

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	9
2.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	17
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการซื้อ ของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	48
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	53
5.1 สรุปผลการศึกษา	53
5.2 อภิปรายผล	58
5.3 ข้อค้นพบ	59
5.4 ข้อเสนอแนะ	61
5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา	63
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	67
แบบสอบถาม	68
ประวัติผู้เขียน	74

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เก็บแบบสอบถาม	20
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	21
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	22
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา	23
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคมาจังหวัดเชียงใหม่	24
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความตั้งใจในการซื้อของฝาก	24
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของฝาก	25
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเรียงลำดับความนิยมในการซื้อประเภทของฝาก	25
13 แสดงจำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของฝากที่ซื้อ	26
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปที่นิยมซื้อ	26
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบสถานที่ซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อของฝากประเภทผลไม้แปรรูป	28
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของการซื้อของฝากประเภทผลไม้แปรรูปในแต่ละครั้ง	29
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการซื้อของฝากประเภทผลไม้แปรรูปจากแหล่งซื้อเดิมในครั้งต่อไป	29
20 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	30
21 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	31
22 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	32
23 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย	32
24 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	33
25 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	34
26 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	34
27 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผลและลำดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	35
28 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับ 10 ลำดับแรก	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามเพศ	37
30 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามอายุ	38
31 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามระดับการศึกษา	40
32 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	42
33 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	44
34 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภท ผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามภูมิภาค	46
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์ที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	48
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ด้านราคาที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	49
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา ด้านการจัดจำหน่ายที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	49
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาดที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากรที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	51
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	51
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการที่พบจากการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป	52
42 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปเรียงตามลำดับความสำคัญและแสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	54
43 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาค	55