

สารบัญ		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ญ
บทที่ 1 บทนำ		
หลักการและเหตุผล		1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา		2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ		2
นิยามศัพท์		3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม		
แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค		4
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด		7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง		8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา		
ขอบเขตการศึกษา		11
- ขอบเขตเนื้อหา		11
- ขอบเขตประชากร		11
- ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง		11
การเก็บรวบรวมข้อมูล		12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา		12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้		13
- เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม		13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล		
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		15
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป		19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	39
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	45
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษากิปรายผลข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	84
กิปรายผล	93
ข้อค้นพบ	97
ข้อเสนอแนะ	101
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	107
ประวัติผู้เขียน	116

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	15
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	18
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการทำอาหารรับประทานเอง	19
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ทำอาหารในครอบครัว	20
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	20
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จในครอบครัว	21
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จ	22
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จ	22
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนยี่ห้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปที่ใช้	23
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปที่รู้จัก	24
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปที่ใช้มากที่สุด	25
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	25
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการ ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปประกอบการทำอาหารประเภทต้ม แกง น้ำซุพ	26

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการ ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปประกอบการทำอาหารประเภทผัด	27
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการ ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปประกอบการทำอาหารประเภทหมัก ทอด นึ่ง อบ	28
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการ ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปประกอบการทำอาหารประเภทยำหรือลาบ	29
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปที่ซื้อเป็นประจำ	29
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	30
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	31
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ ปรุงรสสำเร็จรูปเมื่อใด	32
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	33
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม มื้ออาหารในใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	34
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปแต่ละครั้ง	35
4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย (ครั้ง/เดือน)	36
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (กล่อง/ซอง/ขวด)	36
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป	37

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป	38
4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป	39
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป	41
4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป	42
4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป	43
4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผู้ทำอาหารในครอบครัว จำแนกตามอายุ	45
4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จ จำแนกตามอายุ	47
4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	49
4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ การเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	50
4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ จำนวนยี่ห้อผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูปที่ใช้ จำแนกตามอายุ	51
4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	53
4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ประเภทผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูปที่ใช้เป็นประจำ จำแนกตามอายุ	55
4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ปฐรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	57

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	59
4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย (ครั้ง/เดือน) จำแนกตามอายุ	61
4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (กล่อง/ซอง/ขวด) จำแนกตามอายุ	62
4.47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	64
4.48 แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	66
4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของรสชาติของผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปโดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	68
4.50 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบรรจุภัณฑ์เก็บรักษาง่าย โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	69
4.51 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	70
4.52 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	72
4.53 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาถูกที่สุด โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	73
4.54 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	74
4.55 แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	75
4.56 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของหาซื้อได้สะดวก โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	76

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.57 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	77
4.58 แสดงผลการเปรียบเทียบ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ	79
4.59 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการออกร้านตามงานแสดงสินค้า โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	81
4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการโฆษณาทางสื่อ โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	82
4.61 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการให้คู่มือส่วนลดในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	83
5.1 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	86
5.2 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	89
5.3 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย 10 ลำดับแรก	100