

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	4
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	6
2.2 ความรู้ทั่วไปเรื่องน้ำพริก	7
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	11
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	11
3.1.2 ขอบเขตประชากร	11
3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
3.2 วิธีการศึกษา	12
3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.3 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 ระยะเวลาในการศึกษา	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมือง เชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้	36
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป พร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้	83
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	107
5.1 สรุปผลการศึกษา	107
5.2 อภิปรายผล	124
5.3 ข้อเสนอแนะ	127
5.4 ข้อเสนอแนะ	130
บรรณานุกรม	136
ภาคผนวก	139
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	140
ภาคผนวก ข การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบ LSD และ Dunnett T3	149
ประวัติผู้เขียน	194

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคำถาม 6Ws 1H คำตอบ 7 ประการ และกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง	5
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
4	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกทานน้ำพริกสำเร็จรูป	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติที่ซื้อเป็นประจำ	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับประทานน้ำพริกสำเร็จรูป	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความบ่อยในการซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่รับประทานน้ำพริกสำเร็จรูป	23
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของน้ำพริกสำเร็จรูปที่ซื้อต่อครั้ง	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของบรรจุภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ชอบ	24

- 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนหน่วยภาชนะ
บรรจุของน้ำพริกสำเร็จรูปที่ซื้อต่อครั้ง 24

ฉ

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อต่อครั้ง	25
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในแต่ละ ครั้งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป	25
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของน้ำพริกต่อ หนึ่งหน่วยภาชนะบรรจุที่เลือกซื้อในแต่ละครั้ง	26
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดบรรจุที่ เหมาะสมของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป	26
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารที่ รับประทานกับน้ำพริกสำเร็จรูป	27
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารที่ อยากรับประทานกับน้ำพริกสำเร็จรูป นอกเหนือจากเครื่องเคียงที่เป็นผักแนมกับ เนื้อสัตว์	27
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติของน้ำพริก สำเร็จรูปที่ซื้อบ่อยที่สุด	28
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำพริก สำเร็จรูปที่รู้จัก	29
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภค	29
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภค	30
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปเมื่อ ไม่มียี่ห้อที่ต้องการซื้อ ผู้บริโภคจะซื้อยี่ห้ออื่นแทนหรือไม่	31
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ เก็บรักษาผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป	31

29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจเลือกร้านค้าที่ขายน้ำพริกสำเร็จรูป	32
----	--	----

ฎ

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปบ่อยที่สุด	32
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่รู้จักน้ำพริกสำเร็จรูป	33
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป	33
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป	34
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมการส่งเสริมการขายใดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป	34
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป ถ้าหากมีรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ	35
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของบรรจุภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ชอบ จำแนกตามเพศ	36
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนหน่วยภาชนะบรรจุของน้ำพริกสำเร็จรูปที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	37
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อต่อครั้ง จำแนกตามเพศ	38
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนเงินในแต่ละครั้งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	49
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกทานน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	40
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	41

42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความบ่อยในการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	42
----	--	----

ฐิ

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	43
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อน้ำพริก สำเร็จรูปบ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ	44
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่รู้จักน้ำพริก สำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	45
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	46
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของบรรจุภัณฑ์ น้ำพริกสำเร็จรูปที่ชอบ จำแนกตามอายุ	47
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนหน่วยภาชนะ บรรจุของน้ำพริกสำเร็จรูปที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามอายุ	48
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อต่อครั้ง จำแนกตามอายุ	50
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนเงินในแต่ละครั้ง ที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	51
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกทาน น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	52
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	53
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความบ่อยในการซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	54
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ	55

	น้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปบ่อยที่สุด จำแนกตามอายุ	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่รู้จักน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	58
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	59
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชนิดของบรรจุภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปที่ชอบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนหน่วยภาชนะบรรจุของน้ำพริกสำเร็จรูปที่ซื้อต่อครั้ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อต่อครั้ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนเงินในแต่ละครั้งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกทานน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	66
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	68
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความบ่อยในการซื้อน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	69
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	72

67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่รู้จักน้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	74
68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75

๗

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	77
70	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	79
71	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	80
72	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	81
73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	82
74	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามเพศ	83
75	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านราคาที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามเพศ	85
76	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามเพศ	86
77	แสดงผลการทดสอบ t-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญต่อการ	87

เลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามเพศ

78	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามอายุ	89
79	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านราคาที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามอายุ	92

ณ

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
80	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามอายุ	93
81	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามอายุ	95
82	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	97
83	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านราคาที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	101
84	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	103
85	แสดงผลการทดสอบ F-test ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญต่อการเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	105
86	สรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่	108
87	สรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	110
88	สรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	113
89	สรุปข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	116

90	สรุปความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน 10 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหา น้อย	118
91	สรุปความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน 10 ลำดับสุดท้าย โดยเรียงลำดับจากมากไป หาน้อย	118

ค

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
92	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัย จำแนกตาม เพศ	120
93	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัย จำแนกตาม อายุ	122
94	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัย จำแนกตาม รายได้	124
95	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มอายุ	152
96	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ราคา จำแนกตามกลุ่มอายุ	161
97	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มอายุ	164
98	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มอายุ	168
99	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้	172

100	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ราคา จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้	182
101	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้	185
102	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้	188

ต

รูป

	สารบัญญภาพ	หน้า
1	ตัวอย่างการพิจารณาค่า Sig. จากตาราง ANOVA	150
2	ตัวอย่างการพิจารณาค่า Sig. จากตาราง Test of Homogeneity of Variances	151
3	ตัวอย่างการพิจารณาค่า Sig. จากตาราง Multiple Comparison	151

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved