

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.3 วิธีการศึกษา	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่	31
4.2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่	34

	หน้า
4.3 การวิเคราะห์และทดสอบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	39
4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	84
4.5 ความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	95
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	101
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	104
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	105
เอกสารอ้างอิง	106
ภาคผนวก	109
ประวัติผู้เขียน	1 1 8

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามเพศ	31
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามอายุ	32
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามสถานภาพ	32
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามอาชีพ	33
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	33
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	34
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อ	35
4.8	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	35
4.9	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	36
4.10	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ซื้อต่อครั้ง	36
4.11	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์	37
4.12	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามช่วงเวลาที่เขาซื้อบ่อยที่สุด	38
4.13	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามประเภทร้านเบเกอรี่	38

ตาราง	หน้า
4.14 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	39
4.15 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	40
4.16 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	42
4.17 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	43
4.18 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	44
4.19 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	45
4.20 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	47
4.21 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	48
4.22 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	50
4.23 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ซื้อต่อครั้ง	51
4.24 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ซื้อต่อครั้ง	52
4.25 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ซื้อต่อครั้ง	54
4.26 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ซื้อต่อครั้ง	55
4.27 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	56

ตาราง	หน้า
4.28 การหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ ต่อครั้ง	58
4.29 การหาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการ ซื้อต่อครั้ง	59
4.30 การหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ ต่อครั้ง	60
4.31 การหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายใน การซื้อต่อครั้ง	62
4.32 การหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	63
4.33 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทของ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	65
4.34 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทของ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	66
4.35 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทของ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	68
4.36 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	69
4.37 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อกับ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	71
4.38 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับช่วงเวลาซื้อ บ่อยที่สุด	72
4.39 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับช่วงเวลาซื้อ บ่อยที่สุด	73
4.40 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับช่วงเวลาซื้อ บ่อยที่สุด	74
4.41 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับ ช่วงเวลาซื้อบ่อยที่สุด	75

ตาราง	หน้า
4.42 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ซื้อกับช่วงเวลาที่ยื้บอยที่สุด	77
4.43 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทร้าน เบเกอร์ที่ซื้อบอยที่สุด	78
4.44 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทร้าน เบเกอร์ที่ซื้อบอยที่สุด	79
4.45 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับประเภทร้าน เบเกอร์ที่ซื้อบอยที่สุด	80
4.46 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับ ประเภทร้านเบเกอร์ที่ซื้อบอยที่สุด	82
4.47 แสดงการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ซื้อกับประเภทร้านเบเกอร์ที่ซื้อบอยที่สุด	83
4.48 ลำดับของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนกตาม อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	84
4.49 ลำดับของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนกตามอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง	85
4.50 ลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนก ตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	86
4.51 ลำดับของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนกตาม อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	87
4.52 ลำดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ เบเกอร์ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	88
4.53 ลำดับของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	89
4.54 ลำดับของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนกตาม อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	90
4.55 ลำดับของปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์ จำแนก ตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	92

ตาราง	หน้า
4.56 ลำดับของปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	93
4.57 ลำดับของปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	94
4.58 ลำดับของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	95
4.59 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	96
4.60 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านราคา	96
4.61 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	97
4.62 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	98
4.63 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์	99
4.64 ระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	100

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved