

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
แนวคิดส่วนประสมการตลาด	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	13
ขอบเขตประชากร	13
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	13
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป	29

ส่วนที่ 4	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป จำแนกตามอายุ รายได้ ขนาดบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป	34
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการศึกษา	64
	อภิปรายผลการศึกษา	69
	ข้อค้นพบ	70
	ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม		73
ภาคผนวก	แบบสอบถาม	74
ประวัติผู้เขียน		81

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุและเพศ	17
2	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพและระดับการศึกษา	18
3	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพและระดับรายได้	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำผลไม้จำแนกตามแหล่งที่ผลิต	20
5	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสนิยมของน้ำผลไม้ที่เลือกซื้อและระดับความเข้มข้นของน้ำผลไม้	21
6	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสนิยมของน้ำผลไม้ที่เลือกซื้อและขนาดบรรจุของน้ำผลไม้	23
7	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเข้มข้นของน้ำผลไม้ที่เลือกซื้อและขนาดบรรจุของน้ำผลไม้	24
8	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อของน้ำผลไม้และจำนวนที่ซื้อน้ำผลไม้ต่อครั้ง	25
9	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อของน้ำผลไม้และสถานที่เลือกซื้อของน้ำผลไม้	26
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป	27
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป	27
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อผลไม้ที่เลือกซื้อ	28
13	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29

28	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้	55
29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้	57
30	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้	59
31	แสดงค่าเฉลี่ย และตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้	60
32	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้	62