

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	8
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	8
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	9
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการศึกษา	15
ส่วนที่ 3 การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกซื้อข้าวสารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	40
ส่วนที่ 4 การศึกษาพฤติกรรมการศึกษา ข้าวแฉกตามเพศ อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกซื้อข้าวสารการศึกษาพฤติกรรมการศึกษาซื้อข้าวสาร ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	92
ข้อค้นพบ	93
ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	98
ประวัติผู้เขียน	103

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	4
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	13
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	13
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	14
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของข้าวสารที่ซื้อบ่อยที่สุด	15
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดข้าวเจ้าที่ซื้อบ่อยที่สุด	15
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดข้าวเหนียวที่ซื้อบ่อยที่สุด	16
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่เลือกบริโภค	17
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่เลือกบริโภคและชนิดของข้าวสาร	18
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกตราชี่ห้อข้าวสาร	19
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราชี่ห้อข้าวสารที่เลือกซื้อบ่อย มากที่สุด	20
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักในการเลือกตราชี่ห้อข้าวสาร	21

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกตราयीหือข้าวสาร	22
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการในการเปลี่ยนตราयीหือข้าวสารที่ซื้ออยู่	23
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ยังไม่แน่นอนในการเปลี่ยนตราयीหือข้าวสารที่ซื้ออยู่	24
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสาร	25
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อข้าวสาร	26
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากไฮเปอร์มาร์เก็ต	26
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากซูเปอร์มาร์เก็ต	27
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากร้านสะดวกซื้อ	28
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากร้านค้าข้าวสาร	29
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากร้านขายของชำ หรือตลาดสด	30
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อข้าวสาร จากไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าข้าวสาร และร้านขายของชำ หรือตลาดสด	31
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกแหล่งที่ซื้อข้าวสาร	32

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของ บรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่ซื้อบ่อยที่สุด	32
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของข้าวสาร แบบบรรจุถุงที่ซื้อบ่อยที่สุด	33
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของข้าวสาร แบบบรรจุกระสอบที่ซื้อบ่อยที่สุด	33
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของข้าวสาร แบบคัดแบ่งขายที่ซื้อบ่อยที่สุด	34
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อใน แต่ละครั้งในบรรจุภัณฑ์แบบถุง	34
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อใน แต่ละครั้งในบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุกระสอบ	35
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อใน แต่ละครั้ง ในบรรจุภัณฑ์แบบคัดแบ่งขาย	35
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือก ขนาดของข้าวสาร	36
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาข้าวสาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นบ่อยที่สุด	37
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีอิทธิพลที่สุด ในการตัดสินใจซื้อข้าวสารในแต่ละครั้ง	38
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในตรา ยี่ห้อข้าวสารที่ซื้ออยู่	39
39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสาร	40
40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสาร	41

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสาร	42
42 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสาร	42
43 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อชนิดข้าวสาร จำแนกตามเพศ	43
44 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อชนิดข้าวเจ้า จำแนกตามเพศ	44
45 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อชนิดข้าวเหนียว จำแนกตามเพศ	45
46 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเลือกตราหือข้าวสาร จำแนกตามเพศ	46
47 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราหือข้าวสาร จำแนกตามเพศ	47
48 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	48
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระดับความถี่ในการเลือกแหล่งที่ซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	49
50 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อชนิดข้าวสาร จำแนกตามอายุ	50
51 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อข้าวสารชนิดข้าวเจ้า จำแนกตามอายุ	51
52 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อข้าวสารชนิดข้าวเหนียว จำแนกตามอายุ	52
53 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเลือกตราหือข้าวสาร จำแนกตามอายุ	53
54 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราหือข้าวสาร จำแนกตามอายุ	54
55 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	55
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระดับความถี่ในการเลือกแหล่งที่ซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	56
57 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อชนิดข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
58 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อข้าวสารชนิดข้าวเจ้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
59 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อข้าวสารชนิดข้าวเหนียว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
60 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเลือกตราหือข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
61 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกตราซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
62 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระดับความถี่ในการเลือกแหล่งที่ซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
64 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	67
65 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	68
66 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	68
67 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามเพศ	69
68 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	70
69 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	71
70 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	72
71 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามอายุ	73
72 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
73 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
74 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
75 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
76 แสดงข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิดการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค จากคำถาม 6Ws 1H	83
77 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกซื้อข้าวสารของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	85
78 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อข้าวสารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
79 แสดงแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อข้าวสารมากที่สุด 3 ลำดับแรก	88
80 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุด จำแนกตามเพศ	89
81 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุด จำแนกตามอายุ	90
82 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91