

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ รายได้) กับยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทย และ สถานที่ซื้อขนมไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบซื้อขนมไทย มากที่สุด รวมทั้งความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	58
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะ	58
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	60
อภิปรายผล	66
ข้อค้นพบ	69
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	76
ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)	5
2 สถานที่ในการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยซื้อขนมไทย	12
3 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
4 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
5 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
6 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
7 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
8 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของตนเอง	18
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความชอบ รับประทานขนมไทย	18
10 จำนวนและร้อยละของขนมไทยแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ	19
11 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ	23
12 จำนวนและร้อยละ ยี่ห้อขนมไทย หรือ ร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด	24
13 จำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่ซื้อขนมไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
14 จำนวนและร้อยละของ โอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อขนมไทยมากที่สุด	26
15 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามริเริ่มความคิดที่จะซื้อ ขนมไทยมากที่สุด	26
16 จำนวนและร้อยละ ของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบ แบบสอบถามมากที่สุด	27
17 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 จำนวนและร้อยละ ของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	28
19 จำนวนและร้อยละ ของสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทย	29
20 จำนวนและร้อยละ ของสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด	30
21 จำนวนและร้อยละของ วิธีการที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการซื้อ ขนมไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก	31
22 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขนมไทย	32
23 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้สึกลหลังจากที่ได้ซื้อขนมไทย	32
24 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามเพศ	33
25 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ	34
26 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ	36
27 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบ แบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้	39
28 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามเพศ	41
29 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ	42
30 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ	43
31 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้	45
32 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน จำแนกตามเพศ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน จำแนกตามอายุ	48
34 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน จำแนกตามอาชีพ	49
35 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน จำแนกตามรายได้	50
36 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย	52
37 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย	54
38 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดหน่วยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย	55
39 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย	56
40 สรุปลำดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 อันดับแรก	57
41 จำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายขนมไทย	58