

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	13
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	15
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ระยะเวลาในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการเลือกบริโภคอาหารมือเย็นนอกบ้านของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	28
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	146

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหาร มือเย็นนอกบ้าน	151
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	155
อภิปรายผล	160
ข้อค้นพบ	163
ข้อเสนอแนะ	165
บรรณานุกรม	169
ภาคผนวก	171
ภาคผนวก ก ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะทาง ประชากรศาสตร์	172
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	227
ประวัติผู้เขียน	238

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกข้อมูลทั่วไป	20
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ชอบไปรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านบ่อยที่สุด	22
3	จำนวนและร้อยละของประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบไปรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านบ่อยที่สุดจำแนกตามความถี่ที่ไปรับประทานต่อเดือน	23
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคอาหารมือเย็น	24
5	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	28
6	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	30
7	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	31
8	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	32
9	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านบุคคล (People) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	33
10	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	37
12	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	39
13	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	41
14	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	43
15	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	45
16	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	46
17	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	47
18	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	49
19	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามเพศ	51
20	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอายุ	53
21	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอายุ	56
22	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอายุ	58
23	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอายุ	60
24	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอายุ	62





## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
53	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอาชีพ	123
54	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามอาชีพ	126
55	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	128
56	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทาน อาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	131
57	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
58	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	135
59	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทาน อาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	137
60	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	140
61	ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก รับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143
62	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญ ของผลกระทบด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหาร มือเย็นนอกบ้าน	146
63	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญ ของผลกระทบด้านลักษณะของผู้เลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน ต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	147
64	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกระบวนการตัดสินใจ ในการเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	149

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
65	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมือเย็นนอกบ้าน	151



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved