่อขนาดแถวยาว	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	25
15 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	26
16 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	27
17 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับผลกระทบจากข้อจำกัดของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	28
18 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับผลกระทบจากข้อจำกัดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	29
19 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับผลกระทบจากข้อจำกัดของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	30
20 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับผลกระทบจากข้อจำกัดของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	31
21 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับผลกระทบจากข้อจำกัดของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท	32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved